

Pengaruh Terpaan Media Sosial *Twitter* Terhadap Kepekaan Sosial Remaja di Kota Denpasar (Studi Pada utas “*Twitter Please do Your Magic*”)

Nyoman Larashati Putri Utari¹⁾, Ni Luh Ramaswati Purnawan²⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel³⁾

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

Email: larashatiputrishwl@gmail.com¹, ramaswati.purnawan@unud.ac.id², rasamanda13@gmail.com³

ABSTRACT

In this global era, social media has become part of people's daily lives, Twitter as an example. Twitter's popularity has increased since 2018, and a trend has emerged for the use of "Twitter, please do your magic". The purpose of this study is to discover how Twitter as a social media affects the adolescent's social sensitivity in Denpasar City. This study uses associative quantitative research methods using uses and effects as the theoretical base and involves up to 70 adolescent respondents. The data analyzed using simple linear regression. The result of this research indicate the level of exposure Twitter "Twitter please do your magic" on the adolescent's social sensitivity in Denpasar City is in the medium range, but it is known to have a positive and significant influence value. Every increase detected in exposure of "Twitter please do your magic", the adolescent's social sensitivity in Denpasar City will also increase.

Keywords: *Twitter, Social Sensitivity, Social Media Exposure, Uses and Effects*

1. PENDAHULUAN

Internet menjadi sebuah bagian dari keseharian masyarakat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat tiap tahunnya secara cepat dan signifikan, dengan data yang tercatat pada tahun 2020 melalui *website* yang bersumber dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tercatat peningkatan signifikan sebanyak 196,7 juta jiwa masyarakat Indonesia yang telah melek internet (*apjii.or.id*, 2020).

Tingginya pengguna internet di Indonesia, dibarengi dengan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan informasi. data statistik oleh *Statista* mencatat paling banyak pengguna aktif media sosial di Indonesia pada tahun 2020 yakni masyarakat berusia 25-34 tahun, dimana golongan usia ini merupakan usia dalam kategori masyarakat produktif, dengan rincian laki-laki 20,6% dan perempuan sebanyak 14,8%.

Salah satu media sosial yang kembali populer saat ini salah satunya adalah *Twitter*. Basis pengguna global media sosial *Twitter* pada awal hingga pertengahan tahun 2018 tercatat naik drastis dengan jumlah pengguna aktif bulanan mencapai 330 juta dan 145 juta pengguna aktif setiap harinya pada tahun 2019. Indonesia tercatat sebagai negara kelima terbesar pengguna *Twitter* setelah Inggris serta negara besar lainnya (*kominfo.go.id*, 2020). Kebanyakan dari pengguna situs jejaring sosial *Twitter* menggunakan *Twitter* sebagai wadah untuk sekedar memperbaharui informasi atau bahkan dengan menyurahkan isi hati melalui pesan *Tweets*, sampai kemudian munculnya sebuah tren dikalangan pengguna *Twitter*, yakni "*Twitter please do your magic*". Tren ini muncul dengan bentuk *thread* atau utas mengenai informasi berupa ajakan untuk saling membantu antar sesama yang membutuhkan. Dengan ramainya *user* yang membagikan informasi melalui "*Twitter please do your magic*" ini menjadi suatu bentuk gerakan positif dari penggunaan media sosial guna meningkatkan rasa *social-humanity* yang juga akan meningkatkan rasa kepedulian dan kepekaan sosial antar sesama.

Munculnya tren yang sering digunakan oleh pengguna media sosial *Twitter*, *Twitter please do your magic* menjadi salah satu fenomena menarik dengan mengetahui fungsi media sosial *Twitter* yang pada awalnya sebagai sumber informasi serta media hiburan ternyata bisa dialihfungsikan sebagai suatu wadah untuk meningkatkan rasa kemanusiaan, utamanya rasa kepekaan sosial. Hal inilah yang kemudian menjadi dasar untuk mencari pengaruh terpaan media sosial *Twitter* terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar, studi pada *Twitter please do your magic*.

Rumusan Masalah

Beranjak dari fenomena yang menjadi latar belakang penelitian ini, kemudian dapat ditarik rumusan masalah yang mendasari penelitian ini, yaitu bagaimana pengaruh terpaan media sosial *Twitter* "*Twitter please do your magic*" terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar?

