

Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @collegemenfess Terhadap Minat Mahasiswa Mengikuti Kegiatan Kampus Merdeka

Wanda Erika Maharani¹⁾, Ni Luh Ramaswati Purnawan²⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email : Wandaerikams28@gmail.com¹⁾, ramaswati.purnawan@unud.ac.id²⁾,
rasamanda13@unud.ac.id³⁾

ABSTRAK

Along with the development of Twitter, there is an autobase that have a functions as an intermediary medium for Twitter users. @collegemenfess is the largest autobase account that share information based on the needs of students and disseminating about Kampus Merdeka activities. The purpose of this study is to describe whether there is an effect of using Twitter @collegemenfess on students' interest in participating in Kampus Merdeka activities. This study using uses and effect theories as well as explanative quantitative methods by survey and measuring up to 100 respondents. The data analysis used simple linear regression analysis with SPSS 26. The result of the study shows the impact of @collegemenfess' twitter account on the interest of university students following 58% of Kampus Merdeka activities. There is a positive and unionized influence on the use of twitter account @collegemenfess on the interest of students attending free Kampus Merdeka

Keywords: Social Media, Twitter @collegemenfess, Kampus Merdeka, Interest

1. PENDAHULUAN

Internet memberikan banyak manfaat untuk masyarakat serta menciptakan jenis interaksi sosial yang baru. Didukung oleh perkembangan informasi dan teknologi, masyarakat mempunyai jalan lain untuk bisa bercengkrama. Interaksi yang dilakukan manusia dengan menggunakan komputer serta internet ini membangun suatu konsep yang baru dan dinamakan media baru atau *new media* (Alyusi, 2016). Media baru memiliki ciri utama yaitu adanya saling keterikatan, dan kesempatan bagi individu untuk menerima maupun pengirim pesan. Media massa memiliki karakter dan sifat yang dinamis karena berada di mana-pun dan tidak bergantung pada lokasi. (Denis McQuail, 2011). Media sosial merupakan salah satu bagian dari konsep *New Media*. Menurut Wolf

(2018), media sosial adalah situs atau wadah yang memudahkan penggunanya untuk membuat profil dan visibilitas hubungan. Media sosial berbasiskan aplikasi web yang menawarkan tujuan untuk berbagi dalam grup serta obrolan. Peran media sosial memiliki pengaruh dalam pemenuhan informasi untuk penggunanya atau masyarakat. Media mempengaruhi cara seseorang untuk menangkap suatu informasi yang ada di dalamnya.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyimpulkan hasil dari survei yang dilakukan terhadap pengguna internet yang menggunakan media sosial bahwa 92,21% dari keseluruhan responden menjelaskan media sosial digunakan untuk dapat mengakses informasi/berita (APJII, 2022). Melalui pernyataan tersebut dapat

dijelaskan bahwa popularitas media sosial semakin meningkat tajam sebagai sumber masyarakat dalam mencari informasi dan wawasan baru.

Twitter merupakan bagian dari perkembangan media sosial. Dengan semakin berkembangnya, Twitter tidak hanya terbatas kepada mengunggah *tweets*, namun semakin berkembang dengan adanya sistem *retweet* (RT) atau wadah untuk "Tanya-Jawab" bagi para penggunanya. Pada aspek sosial, Twitter dinyatakan cukup piawai karena mampu menyediakan sistem yang canggih serta informasi yang cepat mengenai kegiatan yang seseorang lakukan melalui *tweet* (Nasrullah, 2016)

Di dalam Twitter, terdapat istilah yang dikenal dengan *autobase*. Menurut Agoestin (2019), *autobase* serupa dengan akun pribadi di Twitter pada umumnya. Hal yang membedakan akun pribadi dengan *autobase* adalah, *autobase* dapat mengunggah tulisan atau kicauan (*tweet*) dalam Bahasa Indonesia secara anonim.

