

Selain itu, bagi followersnya sendiri, @RollingStoneINA mempunyai kelebihan tersendiri. Bagi DanangSuryo mahasiswa yang pernah menjalani program magang di Rolling Stone Indonesia ini, kelebihan @RollingStoneINA adalah membuat judul menarik, sehingga membuat seseorang tertarik untuk mengunjungi artikel tersebut:

*"...kelebihannya tuh mereka membuat judul menarik, jadi menarik kita untuk mengunjungi situsnya, dan membaca apa yang disajikan oleh Rolling Stone sendiri,"* ujar Danang Suryo, Selasa 25 Maret 2014 di kawasan Tangerang City Mall.

Menurut @DanangSoeryo berita yang disajikan oleh @RollingStoneINA sudah sesuai dengan khalayaknya. Danang juga mengungkapkan bahwa berita yang paling dicari seperti berita berupa *straight news*. Danang juga mengungkapkan jika Portal berita Rolling Stone Indonesia bisa dijadikan dasar informasi berita musik, lantaran orang-orang yang berkecimpung didalamnya pakar dan lama dibidang musik.

Sedangkan bagi @Robonggo, yang merupakan seorang penulis juga, mengungkapkan kelebihan dari @RollingStoneINA, jika tweet dari @RollingStoneINA itu bersifat edukatif walau hanya dibatasi oleh 140 karakter.

*"...twitter Rolling Stone Indonesia sendiri , kalau dalam update status twitter, gua bilang ini yang ngetweet pasti bukan sebatas pengetahuan musiknya dikit, pasti ini orang dibalik orang ini, udah lebih lah pengetahuannya. Jadi kaya kalo gua liat, isi kontennya Rolling Stone kaya edukatif sih jadinya, walau cuma 140 karakter".*

@Robonggo juga mengukapkan, jika portal berita Rolling Stone Indonesia paling *update* dibandingkan dengan portal berita lainnya, serta isinya

lebih muda dimengerti pembaca dibandingkan dengan media lainnya. Selain itu, kontennya lebih mudah dimengerti oleh pembaca dibandingkan media lainnya.

Disamping kelebihan itu, terdapat juga beberapa kekurangannya. Menurut Robby Wahyudi akun @RollingStoneINA kurang dalam penyajian berita melalui tweet, banyak terpotong, sehingga terlalu terlihat terlalu pendek. Sedangkan bagi Danang Suryo, kekurangan dari @RollingStoneINA terletak pada interval *update* yang tidak sistematis. Sehingga, hal itu membuat dirinya mencari berita ke dalam situs [rollingstone.co.id](http://rollingstone.co.id).

Sedangkan bagi followers lainnya Zaka Sandra, harapannya @RollingStoneINA mengurangi halaman iklan. Lain halnya bagi Satria Kinayungan, Ia menganggap bahwa informasi @RollingStoneINA minim sekali, karena hanya menyediakan judul dan link.

Dari sini dapat diketahui kredibilitas dari pemberitaan yang ada melalui @RollingStoneINA menurut para pembacanya, sehingga beberapa *follower* juga menyebutkan, jika Rolling Stone Indonesia bisa dijadikan sebagai sumber informasi dalam memenuhi konsumsi informasi khususnya berita musik. Selain beritanya yang informatif, pemberitaan portal berita Rolling Stone Indonesia update dan mudah dimengerti. Dengan begitu untuk menarik pembaca portal berita khususnya entertaint/hiburan tidak perlu menggunakan bahasa yang sulit dimengerti, karena pembaca berita hiburan menginginkan berita yang *soft* dan lebih mudah dimengerti, karena sifatnya yang berisifat hiburan. Bagi beberapa

*followers* @RollingStoneINA juga bisa dijadikan sebagai sumber informasi dalam memenuhi konsumsi berita dengan genre musik.

Setelah mengetahui fungsi @RollingStoneINA yang salah satunya untuk menjaga *awareness* kepada edisi terbaru dari Majalah Rolling Stone Indonesia, adapun fungsi lainnya yang ada pada jejaring sosial Twitter Rolling Stone Indonesia, yaitu digunakan mengiklan sebuah produk.

