

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan ilmu pengetahuan telah membawa perubahan besar dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi salah satunya yaitu internet. Jejaring internet telah digambarkan sebagai salah satu fitur paling signifikan dalam dunia modern. Dengan kemajuan jaringan internet, dialog yang terjadi tidak terbatas pada pertemuan tatap muka secara fisik, tetapi juga dapat dilakukan melalui media online.

Media sosial adalah fenomena di mana kita semua terlibat dalam kapasitas jaringan *hiper-ekspansionis*. Dari semua disiplin ilmu, orang mulai menjadi bagian dari media sosial, yang menciptakan jenis baru masyarakat berjejaring. Istilah media sosial mengacu pada teknologi berbasis komputer yang memfasilitasi berbagai ide, pemikiran, dan informasi melalui jaringan dan komunitas virtual. Media sosial berbasis internet dapat memberi penggunanya komunikasi konten elektronik yang cepat, seperti informasi pribadi, dokumen, video, dan foto. Pengguna terlibat dengan media sosial melalui komputer, tablet, atau smartphone melalui perangkat lunak atau aplikasi berbasis web. Media sosial dapat merujuk pada alat komunikasi internet apa pun yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten secara luas dan terlibat dengan publik (Dahlgren 2005).

Media sosial hadir dalam berbagai aktivitas yang mendukung teknologi. Kegiatan tersebut meliputi berbagi foto, blogging, jejaring sosial, berbagi video, jejaring bisnis, dunia maya, ulasan, dan lainnya. Bahkan pemerintah dan politisi memanfaatkan media sosial untuk terlibat dalam pemilihan suara. Bagi individu, media sosial digunakan untuk tetap berhubungan dengan teman dan keluarga besar (Boyd 2010). Beberapa orang akan menggunakan berbagai aplikasi media sosial untuk mengembangkan peluang karir, menemukan orang-orang di seluruh dunia dengan minat yang sama, dan berbagi pemikiran, perasaan, wawasan, dan emosi mereka. Mereka yang terlibat dalam kegiatan ini adalah bagian dari jaringan sosial virtual.

Ketika media sosial menjadi semakin mendarah daging dalam kehidupan kita sehari-hari, mudah untuk menghubungkan setiap platform dengan lingkungan fisik kita. Beberapa, seperti Twitter, mengkhususkan diri dalam berbagi tautan dan pesan tertulis singkat. Sama halnya dengan Twitter, aplikasi Facebook juga sebagai tautan dan pesan tertulis. Lainnya, seperti Instagram dan TikTok, dibuat untuk mengoptimalkan berbagi foto dan video. Masih banyak aplikasi media sosial lainnya seperti Youtube, LinkedIn, Snapchat, Tumblr, dll.

Apa yang membuat media sosial unik adalah luas dan relatif sedikit adanya batasan. Media sosial telah mengubah cara kita semua berinteraksi satu sama lain secara online. Ini memberi kita kemampuan untuk menemukan apa yang terjadi di dunia secara *real-time*, untuk terhubung satu sama lain dan tetap berhubungan dengan teman jarak jauh, juga untuk memiliki akses informasi dalam jumlah tak terbatas (Kruse, Norris, and Flinchum 2018). Dalam banyak hal, media sosial telah membantu banyak individu menemukan kesamaan dengan orang lain secara online, membuat dunia tampak lebih mudah didekati. Sebaliknya, ini berbanding terbalik dengan sarana komunikasi massa lainnya seperti surat kabar, stasiun radio, dan saluran televisi. Ada banyak jenis media sosial, dan banyak layanan dapat masuk ke dalam beberapa kategori. Tetapi, di sini peneliti memfokuskan penelitian ini pada jaringan sosial. Jejaring sosial mengkhususkan diri dalam menghubungkan dan bertukar pikiran, ide, dan konten dengan pengguna lain, seringkali dengan pengguna yang memiliki selera dan minat yang sama. Twitter adalah contoh jejaring sosial (Livingston and Lunt 2013).

Twitter telah menjadi semakin populer di kalangan akademisi serta mahasiswa, pembuat kebijakan, politisi, dan masyarakat umum. Sekarang, Twitter telah menjadi platform media sosial pilihan bagi banyak orang. Twitter adalah satu-satunya jejaring sosial di mana pengguna memiliki arena persaingan yang seimbang dan saluran komunikasi yang jelas dan ringkas tanpa batas. Twitter tidak hanya menarik audiens yang unik, tetapi juga membuat audiens yang kalian inginkan mudah untuk ditentukan (Ellen Sluis 2009). Karakteristik dan minat mudah dibedakan tidak hanya melalui profil, tetapi juga melalui tweet, retweet, tagar, dll, yang dibagikan oleh individu tersebut. Twitter juga mengembangkan sejumlah

faktor yang mendukung dan memengaruhi keterlibatan penggunaanya antara satu dengan yang lain. Faktor-faktor tersebut antara lain: foto, hastags, links, dan video.

Menurut laporan Statista bertajuk “*Forecast of the number of Twitter users in Indonesia from 2017 to 2025*”, pengguna Twitter di Indonesia diproyeksi akan mencapai 16,32 juta pengguna pada akhir 2021. Lebih lanjut, Statista juga memproyeksikan jumlah pengguna di Indonesia dapat mencapai 18,26 juta pengguna pada tahun 2025 mendatang. Mengapa Twitter menjadi platform media sosial yang lebih baik dibandingkan dengan media sosial lain? Dilansir dari DigitalMarketing, Twitter adalah sebuah platform di mana setiap orang dapat men-tweet pesan singkat dan dapat mengikuti minat yang sama. Mari kita bandingkan dengan Facebook. Facebook digunakan secara luas untuk tujuan pribadi yang melibatkan dalam mengobrol, berbagi foto dan media lain, menghubungi teman dan orang yang dikenal, dll. Twitter adalah umpan berita di mana pengguna dapat membaca topik terbaru, ini adalah platform di mana topik apa pun bisa menjadi viral di seluruh dunia. Ini tidak hanya berguna bagi pemasar tetapi juga baik untuk bisnis. Selain itu Facebook memiliki lebih banyak akun palsu dan karenanya tidak dapat dipercaya.

Jika kita dibandingkan dengan Instagram. Twitter lebih tentang berita sedangkan Instagram cenderung berbagi gambar dan itu semua tentang kesenangan dan periklanan. Keuntungan besar dari Twitter adalah untuk me-retweet dan kemampuan untuk menyisipkan tautan ke posting untuk mengarahkan tautan langsung ke situs web atau blog Anda sedangkan Instagram tidak memungkinkan untuk memposting ulang.

Media memiliki peran penting dalam perubahan sosial dengan memberdayakan ruang publik. Dilihat dari konteks sejarah para ahli yang berbeda telah sepakat bahwa media memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk ide-ide kita sendiri dan membangun posisi kita dalam masyarakat. Sosiolog dan filsuf Jerman Jurgen Habermas dalam bukunya *The structural transformation of the Public Sphere*, berpendapat bahwa pers telah berkontribusi dalam demokratisasi Eropa dengan menciptakan lingkungan yang cocok untuk diskusi dan kesepakatan antara warga yang terlibat politik. Kebebasan politik harus

dibarengi dengan masyarakat beradab yang terdidik dan sadar sosial untuk membicarakan peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Ketika memikirkan publik, seseorang membayangkan pertukaran pemikiran dan ide politik secara terbuka, seperti contohnya yang terjadi di balai kota. Gagasan ‘publik’ terkait erat dengan cita-cita demokrasi yang menyerukan partisipasi warga negara dalam urusan publik. Istilah ‘publik’ berkonotasi dengan gagasan tentang kewarganegaraan, kesamaan, dan hal-hal yang tidak bersifat pribadi, tetapi dapat diakses dan diamati oleh semua orang.