Tujuan Penelitian

Bila ditarik akar dari rumusan masalah yang disebutkan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan media sosial *Twitter* "*Twitter Please Do Your Magic*" terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar.

2. KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Menurut Gerbner dikutip oleh Rahmat dalam Elvinaro (2007:3), Komunikasi massa merupakan sesuatu yang diproduksi serta didistribusi berlandaskan teknologi dan institusi terhadap pesan untuk khalayak yang disebarkan secara terus menerus. Komunikasi massa yang penyebarannya melalui media massa ini memiliki sifat yakni satu arah atau *one way traffic* dengan hasil produk atau penyampaian pesan ditujukan untuk khalayak tanpa memerlukan adanya proses lanjutan timbal balik dalam produksinya. Effendy (1993), menjabarkan adanya fungsi yang dapat diperoleh dari komunikasi massa, yaitu Fungsi Informasi, Fungsi Pendidikan, Fungsi Mempengaruhi, serta Fungsi Hiburan.

Media Sosial

Dr. Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial (2016:13) mengungkapkan sebuah definisi singkat bahwa media sosial adalah bagian dari media massa menjadi bagian dari media baru atau *new media* dan berfungsi sebagai media atau perantara yang menggunakan jaringan internet dalam pengoperasiannya guna menjadi wadah untuk penggunaanya bisa saling berinteraksi, berbagi,

bekerjasama, dengan pengguna lainnya, sehingga antar pengguna bisa terbentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial juga adalah sarana baru bagi pengguna melakukan komunikasi interpersonal namun tidak bertatap muka dengan langsung, melainkan dengan menggunakan media dalam hal ini adalah gawai, melalui *platform* media sosial itu sendiri (secara virtual). Dennis McQuail (2011), mengemukakan pandangan bahwa terdapat kelebihan yang ditonjolkan oleh media sosial dibandingkan dengan media lama, yaitu *Interactivity, Social Presence, Media Richness, Autonomy, Playfulness, Privacy*, serta *Personalization*.

Terpaan Media

Terpaan media menurut Effendy (2009:124) merupakan keadaan yang dialami pada khalayak melalui pesan atau informasi yang didapatkan melalui media massa. Terpaan media merupakan tingkat konsumsi khalayak terhadap informasi yang didapatkan melalui media massa yang dapat diukur melalui durasi yakni lamanya waktu yang dibutuhkan oleh khalayak, frekuensi yaitu berapa sering khalayak mengonsumsi serta pengetahuan khalayak akan isi dari informasi yang diterima (McQuail, 1994:430).

Teori *Uses and Effects*

Teori *uses and effects* pada awalnya dikemukakan oleh Sven Windahl (dalam Rohim 2009) yang memiliki kemiripan antara pendekatan *uses and gratification* dan teori-teori lama mengenai *effects*. Teori ini berhubungan langsung dengan pengguna, media, *audience*, serta efeknya (hasil). Amri (1988) menjelaskan adanya tiga dimensi efek komunikasi massa yaitu: kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi tingkat kesadaran khalayak, efek efektif meliputi tingkat emosi, perasaan, dan sikap khalayak, efek konatif meliputi perilaku dan niat khalayak untuk melakukan sesuatu.

Kepekaan Sosial

Social sensitivity (kepekaan sosial) adalah sebuah kemampuan dimana khalayak sebagai makhluk sosial dapat merasakan serta mengamati reaksi maupun melalui rasa emosional orang lain yang ditunjukkan baik secara verbal maupun non verbal. Rohima, (2018:9) memiliki anggapan dimana kepekaan sosial atau *social sensitivity* adalah kemampuan seseorang memberikan reaksi spontan dan tepat terhadap sesama atau situasi yang ada disekitarnya. Dapat disimpulkan bahwa kepekaan sosial adalah suatu respon atau reaksi dengan memberikan perhatian serta kepedulian terhadap