#### 4.2.3 Iklan di Jejaring Sosial Twitter @RollingStoneINA

Selain untuk menyebarluaskan berita dan juga promosi mengenai edisi terbaru Majalah Rolling Stone Indonesia. Wendi mengungkapkan bahwa Twitter @RollingStoneINA juga dijual *spacanya*, dalam artian dengan jumlah followernya yang cukup banyak untuk ukuran sebuah media massa, dan mereka melihat adanya peluang dari @RollingStoneINA untuk menjual iklan melalui akun tersebut.

Iklan merupakan segala bentuk presentasi dan promosi mengenai non-personal suatu produk yang dibayar dan disponsori oleh sponsor yang jelas. Adapun karakteristik iklan, menurut Bilson Simamora(2001: 305), antara lain :

1. Pesan bersifat verbal, dapat didengar ataupun visual.
2. Sponsor dapat diidentifikasi
3. Diluncurkan melalui satu media atau beberapa media
4. Sponsor membayar media yang menampilkan iklan tersebut.

Bagi Semenik dalam Freddy Rangkuti(2009: 229), iklan internet merupakan pesan iklan yang disampaikan tidak melalui media massa tradisional, melainkan melalui medium internet, seperti apa yang dilakukan portal berita Rolling Stone Indonesia melalui @RollingStoneINA. Menurut Freddy Rankuti(2009: 229), iklan melalui internet dapat mencapai jarak jarak yang tidak terbatas dengan jumlah jangkauan yang tidak terbatas, serta mampu menyampaikan pesan komunikasi yang memengaruhi perilaku pembeli.

Namun, walau *space* nya dijual pihak Rolling Stone Indonesia tidak ingin terlalu *flooding* melalui twitter dengan iklan juga, itu akan berdampak tidak bagus untuk @RollingStoneINA itu sendiri. Karena nantinya *follower* akan terganggu dengan membaca *advetorial* atau iklan yang ada dalam @RollongStoneINA, jadi iklan di majalah masih yang terbesar.

*“Twitter Rolling Stone juga dijual spacenya, dalam artian karena kita lihat followernya sudah lumayan besar 450 ribu lebih. Otomatis, kita melihat ada peluang untuk bisa menjual iklan lewat Twitter, dan itu sudah dilakukan....Karena memang kalau terlalu flooding twitter dengan iklan juga itu jadinya enggak bagus akun twitternya, brandnya orang akan merasa risih dan terganggu, membaca advetorial membaca iklan, jadi sudah di monetizing, sampai sejauh ini, majalah masih yang terbesar. Ada dan memang tidak dijual secara langsung tapi dipaket biasanya.*

Berikut salah satu iklan yang ada dalam jejaring @RollingStoneINA :



Gambar 4. 6 Iklan di @RollingStoneINA

Pembahasan di atas jelas bahwasannya jika Twitter bisa dijadikan sebuah medium yang menguntungkan, jika dapat dimaksimalkan fungsinya. Iklan sendiri merupakan sebuah hal penting demi menjalankan roda perusahaan, khususnya media massa.

Setelah mengetahui kegunaan dari jejaring sosial Twitter @RollingStoneINA, baik dalam segi iklan ataupun meningkatkan jumlah *traffic*, adapun upaya penggunaan jejaring sosial twitter agar dapat membentuk sebuah respon publik.

#### **4.2.4 Upaya atau Cara Menggunakan Tweet @RollingStoneINA dalam Membentuk Respon Publik**

Dalam menggunakan dan untuk membentuk respon terhadap sebuah artikel yang di tweet langsung oleh @RollingStoneINA ada beberapa cara untuk melakukannya menurut Wendi Putranto.

Pertama, membuat judul semenarik mungkin, dengan catatan tidak menipu. Dalam memilih sebuah judul, seorang penulis ataupun jurnalis harus dapat memerhatikan segala kaidah bahasa yang baik dan benar, dikarenakan judul yang menggunakan pilihan kata yang tepat akan membuat kesan terhadap pembacanya.

Jadi jangan sampai bikin isi Twitternya itu menyesatkan atau tidak berhubungan dengan apa yang dituliskan.

*“Ada sih, yaitu yang pertama adalah bikin judul se catchy mungkin, tapi isinya tidak menipu. Jadi jangan sampai bikin isi Twitternya itu tidak berhubungan dengan yang kita tulis, misal dia bilang disini adalah chuck*

*billy dari testament bangku hantam dengan personil power metal di tenggarong, padahal kaya gitu kejadiannya,”* ungkap Wendi Putranto.