Konsep ruang publik sebagai media komunikatif yang demokratis telah diungkapkan oleh Jurgen Habermas sebagai pengikut Mazhab Frankfurt yang lebih dikenal sebagai Mazhab teori kritis. Berbicara tentang konsep ruang publik, perlu ditegaskan bahwa konsep ini telah lama menjadi jantung kajian komunikasi dan diskusi politik. Definisi luas dari ruang publik dapat ditemukan dalam literatur Habermas, seperti yang didefinisikan sebagai ranah kehidupan sosial di mana opini publik dapat dibentuk (Habermas 1964). Ini juga digambarkan sebagai area kehidupan sehari-hari di mana orang berkumpul dan mendiskusikan masalah kehidupan sehari-hari.

Ruang publik adalah sebuah konsep yang dipelajari secara luas dari berbagai disiplin ilmu seperti ilmu politik, sosiologi, dan ilmu komunikasi (Fuchs 2014). Sangat penting untuk berfungsinya demokrasi, memiliki proses yang terstruktur dengan baik yang menciptakan opini publik sebagai sintesis pemikiran individu yang bertindak untuk kepentingan bersama. Konsep ruang publik itu sendiri dan proses pembentukannya telah mengalami banyak perubahan sejak Jurgen Habermas pertama kali mengemukakan definisinya. Munculnya media baru dan perkembangan teknologi komunikasi telah membawa transformasi besar bahkan dalam konteks konseptual ruang publik dan wacana publik (Teune 2016).

Ruang publik dan publik terhubung secara tak terpisahkan satu sama lain seperti sistem dan komponennya, dan perlu menghasilkan hasil yang konsisten dalam tujuan yang ditetapkan tetapi, perbedaan antara keduanya sangat penting untuk kekuasaan negara yang terorganisir. Menganalisis media dari perspektif ruang publik berarti memfokuskan pada hubungan antara media dan demokrasi.

Ruang publik sebagai infrastruktur integrasi sosial melalui wacana publik sebagian besar didasarkan pada aktivitas media.

Habermas menjelaskan bahwa jika sesuatu bersifat publik, itu tandanya terbuka untuk semua. Tugas dari ruang publik adalah agar masyarakat dapat terlibat dalam “debat publik yang kritis” (Habermas 1991:52). Oleh karena itu, ruang publik membutuhkan media untuk informasi dan komunikasi yang dapat diakses oleh semua warga negara. Habermas juga berpendapat bahwa logika ruang publik tidak tergantung pada kekuatan ekonomi dan politik (Habermas 1991:36). Habermas dengan demikian menekankan bahwa ruang publik bukan hanya ruang komunikasi politik publik, tetapi juga ruang yang bebas dari sensor negara dan kepemilikan pribadi. Ini bebas dari kontrol partikularistik.

Alasan lain mengapa ada banyak antusiasme mengenai masa depan internet sebagai ruang publik berkaitan dengan kemampuannya untuk menghubungkan orang-orang dari berbagai latar belakang dan menyediakan forum untuk diskusi politik. Teknologi ini membawa janji untuk menyatukan orang, tetapi juga dapat menjadi bumerang terhadap mereka. Terlebih lagi, partisipasi yang lebih besar dalam diskusi politik, di dalam atau di luar, mungkin tidak menjamin demokrasi yang lebih stabil dan kuat.

Perubahan teknologi dan penyebaran yang cepat di dalamnya telah menjadikan dunia sebagai pasar global. Akar perubahan adalah dari teknologi informasi dan komunikasi yang telah mempengaruhi setiap keluarga di seluruh dunia dalam satu atau lain cara. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era baru yang dikenal sebagai *net generation* ini merupakan fungsi dari teknologi komputer yang telah memperluas pengetahuan baik anak-anak maupun orang dewasa secara bersama-sama. Ini membuka jalan untuk peningkatan penggunaan, keterjangkauan layanan internet dan pertumbuhan pesat teknologi informasi (Abdullahi, Said, and Ibrahim 2012). Akibatnya, gelombang baru teknologi informasi telah berdampak positif pada sistem sekolah kita dengan mengganti sempoa, tongkat hitung, biji-bijian, kerang, papan tulis, buku dan bentuk materi pembelajaran lainnya seperti radio.

Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa kemunculan informasi melalui internet telah mengubah wajah dunia karena komunikasi antar manusia tidak dibatasi oleh ruang atau jarak. Ekspansi teknologi global telah berlipat ganda menjadi sejumlah kecil jaringan yang telah dikembangkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan individu. Sekarang, individu dari semua kategori telah terikat pada satu alat berbasis web internet atau yang lain untuk dapat menerima atau menyebarkan informasi. Itu bisa berupa informasi tentang sumber daya, urusan sosial, ekonomi, pendidikan, politik atau masalah lain di antara pengguna internet.

Abad ke-21 merupakan periode era reformasi yang benar-benar *massive* yang dapat menjangkau hampir setiap tempat di mana kita berada. Sehingga memudahkan kita dalam mengakses informasi dengan menggunakan teknologi informasi yang juga dapat berfungsi sebagai alat komunikasi. Perubahan tersebut tentu saja membawa perubahan pada ekonomi, sosial dan budaya pada masyarakat, dan tentu saja pada generasi yang dibesarkan dalam masyarakat informasi, di mana penggunaan teknologi informasi sangat mendominasi berbagai bidang kehidupan manusia.

Remaja urban abad ke-21 menghabiskan hidup mereka dikelilingi oleh berbagai program, mainan, dan peralatan era digital. Mereka semua berbicara bahasa asli komputer dan video game, mp3 player dan internet. *Net generation* merupakan generasi muda yang tumbuh dengan teknologi informasi dan komunikasi modern yang dapat membentuk pola pikir mereka, yaitu pandangan tentang dunia di sekitar mereka. Saat menggunakan beberapa teknologi, mereka belajar untuk mengembangkan keterampilan baru dan menunjukkan pola perilaku baru. Juga dikenal sebagai ‘Milenial’ atau *digital natives*, karena mereka telah menjadi sasaran teknologi digital sepanjang hidup mereka dan menggambarkan mereka sebagai lebih unggul secara teknologi dibandingkan dengan kelompok yang lebih tua (Sugihartati 2014).

Net generation lahir antara Januari 1977 dan Desember 1997, yang pertama tumbuh dengan media digital. Dengan istilah ini *net generation* didefinisikan sebagai “imigran digital”. Biasanya hal ini berasal dari pemanfaatannya dengan platform inovatif yang tersebar luas dan secara khusus

mengacu pada kebutuhan dan tuntutan mereka, pada dasarnya untuk berinteraksi dengan orang lain yang seusia dengan mereka di dunia maya. Generasi ini dibesarkan dengan teknologi komputer dan internet sebagai hal yang lumrah. *Net generation* merupakan individu yang tumbuh dengan teknologi informasi dalam banyak aspek kehidupan mereka. Individu-individu ini memiliki bakat, sikap, harapan, dan gaya belajar yang mencerminkan lingkungan yang kaya teknologi di mana mereka dibesarkan (Sugihartati 2014).