Salah satu akun Twitter *autobase* yang masih akrab terdengar sampai sekarang adalah akun @collegemenfess yang mampu menjadi tempat bagi mahasiswa untuk menyebarkan informasi mengenai perkuliahan mulai dari info mengenai jurusan kuliah, tugas akhir, beasiswa serta kegiatan Kampus Merdeka. Seiring banyaknya *tweet* atau *menfess* yang bermunculan pada akun twitter @collegemenfess, penulis melihat beberapa minat mahasiswa membicarakan topik kegiatan kampus merdeka pada akun twitter @collegemenfess.

Kementrian, Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi menetapkan Merdeka

Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) di dalam peraturan Mendikbud No.3. Kebijakan ini dilakukan bertujuan agar mampu mempersiapkan mahasiswa dari perguruan tinggi yang bisa memenuhi lika-liku perubahan dunia kerja dan perkembangan teknologi yang dinamis. Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang dirancang oleh Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi menyediakan hak belajar di luar program studi dengan ketentuan dua semester di luar Perguruan Tinggi serta satu semester di luar program studi internal untuk mahasiswa. Adapun beberapa aktivitas belajar di luar perguruan tinggi diantaranya: Pertukaran Pelajar, Magang, Kampus Mengajar, Penelitian/riset, Proyek Kemanusiaan, Kegiatan Wirausaha, Studi Independen serta Kuliah Kerja Nyata Tematik (Ditjen Dikti, 2020). Kesimpulan dari program ini bertujuan agar mahasiswa dan dosen mempunyai kemahiran yang beragam serta menghasilkan ilmu pengetahuan dan kecakapan karakter individu (Rodiyah, 2021).

Berhubungan dengan penjelasan latar belakang serta data pendukung yang telah dijelaskan oleh penulis, maka penulis ingin melakukan penelitian yang lebih lanjut apakah terdapat pengaruh penggunaan akun twitter @collegemenfess terhadap minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka.

Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh penggunaan akun twitter @collegemenfess terhadap minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka?

Tujuan Penelitian

Untuk menjelaskan apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial twitter @collegemenfess terhadap minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka.

2. KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Komunikasi digunakan dengan banyak orang serta memanfaatkan media massa sebagai wadahnya (Morissan, 2013).

Koran, majalah, televisi serta internet adalah sebutan bagi media massa yang telah ada dari berpuluh - puluh tahun yang lalu tapi tetap dipakai, diperlukan dan digunakan hingga saat ini. Adapun beberapa karakteristik dari Komunikasi Massa, yaitu: Komunikasi massa bersifat umum, komunikasi bersifat heterogen, Media massa menimbulkan keserempakan, serta Hubungan komunikator-komunikasi bersifat nonpribadi (Burhan Bungin, 2009).

Media Sosial Twitter

Media sosial adalah wadah atau tempat yang ditujukan pada eksistensi audiens dan mampu menyediakan aktifitas serta berkolaborasi. Oleh sebab itu, media sosial mampu disebut menjadi penyedia atau fasilitator daring yang memperkuat hubungan antar pengguna. (Nasrullah, 2016). Fokus dalam penelitian ini, membahas mengenai media sosial Twitter.

Jenis media sosial yang berbentuk *Microblog* adalah Twitter. Media sosial ini membebaskan para penggunanya untuk berkomunikasi secara virtual dengan cara mengirim dan membaca pesan dalam bentuk

teks. Pada pengoperasiannya, Twitter hanya mampu mengirimkan gagasan dengan maksimal jumlah 280 karakter *tweet*. Tidak hanya berbentuk pesan teks, penggunaannya mampu menambahkan gambar, video, *GIF*, *polls*, serta keterangan lokasi (Nasrullah, 2016).