keadaan disekitarnya yang dilakukan atas kemauan sendiri tanpa paksaan. Kepekaan sosial merupakan bagian dari dimensi kecerdasan sosial. Menurut Anderson (dalam Safaira 2005) Adanya empat dimensi dari kepekaan sosial, yaitu *Emphatic Concern, Perspective taking, Fantasy, Personal distress*.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan desain penelitian studi asosiatif yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner sebagai instrumen utama penelitian. Responden dari penelitian ini adalah remaja usia 15-21 tahun yang berdomisili di Kota Denpasar, pengguna media sosial *Twitter* dan pernah melihat unggahan "*Twitter please do your magic*" sekurang-kurangnya satu kali. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 70 responden. Untuk melihat pengaruh terpaan media sosial *Twitter* terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar, digunakan analisis regresi linier sederhana.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

pengguna global media sosial *Twitter* pada awal hingga pertengahan tahun 2018 tercatat naik drastis dengan jumlah pengguna aktif bulanan mencapai 330 juta dan 145 juta pengguna aktif setiap harinya pada

tahun 2019. Indonesia tercatat sebagai negara kelima terbesar pengguna *Twitter* setelah Inggris serta negara besar lainnya. Munculnya tren berupa utas "*Twitter please do your magic*" menjadi salah satu fenomena menarik karena menjadi sebuah wadah untuk meningkatkan rasa kemanusiaan melalui media sosial. Penduduk Kota Denpasar merupakan yang paling

Dalam penelitian ini, responden yang terpilih adalah 70 orang responden dengan kriteria remaja yang memiliki usia 15-21 tahun, berdomisili di Kota Denpasar, menggunakan media sosial *Twitter* serta pernah melihat postingan yang berisi "*Twitter please do Your Magic*" sekurang-kurangnya satu kali. Dalam distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, penelitian ini didominasi oleh responden perempuan dengan presentase sebesar 88,6% atau berjumlah 62 orang sedangkan 11,4% lainnya adalah responden laki-laki atau berjumlah 8 orang. Berdasarkan domisili, penelitian ini didominasi oleh responden yang berdomisili di Denpasar Utara yaitu 31,4% atau 22 orang sedangkan responden yang berdomisili di Denpasar Timur merupakan responden minoritas karena hanya sebesar 12,9% atau sebanyak 9 orang. Jenis pekerjaan responden yang mendominasi

signifikan mengalami laju pertumbuhan penggunaan internet disbanding kabupaten lainnya di Provinsi Bali, pada tahun 2020 melalui website Badan Pusta Statistik Provinsi Bali tercatat adalah total 81.550 pengguna yang menggunakan internet dan sudah termasuk media sosial *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*.

Demografi Responden

penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase 87,1% atau sebanyak 61 orang. Usia responden yang mendominasi penelitian ini adalah responden yang berusia 21 Tahun yaitu sebesar 64,3% atau sebanyak 45 orang sedangkan responden yang paling muda adalah responden yang berusia 16 Tahun yaitu 1,4% atau sebanyak 1 orang.

Terpaan Media Sosial Twitter "Twitter please do your magic"

Hasil rata-rata pada tujuh pernyataan mengenai terpaan media sosial *Twitter* adalah 2,95 yang menunjukkan indikasi interval nilai sering atau tinggi. Indikasi ini menandakan bahwa rata-rata jumlah keseluruhan responden dari penelitian ini sering mengalami terpaan media sosial *Twitter* "*Twitter please do your magic*".

Kepekaan Sosial Remaja di Kota Denpasar

Delapan pernyataan menunjukkan hasil nilai rata-rata yakni sebesar 2,90 yang menunjukkan indikasi interval nilai sering atau tinggi. Hal tersebut dapat menjadi indikasi bahwa rata-rata dari jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini memiliki kepekaan sosial yang tinggi.

Pembahasan

Hasil dari analisis regresi linier sederhana ditemukan bahwa ketika responden tidak mengalami terpaan media sosial *Twitter*, maka kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan terpaan media sosial *Twitter* “*Twitter please do your magic*”, kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar juga akan semakin meningkat. Persamaan regresi linier sederhana yang bernilai positif membuktikan bahwa hubungan antara terpaan media sosial *Twitter* terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar adalah searah. Besarnya pengaruh variabel terpaan media sosial *Twitter* terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar dipengaruhi oleh terpaan sosial media *Twitter* sebesar 44,1%, namun untuk selebihnya yaitu 55,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya diluar

dari penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat terpaan media sosial *Twitter* “*Twitter please do your magic*” terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar termasuk dalam tingkatan kategori sedang.