Studi mengenai “*Bridging the Digital Divide Among the Net Generation Students and Digital Immigrant Teachers Using Social Media*” menjelaskan bahwa media sosial dapat digunakan untuk menjembatani kesenjangan digital antara siswa *net generation* dan guru imigran digital. Media sosial adalah alat berbasis internet yang digunakan oleh mahasiswa *net generation* untuk berkolaborasi dan berbagi informasi yang dapat digunakan di bidang akademik untuk mempromosikan keterlibatan mahasiswa dan memfasilitasi potensi belajar mereka. Situs media sosial paling populer dan jumlah pengguna aktif disorot. Keterjangkauan media sosial untuk kedua siswa *net generation* dan guru imigran digital juga dibahas. Dukungan teoretis untuk penggunaan media sosial seperti teori konektivisme, kognisi terletak, kongnisi terdistribusi dan teori keterlibatan dibahas dengan implikasinya. Ada klarifikasi dari konsep-konsep ini; kesenjangan digital, *net generation*, generasi milenial dan imigran digital. Berbagai strategi untuk menjembatani kesenjangan digital antara siswa *net generation* dan guru imigran digital. Hambatan penggunaan media sosial dalam menutup kesenjangan diidentifikasi sepenuhnya. Ada juga harapan dari guru imigran digital yang akan membantu mereka untuk secara efektif, mengajar siswa *net generation*. Pada studi ini disimpulkan bahwa media sosial memiliki potensi untuk menjembatani kesenjangan.

Studi kedua mengenai “*Twitter: Public Space or Public Sphere?*” menjelaskan bahwa internet meningkatkan keterampilan menulis kita. Andrea Lunsford, peneliti di Universitas Stanford menyoroti bahwa ada peningkatan besar orang mulai suka menulis. Penelitian selama lima tahun (pemeriksaan 15000 teks tertulis oleh 189 siswa) telah membuktikan bahwa 38 persen tulisan siswa adalah

karya ‘disponsori sendiri’, maksudnya, mereka menulis hanya untuk tujuan pribadi. Berbeda dari era cetak, orang sekarang mulai membuat blog, berpartisipasi secara interaktif di forum, memposting pembaruan dan memo di jejaring sosial mereka dan menulis Twitter tanpa akhir. Meningkatnya kesalahan tata bahasa, jenis dan teks yang dirumuskan dengan buruk bukanlah suatu masalah yang signifikan. Tidak hanya intelektual, tetapi juga tukang ledeng dan pekerja konstruksi. Hans Bennis, kepala Meertens Instituut, tampaknya tidak terlalu peduli dengan kualitas tulisan di internet, dan sebenarnya, sangat senang bahwa orang dapat menulis apa pun dan kapan pun mereka mau. “Kita seharusnya tidak mengukur pemahaman bahasa dengan jumlah kesalahan, tetapi sejauh seseorang dapat mengekspresikan pikirannya”.

Penelitian ini mengambil contoh media Twitter. Meskipun ini adalah blog mikro yang hanya memungkinkan orang untuk memposting tulisan mini (140 karakter), orang menggunakannya untuk mengekspresikan pemikiran mereka melalui tulisan. Karena internet, dan lebih khusus lagi Twitter, menawarkan kemungkinan untuk menulis sesuatu dengan cepat dan spontan, seringkali sangat instan, sementara. Karena itu, ini jauh lebih mudah daripada sebelumnya. Berbagi sesuatu dengan orang lain di media cetak bahkan tidak mungkin dilakukan dengan cara seperti itu. Sebaliknya, internet pra-web bisa menjadi potensi kembalinya ruang publik ideal Habermas, karena sifatnya yang partisipatif menjawab kritikan sebelumnya terhadap media massa. Internet akan menawarkan keterlibatan aktif dan mendemokratisasikan sarana produksi media (berita) sehingga orang didorong untuk secara aktif mengambil bagian dalam debat dan mampu ‘merespons’ media.

Berdasarkan paparan studi di atas, dapat dilihat bahwa studi terkait Twitter dan *Net Generation* cukup jarang. Terbatasnya penelitian ini, membuat peneliti merasa bahwa hal itu cukup menarik untuk dikaji lebih dalam. Peneliti menggunakan teori ruang publik Habermas untuk melihat Twitter sebagai wadah baru adanya ruang publik digital. Di sini peneliti sengaja memilih subjek penelitian di kalangan *Net Generation* karena peneliti ingin melihat sudut pandang mereka yang merupakan generasi yang lebih paham teknologi ketimbang generasi sebelumnya. Dan peneliti memilih Twitter sebagai setting sosial pada penelitian ini

karena Twitter merupakan platform yang banyak diminati dari kalangan muda maupun tua. Meningkatnya popularitas Twitter telah menyebabkan perdebatan tentang dampaknya terhadap opini publik. Hal ini menarik untuk dikaji mempertimbangkan peningkatan partisipasi online dan demokratisasi karena sifat media sosial yang pribadi dan interaktif.

Studi ini memusatkan perhatiannya pada transformasi media sosial Twitter sebagai ruang publik. Isu utamanya diarahkan untuk memahami bagaimana *net generation* memaknai penggunaan media sosial sebagai ruang publik.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya maka fokus penelitian dari studi ini adalah:

1. Bagaimana *net generation* memaknai Twitter sebagai ruang publik imajiner?
2. Bagaimana perubahan pola konsumsi informasi pada kalangan *net generation*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui bagaimana twitter dapat mampu menciptakan ruang publik imajiner yang interaktif bagi kalangan *net generation*.
2. Untuk mengetahui perubahan pola konsumsi informasi pada kalangan *net generation*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memberikan sumbangsih bagi disiplin ilmu sosiologi terutama pada kajian-kajian tentang ruang publik. Studi tentang media sosial sebagai ruang publik khususnya di kalangan *net generation* belum banyak dikaji oleh para ahli sosiologi. Peneliti juga berharap dengan adanya subjek penelitian *net generation* ini dapat memberikan sudut pandang berbeda dari generasi sebelumnya terhadap pemaknaan ruang publik

di media sosial. Dalam studi ini peneliti menggunakan paradigma *non positivistic*. Sehingga, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji tentang persoalan media sosial sebagai ruang publik.

1.4.2. Manfaat Praktis

Untuk manfaat praktis, diharapkan peneliti dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi kalangan *net generation* dalam memanfaatkan media sosial sebagai ruang publik digital.

1.5. Tinjauan Pustaka

Dalam suatu penelitian biasanya dilakukan peninjauan studi penting oleh peneliti. Tujuannya adalah sebagai bahan perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Pada bagian pertama, peneliti akan memaparkan studi-studi terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini yang berasal dari artikel jurnal ilmiah. Terdapat empat studi terdahulu yang akan peneliti gunakan untuk menunjang penulisan penelitian ini. Sedangkan, pada bagian kedua peneliti akan memaparkan teori yang digunakan sebagai pisau analisis dalam studi ini.