Sebenarnya, menurutnya tata cara itu mudah untuk mempelajarinya, jika sudah mengenal, istilah-istilah yang berkembang di Twitter. Seperti halnya, *hashtag*(#), kemudian *trending topic*, hal hal seperti ini harus diketahui oleh usersnya.

Kemudian kedua, waktu saat memposting atau men-tweet sebuah artikel. Menurut Wendi, ada waktu-waktu *prime time* yang pasti akan mendapatkan respon cukup banyak. Seperti jam makan siang atau ketika pulang dari kantor.

*“...pada jam jam prime time itu selalu rame, jam 12, jam 4 sore itu selalu rame mungkin karena itu makan siang, yang kedua karena jam pulang yah.”*

Namun untuk cara ini, menurut Wendi pihak @RollingStoneINA tidak terlalu memperhatikannya, lantaran mereka mempunyai target yang harus dipenuhi. Mereka mempunyai target, seperti harus *posting* berita minimal 15 sampai dengan 20 berita dalam satu hari, yang dimulai sejak pukul 10 pagi sampai dengan pukul 7 atau pukul 8 malam. Namun, menurutnya jika ada kejadian genting yang harus segera diberitakan kepada khalayak mungkin akan lebih dari angka tersebut *posting-an* beritanya.

Dengan melihat di atas bahwasannya ada kiat atau pun cara dalam menggunakan jejaring sosial Twitter menurut Wendi Putranto dalam membentuk respon publik. Salah satunya dengan menggunakan judul yang menarik, tanpa menghilangkan isi dari berita tersebut. Selain itu, menurut Abdul Gaffar(2007: 151), judul berita dapat juga menimbulkan kesan pembaca terhadap baik atau

buruknya media tersebut. Serta upaya lain yang harus diperhatikan oleh pengguna jejaring sosial lainnya adalah adanya waktu-waktu *prime time* dalam meublikasikan sebuah informasi ataupun berita agar dapat menggaet respon dari khalayak, khususnya di jejaring sosial Twitter.

Setelah mengetahui bentuk upaya atau cara yang digunakan oleh @RollingStoneINA dalam membentuk respon publik salah satunya dengan membuat judul yang menarik, adapun gangguan yang diterima oleh pihak Rolling Stone Indonesia.

#### 4.2.5 Noise atau Gangguan

Dalam pembahasan kali ini akan dibahas mengenai gangguan yang diterima oleh Rolling Stone Indonesia dalam publikasi beritanya, serta gangguan yang diterima oleh *Followers* @RollingStoneINA. Gangguan atau *noise* segala sesuatu yang menghambat atau mengurangi kemampuan kita untuk mengirim ataupun menerima sebuah informasi, baik dalam bentuk berita ataupun artikel. (Agus M. Hardjana, 2003: 16).

Dalam sebuah model **Shannon dan Weaver noise/gangguan merupakan bagian komponen-komponen yang ada dan merupakan salah satu komponen yang membedakannya dengan model komunikasi lainnya.**

Gangguan yang diterima oleh pihak @RollingStoneINA terjadi apabila adanya pemadaman listrik dari pusat, hal ini dapat mengganggu proses penghasilan sebuah informasi, seperti yang diungkapkan oleh Wendi :

*“Internal ganggunya kalau mati lampu, tapi karena kebetulan disini sudah pake genset, jadi otomatis ganggunya itu bisa tercover. Cuma masalahnya komputer tetap mati, walaupun sudah pake genset. Jadi mau*

*nggak mau, harus direstart, itu kadang kadang menyebalkan. Jadi kita lagi nulis banyak mati lampunya, memang bisa dinyalakan, cuma perlu reebot komputer”.*

Selain gangguan tersebut, Wendi juga mengungkapkan bahwa pada kisaran tahun 2012 pihak @RollingStoneINA pernah di *sabotase* tweetnya dengan kata-kata yang tidak seharusnya dipublikasikan kepada khalayak. Namun, dalam beberapa menit pihak @RollingStoneINA pun langsung menghapus dan meminta maaf kepada publik.