Variabel diluar penelitian yang dimaksud dapat berasal dari berbagai faktor yakni demografi responden yang beragam, seperti faktor domisili dimana dari 70 orang jumlah keseluruhan responden paling banyak berasal dari kecamatan Denpasar Utara yakni sebesar 31,4%, sedangkan berdasarkan pekerjaan didapatkan fakta bahwa 87,1% responden adalah pelajar/mahasiswa. Berdasarkan usia, responden dengan usia 21 tahun mendominasi yakni sebanyak 64,3%. Selain itu, peneliti mendapatkan fakta terkait seberapa sering responden menggunakan media sosial *Twitter*, didapatkan bahwa 77,1% responden menggunakan media sosial *Twitter* sebanyak 1-5 kali sehari. Lamanya penggunaan media sosial *Twitter* ditemukan bahwa jawaban responden untuk 10-15 menit dan >1jam adalah seri yakni sebesar 27,1%. Kemudian terdapat jawaban sebanyak 94,3% didapatkan bahwa responden pernah melihat postingan “*Twitter please do your magic*” dan sebanyak 70% responden pernah melihat postingan “*Twitter please do your magic*” menjadi

trending topik di *Twitter* serta 91,4% responden menyatakan tertarik membaca utas postingan "*Twitter please do your magic*"

5. KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil serta pembahasan yang sudah dijelaskan, dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

Pertama, Hasil dari persamaan analisis regresi linier sederhana didapatkan bernilai positif yang membuktikan nilai antara terpaan media sosial *Twitter "Twitter please do your magic"* terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar searah. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan terpaan media sosial *Twitter "Twitter please do your magic"*, maka kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar juga akan semakin meningkat. Kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar dipengaruhi oleh terpaan sosial media *Twitter* sebesar 44,1%, namun untuk selebihnya yaitu 55,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya diluar dari penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat terpaan media sosial *Twitter "Twitter please do your magic"* terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar termasuk dalam tingkatan kategori sedang.

Kedua, Hasil yang ditunjukkan pada analisis data memperlihatkan bahwa

skor rata-rata pada tiga indikator terpaan media adalah 2,95 yang menunjukkan indikasi interval nilai sering atau tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari remaja di Kota Denpasar yang terpilih menjadi responden pada penelitian ini sering mengalami terpaan media sosial *Twitter "Twitter please do your magic"*

Ketiga, Tingkat kepekaan sosial rata-rata remaja di Kota Denpasar yang menjadi responden dalam penelitian ini terhitung tinggi dengan hasil skor rata-rata adalah 2,90 pada empat indikator kepekaan sosial. Hal tersebut menunjukkan indikasi bahwa *social sensitivity* atau kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar dapat dikatakan tinggi.

Keempat, *Uses and effect* yang menjadi landasan dalam penelitian ini jika dikaitkan secara langsung, dapat diketahui bahwa pengaruh terpaan media sosial *Twitter "Twitter please do your magic"* pada penelitian ini mengambil peran sebagai *uses*, sedangkan kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar adalah sebagai *effect*. Sehingga, tingkat tinggi atau rendahnya kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar pada penelitian ini merupakan efek atau hasil yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial *Twitter "Twitter please do your*

magic". Efek dari penggunaan media sosial *Twitter* dengan menelisis fenomena "*Twitter please do your magic*" ini diharapkan akan menimbulkan hasil berupa melakukan gerakan-gerakan amal atau *charity* secara langsung kepada orang-orang yang membutuhkan bantuan. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan fakta bahwa hasil atau efek dari kepekaan sosial dengan melakukan kegiatan amal secara langsung mendapatkan respon dari 70 orang total jumlah responden bahwa 29 orang atau 41,4% menjawab sangat setuju untuk melakukan kegiatan amal secara langsung, sebanyak 26 orang atau 37,1% yang menyatakan setuju, 13 orang atau 18,6% yang menyatakan tidak setuju serta 2 orang atau 2,9% respon menyatakan sangat tidak setuju. Dengan respon terbanyak adalah suara sangat setuju, maka dapat diketahui bahwa *uses and effects theory* yang menjadi landasan dalam penelitian ini telah terbukti.