1.5.1. Studi Terdahulu

Studi terdahulu yang dilakukan pada penelitian ini dihimpun melalui proses pencarian beragam literatur, kemudian menelaah dan mengambil tulisan atau hasil melalui artikel yang bersumber jurnal ilmiah. Di sini peneliti ingin melakukan pembandingan serta pembaharuan agar penelitian lebih menarik untuk diteliti.

Youtube Sebagai Ruang Publik Alternatif Bagi Anak Muda

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana anak-anak muda melihat konten YouTube *Asumsi.co* sebagai ruang publik virtual dan bagaimana *Asumsi.co* membawa isu politik ke dalam kanal YouTube tersebut. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deksriptif kualitatif untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data berupa hasil rekaman kanal YouTube *Asusmsi.co* yang memuat konten politik, wawancara semi terstruktur dengan beberapa informan dan pengayaan topik riset melalui studi literatur. Untuk menghasilkan data yang menjawab pertanyaan penelitian, maka

penelitian ini menggunakan teknik pemilihan informan model *purposive sampling*, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu.

Terdapat dua hasil penelitian dalam studi ini. Pertama, hasil penelitian yang menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi media di kelompok muda sehingga memungkinkan bagi *platform* media baru, seperti kanal YouTube *Asumsi.co* hadir sebagai media alternatif yang mampu menyajikan informasi politik hingga hiburan. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa salah satu alasan mengapa anak muda lebih tertarik dengan *platform* digital karena pilihan informasi yang beragam, kemudahan akses, dan visualisasi informasi yang menarik jika dibandingkan dengan media massa konvensional. Selanjutnya, temuan kedua lebih memfokuskan pada bagaimana mekanisme kanal YouTube *Asumsi.co* mampu menciptakan ruang publik imajiner bagi kelompok muda sehingga mereka dapat tertarik untuk berpartisipasi dalam isu-isu politik terkini di Indonesia.

Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa temuan yang peneliti dapatkan menunjukkan bahwa kaum muda menilai kanal YouTube *Asumsi.co* menawarkan sejumlah hal yang tidak mereka dapatkan dari media-media konvensional arus utama. Kanal YouTube *Asumsi.co* dinilai menyajikan informasi politik yang lebih komprehensif, aksesibel dan representatif bagi kaum muda, serta memiliki kebebasan dari kepentingan politik praktis dan ekonomi. Sejumlah temuan ini pun selaras dengan kondisi ideal *public sphere* yang menjamin ketercukupan informasi, keterbukaan akses, dan kebebasan dari dominasi pasar serta negara.

Social Media, Public Space and Movement Discussion of Urban Farming in Indonesia

Pada studi penelitian ini lebih menekankan pada kreativitas warga membentuk jaringan komunitas melalui penggunaan internet dan media sosial serta melakukan percakapan otonom di ruang publik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Neutrografi. Berbeda dengan pendekatan etnografi yang menekankan pada pendekatan partisipatif, di mana peneliti terlibat penuh sebagai anggota komunitas online, pendekatan Neutrografi lebih mendekati standar

etnografi tradisional mengenai observasi partisipatif, keterlibatan panjang, dan membenamkan diri secara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa internet dan media sosial menjadi sarana kreatif bagi warga untuk mengemas wacana global secara lokal untuk menyuarakan tuntutan mereka. Studi ini menyimpulkan bahwa konsep dan teori ruang publik, masyarakat jaringan relevan sebagai alat untuk menganalisis ruang publik dan jaringan internet dan media sosial. Potensi jaringan internet dan media sosial sebagai ruang komunikasi otonom bergantung pada desain dan tujuan serta pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia. Pembicaraan yang terbatas pada agenda program 3E membantu masyarakat fokus pada wacana dan membentuk karakter ruang berkebun Indonesia yang rasional. Komunitas ini sejak awal menyadari potensi internet dan media sosial untuk membentuk jaringan dan ruang publik. Namun seperti halnya berkebun, ruang publik membutuhkan komitmen, seperti merawat kebun dari serangan hama, gulma, memberikan pupuk agar tanaman tumbuh sesuai harapan.

The Contentious Public Sphere: Law, Media, and Authoritarian Rule in China

Dalam *The Contentious Public Sphere*, Ya-Wen Lei menunjukkan bagaimana negara Tiongkok menggunakan hukum, media, dan Internet untuk memajukan proyek modernisasi yang otoriter, tetapi dengan melakukan itu, secara tidak sengaja menciptakan ruang publik nasional di Tiongkok—satu negara sekarang harus berusaha untuk mengontrol. Lei meneliti pengaruh lingkungan yang sulit diatur ini terhadap politik Tiongkok dan cara negara menanggapi.

Menggunakan wawancara, artikel surat kabar, teks online, dokumen resmi, dan survei nasional, Lei menunjukkan bahwa perkembangan ruang publik di Tiongkok telah menyediakan forum yang belum pernah ada sebelumnya bagi warga untuk mempengaruhi agenda publik, menuntut akuntabilitas dari pemerintah, dan berorganisasi di sekitar konsep hukum dan hak. Dia menunjukkan bagaimana warga negara memahami diri mereka sendiri sebagai subjek hukum, bagaimana profesional hukum dan media mulai berkolaborasi dengan cara yang tidak terduga, dan bagaimana kondisi fragmentasi politik dan ekonomi yang ada menciptakan peluang yang tidak diinginkan untuk kritik politik, terutama dengan munculnya

Internet. Munculnya ruang publik ini—dan masa depannya yang tidak pasti—adalah masalah mendesak dengan implikasi penting bagi prospek politik rakyat Tiongkok.

Menyelidiki bagaimana individu belajar menggunakan wacana publik untuk mempengaruhi politik, *The Contentious Public Sphere* menawarkan kemungkinan baru untuk berpikir tentang transformasi hubungan negara-masyarakat.

Political Communication and Public Sphere Democracy (An Analysis: The Hashtags Usage of Rejection the Omnibus Law 2020 on Twitter

Dalam penelitian ini menjelaskan tentang salah satu wacana yang viral dan trending di twitter Indonesia yaitu penolakan terhadap omnibus law banyak masyarakat yang mengeluarkan pendapat dengan menggunakan tagar #MosiTidakPercaya dan #Tolakomnibuslaw yang muncul akibat disahkannya omnibus law yang banyak mengandung kejanggalan dalam pengesahannya. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data di Twitter pada bulan Oktober 2020 dan diolah menggunakan software Nvivo 12 Plus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial yang menggunakan Twitter sebagai informasi sebesar 25%, di mana masyarakat menggunakan Twitter sebagai sarana mencari informasi RUU Cipta Kerja dalam proses perkembangannya dan penolakannya di dalamnya, komunikasi politik sebesar 48%, komunikasi yang dibangun memiliki kepentingan menjalankan tujuan politik dan sebagai gerakan. 25% politik dalam menekan pemerintah dan membentuk opini publik atas RUU Cipta Kerja dan ruang publik untuk berkomunikasi terlihat di ruang publik tersebut masyarakat tertarik untuk menyuarakan keresahannya jika terjadi perbedaan pendapat antara pemangku kepentingan dan masyarakat luas.