Dalam kaitannya gangguan ini merupakan salah satu gangguan dalam bentuk semantik, dimana adanya pengaruh linguistik dalam penyampaian pesan yang terkadang berakibat fatal, seperti kasus di atas. Walau merasa takut gangguan terulang lagi, namun karena @RollingStoneINA menyebarluaskan informasi seputar dunia hiburan dan bukan politik, mereka sejauh ini tidak bermasalah apa-apa. Seperti yang dituturkan oleh Wendi:

*“Oh iya pastinya sih takut, kalau hal-hal itu kaya gitu. Karenabiar bagaimanapun juga kita kan delivernya berita, cuma karena untungnya delivernya berita hiburan ini, bukan berita politik, atau berita KPU atau KPK. Otomotis sejauh ini sih masih tidak bermasalah apa-apa. Aman”.*

Tidak Hanya dari pihak @RollingStoneINA, gangguan atau *noise* juga pernah dijumpai oleh para *follower*-nya. Seperti yang dijumpai oleh @Danangsoeryo, saat pihak @RollingStoneINA tweet, namun tautan atau linknya kosong.

*“Kadang tuh suka tautannya atau linknya itu nggak langsung ke artikelnya, kadang kalau bahasa istilahnya tuh, linknya kosong,”* ujar Danang Suryo.



Hal serupa juga dijumpai oleh @Robonggo yang mengungkapkan, jika hal itu sangat mengganggu dan mengecewakan, lantaran ia sudah menunggu lama dan koneksinya error, cukup terganggu:

*"...link yang forbidden gitu, shitty banget, koneksi sudah lama, nunggu waktu berjam-jam, ngecewain pembaca lu dalam internet..."* ujar Robby Wahyudi, Jum'at 11 April 2014 di kawasan Kuningan City, Jakarta.

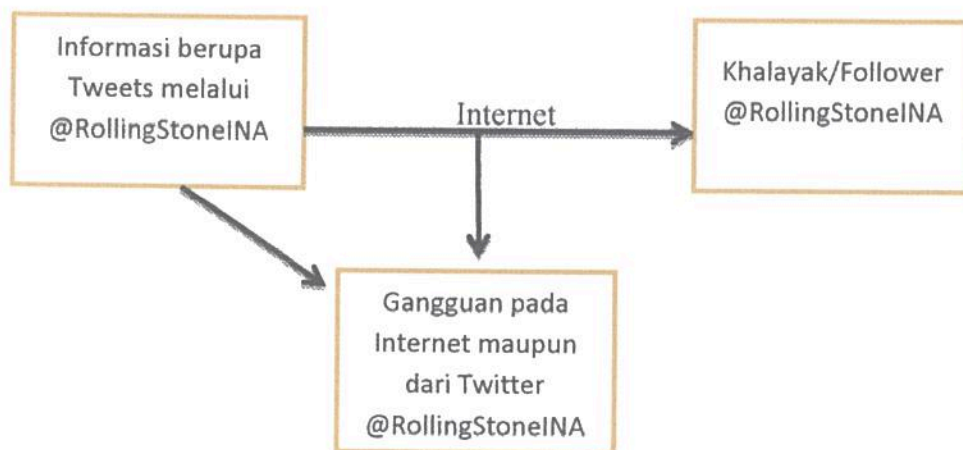
Namun bagi @Robonggo, dengan mereka melakukan ralat cukup cepat tidak mencapai 10 menit, dengan begitu pihak Rolling Stone Indonesia sadar akan kekeliruan yang telah dilakukan oleh @RollingStoneINA. Hal senada juga diungkapkan oleh @Danangsoeryo, yang juga dapat menerima gangguan yang ada, lantaran pihak dari Rolling Stone Indonesia segera meralat terhadap gangguan tersebut.

Lain halnya dengan @ZakaSandra, ia mengungkapkan lebih bersikap tenang dan lebih berbincang bersama teman sesama rekanan medianya dalam menyikapi gangguan tersebut. Sedangkan bagi @isanktea, dalam menanggapi *noise* tersebut lebih cuek dan tidak peduli.