Menurut buku *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web* (Solis, 2010) terdapat 4 indikator dalam penggunaan sosial media, terdiri dari:

a. Context

Bagaimana cara pengguna menciptakan sebuah informasi (pesan) membentuk sebuah cerita atau pesan

b. Communication

Cara audiens untuk mengomunikasikan informasi yang meliputi mendengarkan, serta merespon untuk membuat pengguna merasa nyaman

c. Collaboration

Kolaborasi yang berada di media sosial antara *audiens* dengan sebuah akun dan bertujuan untuk menciptakan hal baik yang lebih efisien

d. Connection

Hubungan (koneksi) yang terbangun karena melakukan suatu hal secara terus-menerus sehingga pengguna merasakan kedekatan secara personal dengan sebuah akun.

Minat

Menurut Saleh (2004), minat merupakan suatu perilaku individu untuk menyampaikan perhatian dan tindakan terhadap orang, kegiatan serta objek. Adapun unsur-unsur dari minat antara lain:

1. Perhatian
Perlakuan seorang individu akan memusatkan pikiran dan tenaganya untuk mencermati sebuah objek yang dikehendakinya
2. Keingintahuan
Sifat individu yang ingin memperoleh informasi terhadap suatu objek.
3. Perasaan
Bentuk ekspresi suka seseorang terhadap sesuatu
4. Kesiapan bertindak
Bentuk dari adanya kesiapan diri untuk mengikuti sesuatu
5. Kecenderungan untuk terlibat
Keinginan individu untuk menjadi bagian dari sesuatu.

Teori *Uses and Effect*

Menurut Rohim (2009), teori *uses and effect* membahas mengenai campuran antara teori tradisional mengenai *effect* serta *teori uses and gratification*. Inti dari pemikiran ini memberikan ilmu pengetahuan bagaimana media yang digunakan dapat menghasilkan pengertian dan asumsi tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa (Konsep *Uses*). Teori ini mendeskripsikan kaitan antara para pengguna media massa dengan komunikasi massa yang disalurkan melalui media massa (*Effect*).

3. METODE PENELITIAN

Metode yang dipergunakan di dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif disertai pendekatan eksplanatif. Batasan responden yang mengisi kuisisioner ini adalah mahasiswa semester satu sampai semester tujuh dan mengikuti akun Twitter @collegemenfess.

Sampel penelitian ini menggunakan 100 responden. Survei atau cara penyebaran data pada penelitian menggunakan kuisisioner. Di dalam penelitian ini, peneliti memakai uji analisis regresi linier sederhana yang ditujukan untuk menguji hubungan serta besaran sebuah variabel independen dengan variabel independen lainnya (Priyono, 2016).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Cakupan responden dalam penelitian ini adalah para pengikut akun Twitter @collegemenfess yang berada pada mahasiswa semester satu sampai semester tujuh. Jumlah responden yang turut berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini sejumlah 100 responden. Mayoritas jenis kelamin responden penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah 89% serta laki-laki berjumlah 11%.

Adapun mahasiswa yang mengisi kuisisioner penelitian ini adalah semester 2 sebesar 9%, semester 4 sebesar 24%, semester 6 sebesar 18% serta semester 8 sebesar 49%. Usia responden 21 - 22 tahun sebesar 27% menjadi usia yang mendominasi penelitian ini. Mayoritas mahasiswa yang mengisi penelitian ini mengetahui pemberitaan mengenai kegiatan kampus merdeka melalui media sosial (TikTok, Instagram, Twitter) sebesar 70%. Serta, informasi terakhir yang ditampilkan dalam penelitian ini, program kampus merdeka yang paling diminati oleh responden 75% program magang, 42% pertukaran pelajar, 21% kampus mengajar.

Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @collegemenfess

Pada penelitian ini, variabel Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @collegemenfess diukur menggunakan indikator dari Solis (2010) Rata-rata keseluruhan skor jawaban responden terhadap variabel Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @collegemenfess adalah 3,59. Hal ini berarti penggunaan akun twitter @collegemenfess mempunyai tingkat yang tinggi. Nilai tertinggi yang tergolong dalam kategori sangat baik/tinggi pada variabel ini terdapat pada pernyataan "Isi pesan mengenai Kampus Merdeka yang disampaikan oleh @collegemenfess bermanfaat bagi saya" dengan skor 4.19.