Berdasarkan studi-studi terdahulu di atas, terdapat beberapa perbedaan penelitian dengan yang dilakukan peneliti dengan topik penggunaan Twitter sebagai ruang publik di kalangan *net generation* dengan keempat studi di atas. Pertama, penggunaan teori utama dan konsep yang digunakan yaitu di sini peneliti menggunakan teori Ruang Publik Jurgen Habermas dan konsep *Net Generation*. Peneliti ingin melihat sudut pandang *net generation* yang merupakan generasi yang

lebih paham teknologi ketimbang generasi sebelumnya. Dan peneliti memilih Twitter sebagai ruang publik digital karena Twitter merupakan platform yang banyak diminati dari kalangan muda maupun tua. Meningkatnya popularitas Twitter telah menyebabkan perdebatan tentang dampaknya terhadap opini publik. Hal ini menarik untuk dikaji mempertimbangkan peningkatan partisipasi online dan demokratisasi karena sifat media sosial yang pribadi dan interaktif.

Kedua, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi, di mana peneliti akan berusaha memahami sejauh mana praktik diskursif dalam jaringan ini membentuk ruang publik online. Ketiga, peneliti secara spesifik memilih *net generation* sebagai subjek penelitian karena penelitian terkait *net generation* dan ruang publik sangat jarang jika dilakukan.

1.5.2. Kerangka Teori dan Konsep

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti. Maka studi ini menggunakan teori pokok dan konsep utama untuk menganalisis penelitian ini. Konsep utama dalam penelitian ini yaitu *net generation*. Sedangkan, teori pokok dalam penelitian yaitu peneliti menggunakan teori Jurgen Habermas mengenai perspektif ruang publik.

1.5.2.1. Net Generation

Beberapa penulis Amerika dan Kanada telah menyatakan bahwa anak-anak yang lahir setelah tahun 1980-an memiliki hubungan yang sama dengan media digital dan menamakannya sebagai *Net Generation* atau *digital natives*. Mereka telah mengkarakterisasi apa yang disebut *digital natives* dengan sejumlah atribut yang membentuk satu generasi. *Net generation* adalah kelompok anak muda yang lahir setelah tahun 1982 yang tumbuh di lingkungan di mana mereka terus-menerus terpapar teknologi berbasis komputer, hal ini seakan tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Komputer sekarang menyediakan akses ke berbagai kesempatan belajar, baik formal maupun informal, di sekolah dan di rumah. *Net generation* berbeda secara mendasar dari generasi sebelumnya dalam cara mereka belajar, berbelanja, bekerja, bermain, dan berkomunikasi dengan orang lain. *Net generation*

digambarkan sebagai generasi yang berjiwa optimis, komunikatif, fasih dalam mengoperasikan jaringan komputer. Tapscott (2009) mengelompokkan munculnya generasi sebelumnya lahir hingga adanya *net generation* sebagai berikut:

Tabel 1.1 Terminologi Perkembangan Generasi.

Nama Generasi	Tahun	Istilah Lain
<i>Baby Boomers</i>	1946-1964	<i>The Baby Boom</i>
<i>Baby Bust</i>	1965-1976	<i>Generation X</i>
<i>Net Generation</i>	1977-1997	<i>Generation Y</i>
		<i>Millenials</i>

Sumber: Tapscott, 2009.

Pertama, para *boomer* dapat disebut sebagai “Generasi Perang Dingin” atau “Generasi Pertumbuhan Ekonomi” atau nama lain yang menghubungkan mereka dengan era mereka. *Baby boomer* adalah konsumen terbesar media tradisional seperti televisi, radio, majalah, dan surat kabar. Meskipun begitu tradisional, 90% *baby boomer* memiliki akun *Facebook*. Generasi ini telah mulai mengadopsi lebih banyak teknologi untuk tetap berhubungan dengan anggota keluarga dan berhubungan kembali dengan teman lama. *Baby boomer* tumbuh di masa kemakmuran yang relatif dan bersekolah selama bertahun-tahun lebih lama daripada orang tua mereka. Mereka punya waktu untuk mengembangkan budaya anak muda mereka sendiri. *Rock n roll*, rambut panjang, gerakan protes, pakaian aneh, dan gaya hidup baru membuat orang tua resah.

Kedua, *Generation X* adalah segmen tertua dari populasi yang kebiasaannya menggunakan komputer dan internet mirip dengan *net generation* dan memberikan pengalaman dewasa terdekat yang darinya kita dapat mulai memprediksi bagaimana *net generation* akan menguasai dunia digital. Seperti *net generation*, Gen X melihat radio, TV, film, dan internet sebagai media non-spesialis, tersedia untuk digunakan semua orang untuk mengemas informasi dan mengemukakan perspektif mereka.

Ketiga, *Net Generation* pada tahun 1997 Don Tapscott menggambarkan mereka yang lahir setelah tahun 1978 sebagai *net generation*, pada tahun 1999 Horst Opaschowski menjuluki mereka sebagai ‘generasi @’ dan pada tahun 2000 Neil Howe dan William Strauss menciptakan istilah ‘milenial’ untuk merujuk pada mereka yang lahir tahun 1982 karena lulus dari sekolah menengah Amerika Serikat pada pergantian milenium. Prensky (2001a; 2001b) membuat masukan yang lebih efektif secara retorik ke dalam debat generasi dengan menciptakan istilah “*digital natives*”. Pada saat yang sama penerus generasi X diberi nama generasi Y. Mereka telah tumbuh ke dunia di mana teknologi tidak hanya mengelilingi mereka tetapi telah menjadi bagian integral dari kehidupan mereka.

Ling (2004) menjelaskan bahwa generasi ini juga aktif dalam jejaring sosial dan mereka sangat terhubung dengan kelompok sebayanya, terutama dengan menggunakan telepon seluler, ruang obrolan Internet, blog, dan wiki. Jones and Madden (2002) menjelaskan mereka juga aktif dalam berinteraksi lewat Facebook atau Twitter, mereka dapat menghabiskan berjam-jam, dan bahkan menghabiskan waktu hampir setengah hari hanya untuk menggulir laman pencarian yang ada di Facebook atau Twitter.

Jelas bahwa *net generation* lebih paham teknologi daripada pendahulunya; beberapa telah melangkah lebih jauh dari ini dan telah menyarankan bahwa mereka bahkan belajar dengan cara yang berbeda secara fundamental dari generasi sebelumnya (Oblinger and Oblinger 2005). Oblinger and Oblinger (2005) juga menyoroti perbedaan penting dalam cara *net generation* belajar. *Net generation* lebih nyaman dengan lingkungan yang kaya akan gambar multimedia, terutama visual dan audio. Mereka lebih suka terlibat aktif dalam tugas daripada membaca tentang peristiwa atau menulis tentang mereka. Motivasi mereka untuk belajar berasal dari keterlibatan aktif dalam pembelajaran dan dari upaya mereka untuk menjawab pertanyaan yang muncul selama tugas. Mereka mengharapkan tanggapan segera dan berorientasi pada prestasi, lebih memilih hasil belajar yang jelas daripada tugas mereka yang ambigu.

Meskipun *net generation* mungkin menghabiskan banyak waktu sendirian bermain game komputer, mereka menganggap interaksi sosial sangat penting dan

mereka lebih suka bekerja dalam kelompok di mana mereka secara aktif membantu sesama anggota kelompok. Mereka suka berbicara tentang apa yang mereka lakukan, terutama kepada anggota lain dari kelompok sebaya mereka. Interaksi ini tidak hanya tatap muka tetapi dilengkapi dengan penggunaan berbagai teknologi informasi dan komunikasi.