Gangguan yang didapatkan oleh *followers* @RollingStoneINA lebih kepada **gangguan distorsi**, Menurut Alex Turner (2008: 12) dimana gangguan ini terjadi didalam saluran atau medium pengiriman pesan yang tidak disengaja oleh pengirim ataupun komunikator. Dalam kaitannya gangguan yang didapatkan oleh pihak khalayak ataupun *followers* @RollingStoneINA, lebih sering terjadi saat pesan berada pada saluran (*channel*) penyampaian pesan, keadaan ini dapat terjadi tanpa adanya kesadaran dari pihak @RollingStoneINA. Walau begitu dalam menanggapi gangguan yang terjadi pihak @RollingStoneINA, bertindak

cukup cepat untuk mengatasi hal itu, seperti penuturan dari khalayak ataupun beberapa *followers*-nya.

Untuk mempermudah pemahaman tentang adanya noise yang ada, dapat dilihat dari gambar berikut :



Gambar 4.7 Gangguan atau Noise pada @RollingStoneINA

Dari gambar di atas dapat diketahui jika gangguan yang didapatkan oleh penerima pesan ataupun *followers*-nya terdapat pada transmitter ataupun pada salurannya, yang menghambat konsumsi berita dari para *followers*-nya

Setelah permasalahan noise yang ada pada @RollingStoneINA dan cara mereka mengatasinya, serta tanggapan para *follower* mereka mengenai *noise* atau gangguan yang terjadi pada twitter portal berita Rolling Stone Indonesia dan jelas bahwasannya gangguan yang diterima oleh *followers* cukup mengganggu waktu serta minat membaca dari para *followers*. Setelah membahas gangguan ataupun noise, Adapun pengolahan respon serta tanggapan respon dari follower @RollingStoneINA.

#### 4.2.6 Respon @RollingStoneINA dan Followersnya

Dalam sebuah komunikasi komunikan akan melakukan *feedback* setelah mendapatkan stimulus yang diberikan oleh komunikator, dan bentuk awal dari tanggapan dari seorang komunikan bisa disebut dengan respon.

Menurut Notoatmodjo (2007), dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus ini, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua:

1. Perilaku tertutup (*covert behavior*) adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (*covert*). Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan, kesadaran, dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.
2. Perilaku terbuka (*overt behavior*) Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain.

Respon merupakan sebuah wujud keberhasilan dalam sebuah komunikasi. Dalam kaitannya, @RollingStoneINA sebagai wadah portal berita Rolling Stone Indonesia adalah medium untuk melihat bagaimana respon yang diberikan oleh publik, baik followersnya ataupun bukan followersnya. **Dalam model Shannon dan Weaver, followers @RollingStoneINA dan juga pembaca merupakan**

destination atau tujuan dalam penyampaian pesan atau sebuah informasi, yang telah dipublikasi atau disampaikan oleh Portal berita Rolling Stone Indonesia.

Menurut Wendi respon yang diberikan publik kepada @RollingStoneINA itu itu beragam sekali, baik dalam bentuk *ReTweet* ataupun *Reply* dan juga berita yang dipublikasi melalui @RollingStoneINA tidak dikhususkan untuk aliran tertentu.

*“Beragam yah responnya, responnya tuh beragam banget. Karena yang pasti responnya ada yang bisa melakukan ReTweet atau yang juga melakukan reply. Jadi yang tergantung kebutuhannya. Ada apa topik yg dibahas. Jadi memang kita tidak asosiasikan dengan follower tertentu, jadi memang bebas aja sih”.*



Gambar 4.8 Berita J-Pop pada @RollingStoneINA

Seperti gambar di atas, hal ini dilakukan oleh Portal berita Rolling Stone Indonesia, dimana saat men-*tweet* sebuah informasi melalui @RollingStoneINA, mereka mencoba mengangkat sebuah tema yang sedang marak di Indonesia, seperti wabah J-pop ataupun K-Pop. Tema ini diangkat oleh Rolling Stone Indonesia untuk menaikkan jumlah *traffic* pembaca atau respon publik untuk

membaca artikel mengenai K-pop atau pun J-pop yang ada pada [rollingstone.co.id](http://rollingstone.co.id). Seperti apa yang diungkapkan oleh Wendi Putranto.