Minat Mahasiswa Mengikuti Kegiatan Kampus Merdeka

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini dari Saleh (2004) dan diperuntukkan untuk mengukur unsur - unsur minat. Rata-rata keseluruhan skor jawaban responden terhadap variabel Minat Mahasiswa Mengikuti Kegiatan Kampus Merdeka adalah 3,44. Hal ini berarti minat mahasiswa dalam mengikuti kegiatan kampus merdeka berada pada peringkat sangat tinggi. Pernyataan "Saya senang karena akun @collegemenfess menyampaikan informasi mengenai kegiatan Kampus Merdeka" memiliki skor rata-rata tertinggi sebesar yaitu 4.19 yang tergolong pada kategori atau sangat tinggi.

Pembahasan

Akun Twitter @collegemenfess merupakan akun *auto base* Twitter seputar pendidikan yang ada di Indonesia dengan

1.148.816 followers. Akun @collegemenfess ini menjadi tempat bagi mahasiswa untuk membagikan kabar (informasi) seputar perkuliahan seperti skripsi, beasiswa, dan juga kegiatan Kampus Merdeka. Kampus Merdeka merupakan komponen yang dirancang langsung oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia. Program ini menawarkan peluang baru kepada mahasiswa untuk melatih semua keterampilan yang mereka miliki yaitu dengan langsung terjun ke dunia pekerjaan agar bisa menyiapkan potensi diri di masa depan (Tanzani, 2022).

Tingkat hubungan variabel (X) Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @collegemenfess terhadap variabel (Y) Minat Mahasiswa Mengikuti Kegiatan Kampus Merdeka berada pada taraf kuat dikarenakan hasil nilai R yang diperoleh sebesar 0,784. Nilai ini mempunyai arti bahwa semakin tinggi penggunaan akun Twitter @collegemenfess maka akan semakin tinggi juga minat mahasiswa dalam mengikuti kegiatan kampus merdeka.

Terdapat persamaan regresi $Y = 14.466 + 0.840X$, berdasarkan hasil temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi bernilai positif. Nilai ini menunjukkan bahwa dikarenakan adanya persamaan yang bernilai positif, dapat dibuktikan bahwa hubungan variabel x dan y adalah searah. Setiap terjadi peningkatan penggunaan akun Twitter @collegemenfess maka minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka juga akan semakin meningkat. Nilai besaran antara pengaruh Penggunaan Akun Twitter @collegemenfess dan Minat Mahasiswa Mengikuti Kegiatan Kampus Merdeka mampu

disimpulkan dari nilai R Square. Nilai yang diperoleh dalam R Square adalah 0,584 yang berarti pengaruh penggunaan akun Twitter @collegemenfess terhadap minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka sebesar 58% sedangkan 42% dipengaruhi karena adanya variabel asing yang berada di luar penelitian.

Teori yang diaplikasi dalam penelitian ini adalah *uses and effect* yang menjelaskan bagaimana pengaruh penggunaan akun Twitter @collegemenfess terhadap minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka.

Teori *uses and effect* apabila dikontekskan oleh peneliti ke dalam penelitian ini, maka pengaruh penggunaan akun Twitter @collegemenfess berperan sebagai *uses* dan minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka sebagai *effect*. Peran tersebut berarti baik atau buruknya minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka merupakan hasil yang diperoleh dari adanya penggunaan media yang dilakukan. Teori *Uses and Effect* mampu diaplikasikan ke dalam penelitian ini karena didukung oleh hasil dari uji analisis regresi yang berarti bahwa minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka dipengaruhi oleh penggunaan akun twitter @collegemenfess sebesar 58%.