Ibarat kopi tanpa gula, begitulah mungkin gambaran *net generation* bagi generasi sebelumnya. Di berbagai aktivitas seperti: berjalan-jalan di mal, kampus, sekolah, maupun kafe, sering kita jumpai remaja milenial yang tak luput dengan perangkat teknologi yang makin canggih. Seolah tak ingin ketinggalan zaman mereka seakan berlomba-lomba memakai perangkat teknologi dengan keluaran terbaru yang semakin *trendy*.

1.5.2.2. Ruang Publik Menurut Perspektif Jurgen Habermas

A. Dialektika Ruang Publik

Public sphere atau ruang publik lahir dari karya Jurgen Habermas pada tahun 1989 melalui buku yang berjudul *The Structural Transformation the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Ruang publik tersebut pada dasarnya merupakan ruang yang tercipta dari kumpulan orang-orang tertentu (*private people*)—dalam konteks sebagai kalangan borjuis—yang diciptakan seolah-olah sebagai bentuk penyikapan terhadap otoritas publik. Transformasi Struktural Ruang Publik berkaitan dengan kemungkinan diskusi terbuka dan pertimbangan oleh anggota masyarakat yang terinformasi dan tertarik tentang hal-hal yang membentuk kebijakan, praktik budaya dan negara.

Hal ini muncul karena adanya perubahan kultur warga dalam menanggapi regulasi maupun realitas politik di abad ke-18; seiring dengan semakin intelektualnya warga, melek media, akses terhadap karya-karya bermutu, buku sastra yang mudah didapatkan, dan juga konsumsi terhadap arah baru jurnalisme yang lebih kritis melalui berita yang dipublikasikan. Juga, merupakan upaya untuk menyediakan ruang-ruang publik sebagai arena diskusi yang kritis (*Räsonnement*) berdasarkan argumen-argumen dalam menanggapi realitas atau pemberitaan media.

Ruang publik bagi Habermas adalah budaya politik demokratis di mana orang dapat, di luar pengawasan negara, berdebat kritis dan dapat bernalar secara

bebas. Dia melihat ini terjadi pada abad kedelapan belas dan pertengahan abad kesembilan belas di mana kaum borjuasi berkumpul di kedai kopi untuk alasan politik publik dan tanpa diganggu oleh kekuatan politik dan sosial. Untuk pertama kalinya dalam sejarah, individu dan kelompok dapat membentuk opini publik, memberikan ekspresi langsung terhadap kebutuhan dan kepentingan mereka sambil mempengaruhi praktik politik. Ruang publik borjuis memungkinkan terbentuknya ranah opini publik yang menentang kekuasaan negara.

Konsep Habermas tentang ruang publik dengan demikian menggambarkan ruang institusi dan praktik antara kepentingan pribadi kehidupan sehari-hari dalam masyarakat sipil dan ranah kekuasaan negara. Ruang publik dengan demikian menengahi antara domain keluarga dan tempat kerja—di mana kepentingan pribadi berlaku—dan negara yang sering menggunakan bentuk-bentuk kekuasaan serta kekuasaan yang sewenang-wenang. Apa yang disebut Habermas sebagai “ruang publik borjuis” terdiri dari ruang-ruang sosial di mana individu-individu yang berpendidikan dan berinvestasi secara ekonomi berkumpul untuk bertukar pandangan tentang masalah-masalah kehidupan publik bersama dan untuk berorganisasi melawan bentuk-bentuk kekuasaan sosial dan publik yang sewenang-wenang dan menindas.

Prinsip-prinsip ruang publik melibatkan diskusi terbuka tentang semua masalah yang menjadi perhatian umum di mana argumentasi diskursif digunakan untuk memastikan kepentingan umum dan kepentingan publik. Ruang publik dengan demikian mengandaikan kebebasan berbicara dan berkumpul, kebebasan pers, dan hak untuk berpartisipasi secara bebas dalam debat politik dan pengambilan keputusan.

Menurut Habermas setelah paruh kedua abad ke-19 dalam masyarakat kapitalis, situasinya benar-benar berbeda, di mana realisasi perwakilan demokrasi cukup tidak mungkin karena penguasaan ruang publik dari negara yang kuat dan meluas karena pers yang mewakili kepentingan ekonomi. Media dari posisi sebagai bagian dari ruang publik dan diskusi rasial menjadi bagian dari proses refeudalisasi ruang publik, di mana negara, perusahaan industri dan media menguasai ruang publik. Menurut Habermas dalam masyarakat ini media diubah menjadi alat penipu

dengan mengubah publik menjadi khalayak konsumen yang pasif. Dalam bukunya *The Structural Transformation the Public Sphere* ia berpendapat bagaimana media massa pada pertengahan abad kedua puluh telah menggantikan ruang publik yang sehat sebelumnya pada abad kedelapan belas dan awal abad kesembilan belas dengan hiburan dan tontonan.

Oleh karena itu, Habermas menggambarkan transisi dari ruang publik liberal yang berasal dari abad Pencerahan dan Revolusi Amerika dan Prancis ke ruang publik yang didominasi media di era yang disebutnya "kapitalisme negara kesejahteraan dan demokrasi massa". Transformasi historis ini didasarkan, sebagaimana dicatat, dalam analisis Horkheimer dan Adorno tentang industri budaya, di mana perusahaan-perusahaan raksasa telah mengambil alih ruang publik dan mengubahnya dari ruang perdebatan rasional menjadi ruang konsumsi dan pasif yang manipulatif. Dalam transformasi ini, "opini publik" bergeser dari konsensus rasional yang muncul dari debat, diskusi, dan refleksi menjadi opini yang dibuat-buat dari jajak pendapat atau pakar media.

Bagi Habermas, fungsi media telah diubah dari memfasilitasi wacana dan debat rasional dalam ruang publik menjadi membentuk, membangun, dan membatasi wacana publik pada tema-tema yang divalidasi dan disetujui oleh perusahaan media. Oleh karena itu, interkoneksi antara ruang debat publik dan partisipasi individu telah dipecah dan diubah menjadi ranah informasi dan tontonan politik, di mana konsumen warga negara menelan dan menyerap hiburan dan informasi secara pasif. "Warga" dengan demikian menjadi penonton dari presentasi dan wacana media yang membentuk opini publik, mereduksi konsumen menjadi objek berita, informasi, dan urusan publik.

Sejauh media massa saat ini melucuti sekam sastra dari jenis interpretasi diri borjuis dan menggunakannya sebagai bentuk yang dapat dipasarkan untuk layanan publik yang disediakan dalam budaya konsumen, makna aslinya dibalik (Habermas 1991:171).

Akhirnya, di era kontemporer ini, ruang publik borjuis telah lebih jauh ditransformasikan ke tempat yang diatur oleh hukum pasar, di mana informasi diperlakukan sebagai komoditas dan publik sebagai klien yang merupakan

konsumen propaganda dan tontonan daripada sebagai peserta dalam wacana publik yang ditujukan untuk konsensus rasional.