*"...ternyata diluar dugaan, responya besar. Walaupun memang ada sedikit lah yang memprotes. Rolling Stone ngapain tulis-tulis tentang K-pop,ikut-ikutan aja nih. Respon dan masukan itu kita perhatiin, kita lihat baik-baik. Tapi ternyata yang kritik dengan yang membaca jauh lebih banyak yang membaca....Jadi, ketika terjadi kenaikan traffic sebesar 30 persen dari berita berita yang bertajuk K-pop, sebenarnya tidak K-pop saja, ada J-pop juga-ada Chinesse-pop. Ya intinya memang ternyata itu materi yang cukup digemari disini".*

Wendi juga mengungkapkan bahwa berita K-pop itu selalu berada dalam top ten dan jarang berada di luar Top Ten.Selain berita K-Pop, ada berita lainnya yang mendapatkan perhatian dan respon cukup banyak mengenai JKT48 ataupun berita mengenai Agnes Monica..

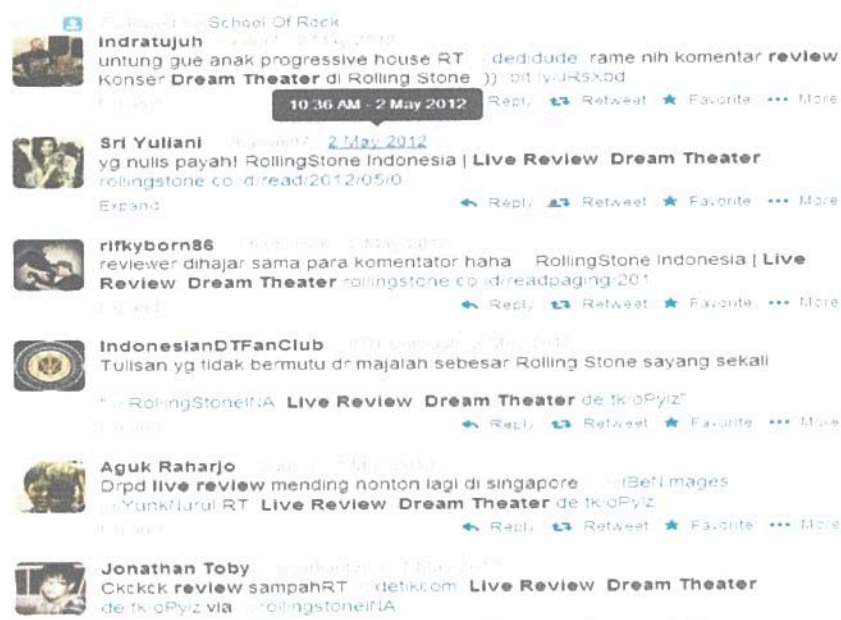
Selain itu, Wendi juga membuat berita ataupun *review* yang disampaikan kepada khalayak mengenai sebuah jalannya sebuah ajang tahunan dan juga bergengsi di Indonesia, melalui sudut pandangnya mengenai kasus AMI Awards tahun 2013.



Gambar 4.9 Berita AMI pada @RollingStoneINA

Wendi Putranto beropini mengenai kekurangan dalam penyelenggaraan ajang penghargaan musik tersebut, dan tulisannya pun mendapatkan respon serta beragam opini dari pembaca. Dimana respon yang diberikan cukup beragam dan lebih terbuka. Dalam hal ini memperlihatkan fungsi jejaring sosial twitter sebagai saluran(*channel*) untuk menarik pembaca ataupun tujuan dari model Shannon and Weaver.

Selain berita tersebut, terdapat sebuah *review* mengenai konser Dream Theater di Jakarta yang masih memecahkan rekor di Rolling Stone Indonesia, dalam tulisan memberikan respon pembaca, Reno Nismara telah melakukan *review* sesuai dengan yang telah dianjurkan dalam Rolling Stone Indonesia, dengan melakukan tulisan *live review* berdasarkan apa yang dirasakan oleh penulis.



Gambar 4.10 Respon berita Dream Theater pada @RollingStoneINA

Seperti gambar yang terlihat di atas, bahwa beragam bentuk respon yang diberikan terhadap tulisan tersebut, baik komentar dan mention pun diberikan

terhadap *review* ataupun sudut pandang penulis mengenai konser Dream Theater tersebut. Pada kolom komentar artikel ini pun terdapat lebih dari sepuluh halaman.