5. KESIMPULAN

Pertama, hasil dari variabel penggunaan akun twitter @collegemenfess (X) dengan indikator *context, communication, collaboration, connection* memiliki nilai 3,5 dan tergolong pada kategori tinggi. Serta, pada variabel minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka (Y) dengan indikator yaitu

perhatian, keingin-tahuan, perasaan, kesiapan bertindak, kecenderungan untuk terlibat mendapat nilai 4.4 yang berada pada tingkat yang sangat tinggi.

Kedua, akun twitter @collegemenfess berpengaruh terhadap minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka. Hal ini juga menunjukkan persamaan yang bernilai positif, artinya kedua variabel ini mempunyai hubungan yang searah, pada saat penggunaan akun Twitter @collegemenfess meningkat, maka minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka juga semakin baik. Minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka 58% dipengaruhi oleh Penggunaan akun Twitter @collegemenfess. Sisanya yakni sebanyak 42% dipengaruhi karena adanya variabel asing yang berada di luar penelitian.

Ketiga, hasil yang ditunjukkan oleh uji hipotesis yang bersamaan dengan uji analisis regresi linear sederhana pada penelitian ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Hal tersebut menandakan bahwa pengaruh penggunaan akun Twitter @collegemenfess terhadap minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka memiliki pengaruh yang positif serta signifikan. Dimana apabila pengaruh penggunaan akun Twitter @collegemenfess mengalami peningkatan, maka minat mahasiswa mengikuti kegiatan kampus merdeka juga akan meningkat.

Saran

Pertama, bagi admin pengelola akun Twitter @collegemenfess untuk lebih sering mengadakan sesi open *follow back* agar makin terbarnya kerja sama antara akun Twitter @collegemenfess dan penggunanya untuk membuat persebaran mengenai informasi

kegiatan Kampus Merdeka yang lebih efektif dan efisien.

Kedua, untuk peneliti berikutnya yang hendak meneliti atau meneruskan penelitian ini agar memeriksa, memperkuat dan mengoreksi hasil dari penelitian sebelumnya. Serta, diharapkan agar mendalami penelitian ini dengan meneliti alasan terdapatnya pengaruh dengan metode kualitatif.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin Burhan. (2009). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, Andy, & Hamid. (2013). *Teori Komunikasi Massa* Bogor: Ghalia Indonesia.
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Buku 1 Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rodiyah, R. (2021). Implementasi program merdeka belajar kampus merdeka di era digital dalam menciptakan karakter mahasiswa hukum yang berkarakter dan profesional. In *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang* (Vol. 7, No. 2, pp. 425-434).
- Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley & Sons.
- Saleh, Abdul Rahman (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa, edisi Kedelapan (The Media of Mass Communication,)*. Diterjemahkan Oleh Tri Wibowo BS, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wasko, M.M & Faraj, S. (2005). Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice. *MIS Quarterly*, 29, 1, pp.35-57.

Jurnal dan Skripsi:

- Jafar, Hadawiah, & Zelfia. (2021). Pengaruh Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Di Makassar. *RESPON*, 3(3).
- Putri, Suryawati, & Pradipta. (2021). PENGARUH TERPAAN DRAMA KOREA TERHADAP PENGGUNAAN BAHASA KOREA PADA REMAJA DI KOTA DENPASAR.
- Hidayat, Nasution, & Yahya. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Baca Generasi Z (Survey Pada Followers Akun Twitter @cnnindonesia) *Tabayyun*, 2(1), 27-33.
- Kamertaya, Purnawan & Gelgel (2022). Pengaruh Terpaan Berita Efek Vaksin COVID-19 di Instagram@ detikcom Terhadap Persepsi Remaja Di Kota Denpasar Tentang Vaksin COVID-19.
- Utari, Purnawan, & Gelgel. (2021). Pengaruh Terpaan Media Sosial Twitter Terhadap Kepekaan Sosial Remaja di Kota Denpasar (Studi Pada utas "Twitter Please do Your Magic").