B. Ruang Publik Baru

Munculnya Internet memperluas ranah partisipasi dan debat demokratis dan menciptakan ruang publik baru untuk intervensi politik. Internet adalah medan yang diperebutkan, digunakan oleh Kiri, Kanan, dan Tengah untuk mempromosikan agenda dan kepentingan mereka sendiri. Pertempuran politik di masa depan mungkin terjadi di jalan-jalan, pabrik, parlemen, dan tempat-tempat lain dari konflik masa lalu, tetapi politik saat ini telah dimediasi oleh media, komputer, dan teknologi informasi dan akan semakin meningkat di masa depan. Oleh karena itu, mereka yang tertarik dengan politik dan budaya masa depan harus jelas tentang peran penting dari ruang publik baru dan melakukan intervensi yang sesuai.

Politik demokrasi baru dengan demikian akan memperhatikan bahwa media baru dan teknologi komputer digunakan untuk melayani kepentingan rakyat dan bukan elit perusahaan. Politik demokrasi akan berusaha untuk melihat bahwa media penyiaran dan komputer digunakan untuk menginformasikan dan mencerahkan individu daripada memanipulasi mereka. Politik demokratis akan mengajarkan individu bagaimana menggunakan teknologi baru, untuk mengartikulasikan pengalaman dan minat mereka sendiri, dan untuk mempromosikan debat dan keragaman demokratis, memungkinkan berbagai suara dan ide untuk menjadi bagian dari demokrasi siber di masa depan.

Kebebasan politik harus dibarengi dengan masyarakat beradab yang terdidik dan sadar sosial untuk membicarakan peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan kepentingan publik. Sama halnya dengan kasus media massa, internet dan khususnya media sosial memungkinkan individu untuk berdiskusi dan mengungkapkan pemikirannya di depan umum mengenai peristiwa yang memiliki kepentingan publik yang luas (Shirky 2011).

Perkembangan teknologi baru seperti komunikasi dan kebangkitan media baru berbasis internet, membawa dimensi baru lain dalam pembahasan ruang publik. Ruang publik tempat berlangsungnya perdebatan-perdebatan yang memiliki

kepentingan publik yang luas dan tempat berkembangnya refleksi kritis terhadap kebijakan pemerintah sangat erat kaitannya dengan media dan teknologi. Mulai dari saat surat kabar di Inggris memperluas fungsinya dengan menambahkan opini, kritik dan komentar di samping berita, memfasilitasi perdebatan antara kelas borjuis dan kelas masyarakat terpelajar dan hingga hari-hari di mana media sosial sebagai produk terbaru dalam revolusi teknologi komunikasi, “Ruang publik” dan “opini publik” merupakan istilah yang sangat erat kaitannya dengan fungsi media dan teori perwakilan demokrasi (Boyd 2010:53). Setelah inovasi di internet, para akademisi menyoroti diferensiasi ruang publik dan opini publik dari makna klasiknya dan gagasan baru “ruang publik berjejaring”, di mana opini publik dibentuk melalui pertukaran di platform online. Ruang *cybersecurity* yang dikenal berbeda dengan “*cyberspace*” saat ini merupakan ruang publik baru.

Internet sebagai ruang publik baru dapat memfasilitasi diskusi yang mendorong pertukaran ide dan pendapat baru (Papacharissi 2002:11). Pertukaran ide dan interaksi antar individu telah mencapai tingkat yang lebih tinggi berkat penggunaan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Youtube. Pengguna ini dapat berkomunikasi secara bebas satu sama lain dan akibatnya dapat berkumpul untuk tema tertentu. Berkomunikasi secara online berarti mempublikasikan secara online yang di sisi lain merujuk pada terhubung secara online dengan orang lain. Konten yang dipublikasikan di media sosial dapat dijangkau oleh siapa saja di seluruh dunia dengan cara menghilangkan hambatan fisik dan infrastruktur yang berarti bahwa kebebasan berbicara sekarang adalah kebebasan pers dan sebagai konsekuensinya kebebasan untuk berkumpul (Fuchs 2014:185). Tidak pernah semudah sekarang bagi orang-orang untuk berkumpul dan diorganisir untuk mengekspresikan kritik mereka atau untuk menentang suatu hal tertentu dan yang menyangkut masyarakat tertentu.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Paradigma Penelitian

Pada studi penelitian ini, peneliti mencoba memandang dan memahami realitas sosial suatu permasalahan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dengan pendekatan ini memberi

peneliti alat yang ampuh untuk memahami pengalaman subjektif. Subjektivitas ini terlihat dari pengalaman *net generation* di mana mereka sebagai generasi yang lebih melek teknologi dan bagaimana mereka memaknainya. Hal ini juga berkaitan dengan perilaku *net generation* dalam kerangka struktur sosial.

Fenomenologi adalah tentang memahami bagaimana manusia mengalami dunianya. Fenomenologi membantu peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, pikiran, dan perasaan tersebut dan membantu untuk memperoleh makna yang mendasari bagaimana orang berperilaku. Hal ini penting untuk diteliti karena berbagai macam bentuk perilaku individu dapat kita lihat hanya dengan melalui media sosial. Berkembangnya dunia digital membuat kita semakin mudah mengakses apapun yang kita inginkan. Oleh karena itu, peneliti melihat media sosial khususnya Twitter dapat menjadi suatu ruang publik baru.

1.6.2. Setting Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan serta menjawab pertanyaan dan fokus permasalahan. Juga, sehubungan dengan informan penelitian ini adalah pengguna media sosial Twitter yang tinggal di berbagai kota dan berbeda tempat, maka penelitian ini dilakukan di mana saja. Karena wawancara dapat dilakukan melalui media komunikasi *online* seperti: *Whatsapp*, *Telegram*, ataupun *private chat* pada aplikasi *Twitter*.

1.6.3. Penentuan Informan

Dalam penelitian ini untuk menentukan informan penulis menggunakan teknik secara *purposive*. Informan dalam studi ini adalah pihak-pihak yang dapat memberikan suatu data. Berdasarkan topik dan fokus studi, maka yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah kalangan *net generation* yang mana memiliki rentang usia 25-45 tahun. Rentang usia tersebut dipilih karena merupakan rentang usia dari *net generation* yaitu dari tahun 1977-1997. Peneliti secara intensional memilih metode ini karena peneliti dapat lebih mudah mendeteksi setiap individu yang merupakan *net generation* berdasarkan tanggal yang dicantumkan pada profil Twitter mereka. Subjek yang menjadi partisipan aktif dalam penelitian ini terdiri dari pembisnis, karyawan perusahaan dan pekerja lepas yang berasal dari latar belakang sosial dan budaya yang berbeda.

Melalui pendekatan di atas, diperoleh enam informan yang berhasil peneliti wawancarai dalam studi ini. Dua di antaranya merupakan seorang pekerja lepas, satu lainnya merupakan seorang pembisnis, selebihnya bekerja sebagai karyawan perusahaan swasta dan perusahaan BUMN. Ke-enam partisipan tersebut peneliti dapatkan melalui *base* Twitter. *Base* Twitter sendiri merupakan akun Twitter yang berisi sharing tentang info seputar bisnis, olahraga, maupun dunia hewan. Mereka merupakan pengguna aktif dan memiliki banyak pengikut di akun Twitternya. Tidak hanya itu, ke-enam informan ini juga ikut andil dalam menyebarkan informasi-informasi positif yang mendapatkan respon baik dikalangan pengguna Twitter. Peneliti secara sengaja memilih enam informan tersebut karena mereka memenuhi kriteria dengan topik yang akan peneliti angkat dan mereka juga bersedia peneliti wawancarai.