Dengan adanya komentar serta respon yang terbentuk maka berita tersebut secara tidak langsung telah dibaca terlebih dahulu. Bagi Wendi pembaca merupakan surga kecil dari para penulis, jadi apresiasi ataupun respon yang diberikan oleh pembaca, jadi kondisi seperti itu harus dikelola.

*"...pembaca itu kan sebenarnya surga kecilnya penulis, jadi kalau tulisan yang telah dibuat dimuat kemudian dipublish dan di apresiasi dibaca banyak orang, itu akan sudah sangat menyenangkan bagi penulis, lebih dari apapun juga rasanya itu. Jadi yah kondisi seperti itu harus dikelola terus".*

Dalam hal lain, @RollingStoneINA tidak memberikan respon langsung kepada usernya karena tidak ingin mengotori timeline mereka. Menurut Wendi, Twitter @RollingStoneINA itu memang tidak dipergunakan untuk kepentingan pribadi atau kepentingan diluar Rolling Stone Indonesia. Wendi juga menambahkan karena mereka maunya orang membaca informasi dan berharap orang tidak tahu perkembangan berita bisa menjadi diperbarui informasinya melalui @RollingStoneINA. Namun mereka tak menutup kemungkinan, jika ada feedback yang menarik mereka akan melanjutkannya melalui *Direct Message* atau DM, karena melalui DM akan lebih personal dan private. Sebagai portal berita profesional hal ini harus dilakukan agar menjaga *brand* atau pun nama dari media tersebut.

Danang Suryo selaku followersnya juga mewajarkan ini, lantaran baginya @RollingStoneINA mempunyai gaya tersendiri, dibandingkan dengan beberapa

media lainnya seperti Hai Magazine yang menurutnya di Twitternya memberikan interaksi kepada Followersnya. Walau begitu Danang yakin jika @RollingStoneINA mengelolah respon yang diberikan followersnya.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Robby Wahyudi, wajar jika @RollingStoneINA tidak memberikan interaksi lantaran mereka merupakan sebuah portal berita.

*“Kalau misalkan Rolling Stone Indonesia sendiri, itu emang khusus portal berita. Jadi gua sudah tau patron-patron yang dibuat dalam sosial media. Apalagi portal berita, itu mereka nggak akan menanggapi respon orang-orang luar. Kecuali kalau dia buat kuis, dia akhirnya mau nggak mau harus ReTweet dari follower-followernya, akhirnya, dengan mention followernya. Diluar berita itu wajar, kalau hal kaya gitu, mereka nggak komunikatif, atau cuekkan, nggak masalah.”*

Robby dalam menindaklanjuti sebuah topik yang dia sukai dengan melakukan ReTweet-Quote, dengan ini harapannya follower-follower dari @Robonggo dapat membaca, jika sumbernya dari Portal berita Rolling Stone Indonesia. Selain itu, jika memang mengharuskan membagikan kembali kepada pihak yang bersangkutan atau melakukan itu seperti kasus Sigmun.

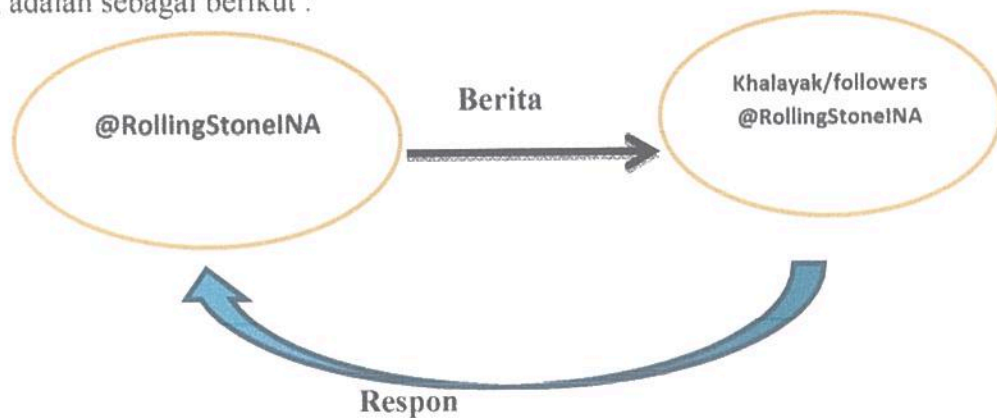
Tidak berbeda jauh dengan Robby, menurut Danang, jika ada berita yang baik dan konten-kontennya positif, Ia akan memberikan apresiasi, seperti ReTweet, sampai terkadang juga di favorite. Ia juga terkadang menyampaikan lagi kepada orang-orang, jika Rolling Stone Indonesia membuat acara musik.