Kelima, Hasil yang ditunjukkan oleh uji hipotesis yang bersamaan dengan uji analisis regresi linier sederhana pada penelitian ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Hal tersebut menandakan bahwa terpaan media sosial *Twitter* "*Twitter please do your magic*" terhadap kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar terdapat

pengaruh yang positif serta signifikan. dimana apabila terpaan media sosial *Twitter* "*Twitter please do your magic*" mengalami peningkatan, maka kepekaan sosial remaja di Kota Denpasar juga akan meningkat.

Saran

Dalam proses pembuatan penelitian ini, selain peneliti mengharapkan agar penelitian ini bisa menjadi salah satu acuan akademis, peneliti mendapatkan sejumlah informasi-informasi baru dan juga ilmu pengetahuan tambahan. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa adanya beberapa hambatan yang peneliti temukan dalam pembuatan penelitian ini. Maka dari itu, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang ditemukan dari hambatan-hambatan tersebut yang diharapkan bisa bermanfaat.

Pertama, peneliti ingin menyampaikan saran kepada pengguna media sosial tidak hanya khusus pada media sosial *Twitter* saja untuk terus berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran *social sensitivity* atau kepekaan sosial masyarakat dengan terus menyebarkan informasi berupa ajakan kegiatan-kegiatan sosial antar sesama. Hal ini dikarenakan seiring dengan isu globalisasi yang meningkat, tingkat kepekaan sosial masyarakat semakin

menurun karena gaya hidup individualistis yang semakin meningkat.

Kedua, peneliti ingin menyampaikan saran kepada generasi muda atau remaja di era digital global ini untuk ikut berpartisipasi meningkatkan rasa kemanusiaan tepatnya kepekaan sosial mulai dari dalam diri sendiri. Berkaca dari gaya hidup individualis yang disebabkan dari penggunaan media yang terlalu berlebihan, maka untuk menghindari hal tersebut peneliti berharap penggunaan media sosial dapat digunakan untuk mencari informasi-informasi positif seperti kegiatan sosial, bakti sosial, dan lain-lain.

Ketiga, kepada peneliti yang akan melanjutkan penelitian dengan mengambil fenomena yang sejenis dikemudian hari, peneliti berharap agar penelitian ini bisa menjadi salah satu acuan atau referensi untuk mengetahui lebih dalam mengenai variabel pengaruh terpaan media sosial maupun variabel kepekaan sosial agar nantinya bisa dikembangkan sehingga penelitian serupa bisa menjadi lebih dalam dan lebih luas lagi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Elvinaro Andranto, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung:Refika Offset,2007), hlm.3.
- Hootsuite (We Are Social). (2020), *Digital report 2020*. [Online]. Tersedia: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung: Remaja Rosdakarya,2003), hlm. 152.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sarwono Sarlito W, (2004), *Psikologi Remaja*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sosiawan, E. Arief, (2011), *Penggunaan Situs Jejaring Sosial Sebagai Media Interaksi Dan Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa*.
- Sutrisna, Tria. (2019), *Twitter, Please Do Your Magic: Tunjukkan Warganet Indonesia Saling Bantu Lewat Medsos*. [Online]. Tersedia: <https://akurat.co/iptek/id-901179-read-twitter-please-do-your-magic-tunjukkan-warganet-indonesia-saling-bantu-lewat-medsos>
- Tim APJII, (2020), *Survei Pengguna internet APJII 2019 Q II-2020*. Buletin APJII Edisi74. [Online]. Tersedia: <https://apjii.or.id/content/read/104/503/>

Buletin-Apji-Edisi-74-
November-2020

We Are Social, Inc. (2019), *Digital report 2019*. [Online]. Tersedia: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Wiguna, I Putu Kumara; Amanda Gelgel, Ni Made Ras; Pradipta,

Ade Devia. Pengaruh Terpaan Berita Pilgub Bali Di Instagram @Tribunbali Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Kabupaten Tabanan Dalam Pilkada 2018. E-Jurnal Medium, [S.L.], V. 1, N. 1.