Peneliti mendapatkan empat kategori *base* yaitu Pendidikan, Bisnis, Hewan dan Psikologi. Masing-masing *base* memiliki keunikan tersendiri. Pertama, *Base* Pendidikan digunakan untuk memposting beberapa cuitan seputar topik pendidikan, seperti menyebarkan berita, dunia perjokian, atau bahkan menyebarkan informasi terkait berita viral, misalnya seperti kasus beberapa siswa yang memakai jasa joki untuk ujian masuk perguruan tinggi. Kedua, *Base* Bisnis, *base* ini biasanya digunakan untuk menyebarkan informasi terkait lowongan kerja, *tips and trick* memasuki dunia pekerjaan, atau hanya sekedar *open discuss* tentang dunia pekerjaan. Ketiga, *Base* Hewan, *base* yang satu ini merupakan *base* yang paling banyak diminati oleh pengguna Twitter. *Base* hewan biasanya digunakan untuk membagikan foto atau video tentang aktivitas hewan, membuka donasi atau bisa juga untuk memposting laporan kehilangan hewan. Keempat, *Base* Psikologi. *Base* terakhir ini merupakan *base* yang berisikan seseorang untuk memposting kata-kata motivasi, membuka *open discuss*.

Enam informan tersebut terdiri dari 2 laki-laki dan 4 perempuan, yang tersebar di kota Makasar, Jakarta, Probolinggo, Jember, Surabaya. Berikut adalah matriks mengenai informasi subjek yang telah diwawancara dalam studi ini (*seluruh subjek menggunakan nama samaran*).

Tabel 1.2 Daftar Informan.

No	Nama	Usia	Asal
1	Ekik	27	Jember
2	Martha	30	Surabaya
3	Naj	33	Makasar
4	Anne	40	Jakarta
5	Fia	25	Probolinggo
6	Rise	26	Surabaya

1.6.4. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam (*indept interview*), observasi, proses pengumpulan data sekunder dan transkrip. Sebelum dilakukannya wawancara, peneliti melakukan proses *getting in* dengan seluruh informan, yakni peneliti terlebih dahulu menghubungi informan melalui *Direct Messages* Twitter atau pesan privat yang ada di platform Twitter, untuk dilakukannya proses pengenalan diri serta memperkenalkan maksud dan tujuan peneliti. Hal ini ditujukan untuk menumbuhkan relasi supaya wawancara yang akan dilakukan nantinya berjalan nyaman dan apa adanya. Pada tahap wawancara dilakukan secara online yakni melalui video call pada *WhatsApp* ataupun *Telegram*. Mengingat kondisi pademi Covid-19 yang sangat tidak dimungkinkan adanya interaksi secara langsung, dan juga keterbatasan jarak antara peneliti dan informan. Sebelumnya, peneliti menawarkan pada subjek mengenai metode wawancara yang dikehendaki, dan hasilnya keenam informan menghendaki dilakukannya wawancara melalui *video call*.

Tahap berikutnya adalah *getting along*. Tahap ini berlangsung selama proses wawancara berlangsung. Peneliti berusaha menjadi pendengar yang baik dalam memahami apa yang disampaikan oleh informan. Dalam proses wawancara pun, observasi perlu dilakukan peneliti untuk mengamati makna tersirat yang

disampaikan oleh informan. Hal ini didapat dari ekspresi simbolik seperti tingkah laku non-verbal (*gesture*), ekspresi wajah, dan juga bahasa tubuh dari subjek penelitian. Observasi yang dilakukan peneliti juga berupa pengamatan aktivitas *net generation* di Twitter, proses ini dilakukan peneliti agar peneliti mendapatkan gambaran riil dan dapat memahami subjek penelitian lebih mendalam sebelum melakukan sebuah wawancara. Beberapa informan membagikan bermacam-macam aktivitas di Twitter mereka seperti mengunggah protes kepada suatu instansi tertentu, mengadakan galang dana dan berjualan.

Proses wawancara dilakukan secara terbuka dengan menggunakan pedoman wawancara untuk memastikan data yang dibutuhkan dapat diperoleh dengan baik dan juga sebagai patokan agar pembahasan yang diperoleh tetap terarah. Pedoman wawancara tidak berupa sederet pertanyaan baku yang dapat membatasi jawaban subjek penelitian, namun merupakan pertanyaan-pertanyaan pokok yang diajukan sehingga informan dapat dengan leluasa menceritakan pengalamannya sesuai tema yang dikaji.

Peneliti juga menggunakan studi pustaka sebagai data sekunder. Data sekunder ini berupa penelitian-penelitian terkait dan pemberitaan media online. Penggunaan data sekunder ini berguna sebagai pisau analisis dalam studi ini.

Tahap terakhir adalah melakukan transkrip dari rekaman wawancara. Peneliti melakukan transkrip wawancara dengan informan yang diperoleh selama proses pengumpulan data menggunakan metode transkrip verbatim. Sekaligus peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap ketercakupan data yang didapat. Data berupa transkrip yang sudah terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan kategori atau tema yang sama dan diinterpretasi sesuai dengan teori yang digunakan.

1.6.5. Analisis Data

Secara garis besar, peneliti menganalisis data dengan tiga tahap, yaitu *scalling measurement*, *empirical generalization* dan *logical induction*. Tahapan awal proses analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan proses pengumpulan data yang berupa ragam informasi yang diperoleh. Setelah seluruh data dianggap lengkap untuk menjawab fokus masalah penelitian, maka peneliti

melakukan *scaling measurement*, pada tahap ini peneliti mentranskrip atau mengurai dalam bentuk tulisan yang rinci dan lengkap—apa yang peneliti lihat dan dengar—baik secara langsung maupun dari hasil rekaman, khususnya menjadikan percakapan *indepth interview* dalam bentuk tulisan beserta *gesture* yang dilakukan subjek.

Pada transkrip, peneliti mencatat apa adanya sesuai diksi atau bahasa yang diucapkan oleh informan. Setelah itu, peneliti melakukan kategorisasi data berupa proses file atau mengkategorikan data hasil penelitian berdasarkan waktu penelitian. Tahap kedua, peneliti melakukan *empirical generalization* yakni menganalisis transkrip dengan cara menonjolkan makna dominan dalam transkrip, termasuk makna yang “tersembunyi” yang terkandung dalam teks. Kemudian peneliti mengaitkan kutipan dan menekankan kata kunci (keywords) dengan kehidupan dan pengalaman yang bermakna tentang informan. Terakhir, peneliti melakukan *logical induction* yaitu upaya mencari pemahaman mendalam terhadap realitas sosial yang diteliti, sebagaimana realitas sosial tersebut dipahami oleh subjek penelitian. Pada tahap ini, peneliti mulai melakukan interpretasi terhadap makna dibalik perkataan dan tingkah laku subjek penelitian, bukan mencari kecenderungan tentang realitas sosial yang diamati. Tahapan terakhir yang ditempuh adalah penarikan kesimpulan yang diperoleh setelah peneliti berhasil mengumpulkan data primer yang didapat dari lapangan dan data sekunder dari bahan-bahan bacaan.