Lain hal nya dengan @isanktea yang akan merespon tweet dari @RollingStoneINA jika memang benar-benar berita itu menarik buatnya dengan memberikan ReTweet. Sedangkan @ZakaSandra lebih meberikan respon tertutup



dengan menikmati sendiri berita atau terkadang cerita ke kawannya yang mempunyai kesamaan yang sama mengenai hal itu.

Jika digambarkan dalam sebuah gambar maka proses yang terjadi pada kasus ini, adalah sebagai berikut :



Gambar 4.11 Respon pada @RollingStoneINA

Dalam gambar di atas dapat terlihat, jika informasi yang telah diberikan oleh Portal berita Rolling Stone Indonesia, melalui @RollingStoneINA dapat mempengaruhi respon publik yang ada dengan adanya respon balik yang diberikan oleh khalayak ataupun followers dari @RollingStoneINA. Walau dari pihak @RollingStoneINA tidak memberikan tanggapan langsung kepada setiap respon yang telah diberikan oleh followersnya.

@RollingStoneINA akun resmi twitter Rolling Stone Indonesia sudah cukup berhasil membentuk respon publik dengan tweet-tweetnya. Selain itu, dengan mengembangkan tema-tema yang sedang berkembang, seperti yang dituangkan mengenai pengaruh media dalam spiral keheningan, bahwasannya hal ini dapat menarik respon publik terhadap berita ataupun artikel tersebut, seperti halnya berita mengenai K-pop yang dewasa ini cukup merembah di Indonesia.

Tidak hanya itu, Rolling Stone Indonesia melalui Twitter berhasil menggaet opini publik terhadap sebuah berita dari sudut pandang penulis atau menarik sebuah tema-tema baru tanpa harus tersisih dengan berita lainnya, seperti kasus nya berita mengenai AMI Awards di atas. Hampir bentuk seluruh pengaruh media dalam spiral keheningan, disadari ataupun tanpa disadari ada dalam pemberitaan yang telah dilakukan oleh Rolling Stone Indonesia. Dari sisi khalayak atau *followers*-nya dapat dijelaskan seperti bentuk respon, baik terbuka maupun respon tertutup. Dimana, bagi beberapa pengikut @RollingStoneINA akan memberikan respon terbuka seperti ReTweet atau Quote terhadap salah satu informasi yang mereka anggap menarik, dan sebaliknya jika informasi itu cenderung tidak menarik mereka akan memberika respon tertutup.

Jika diaplikasikan kedalam model Shannon dan Weaver peneliti menyimpulkan bahwa @RollingStoneINA selaku portal berita dan **menjadi sumber informasi (*information source*)**. Dimana dalam menyampaikan informasinya Portal berita Rolling Stone Indonesia memiliki sebuah proses pemilihan berita untuk dapat memenuhi kriteria berita Rolling Stone Indonesia. Setelah itu, berita pun harus di edit agar layak di konsumsi oleh masyarakat luas atau publik. Sehingga dapat memenuhi demografis pembaca yang telah ditargetkan. Hal ini dilakukan karena adanya perbedaan demografis pembaca antara Majalah Rolling Stone Indonesia dengan website resmi [rollingstone.co.id](http://rollingstone.co.id).

Setelah berita diolah, infromasi pun siap disampaikan melalui ***transmitter*** dan juga saluran(***channel***) yang merupakan elemen dalam model Shannon Weaver. Pada proses ini, terdapat noise/gangguan yang dapat menghambat

efektivitas dari penyampaian pesan yang ada. **Noise/gangguan sendiri merupakan komponen yang penting yang ada dalam model Shannon dan Weaver.** Bagi *followers*-nya dan pengamatan peneliti, hambatan yang sering terjadi lebih terdapat pada saluran nya yaitu @RollingStoneINA. Tujuan (*destination*) dari penyampaian pesan atau informasi ini adalah *followers*-nya ataupun *non-followers* dari @RollingStoneINA.