

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Mahasiswa

Mahasiswa merupakan seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012). Dalam kamus Bahasa Indonesia (KBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di Perguruan Tinggi.

Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pemantapan pendirian hidup (Yusuf, 2012). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ialah seorang peserta didik berusia 18 sampai 25 tahun yang terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.

Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi (Siswoyo, 2007). Sebagian besar mahasiswa pada saat ini merupakan Generasi Z, yaitu generasi yang lahir dalam rentang tahun 1996 sampai tahun 2012, Generasi Z adalah generasi setelah Generasi Milenial, generasi ini merupakan generasi peralihan Generasi Milenial dengan teknologi yang semakin berkembang.

Generasi Z disebut juga dengan *iGeneration*, Generasi Net atau Generasi Internet. Mereka memiliki kesamaan dengan Generasi Milenial, tetapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti nge-tweet menggunakan ponsel, *browsing* dengan PC, dan mendengarkan musik menggunakan *headset*. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi, akrab dengan *gadget* canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka.

## **B. Perilaku Bermedia Mahasiswa**

Kemajuan teknologi dan informasi membawa kita pada era digitalisasi. Berbagai kemudahan fasilitas tersedia di dalamnya, mulai dari akses informasi yang mudah dan cepat, hingga berbagai bentuk hiburan yang bisa dikelola maupun diterima. Kendati demikian, kemudahan ini mempengaruhi berbagai lapisan generasi dan aspek kehidupan, salah satunya terhadap perilaku generasi Z.

Keseharian generasi ini sangat sulit terlepas dari digitalisasi. Sering kali mereka rela menghabiskan waktu berjam-jam berinteraksi melalui media sosial, untuk mengakses hiburan dalam platform yang sedang tren sehingga mengabaikan kebutuhan dan kegiatan primer di sekitarnya. Berdasarkan survey dari Alvara Research Center (Mahmudan, 2022), generasi Z lebih bergantung pada internet dibandingkan kelompok umur lainnya. Sebanyak 34% dari generasi Z bisa dinyatakan sebagai *addicted user* atau pengguna yang kecanduan. Kecanduan media sosial tersebut dapat menimbulkan dampak buruk bagi kesehatan mental dan fisik seseorang. Pada usia ini mereka memiliki rasa ingin tahu yang tinggi akan berbagai hal, sehingga tidak heran jika mereka menggemari kegiatan

mencari informasi secara instan hingga merasa tidak ingin melewatkan informasi serta tren terkini.

Bermedia sosial memerlukan pengendalian diri. Komitmen pendirian perlu dipelajari agar individu yang dimaksud dapat berekspresi menunjukkan diri sesuai kemampuannya. Tak hanya itu, tugas perkembangan dalam usia ini mereka sudah harus bijak dan bertanggungjawab mengelola konten yang dihasilkan, diperoleh serta dikomentari.

Bermedia sosial memiliki dampak positif dan negatif yang besar. Kecenderungan yang berlebihan dalam menggunakannya akan sangat merugikan para pengguna. Batasan, kesadaran, pengendalian diri merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mencegah serta mengatasi efek negatif yang dapat ditimbulkan.

### **C. Akun Twitter dengan Konten Pandemi COVID-19 di Indonesia**

Twitter sebagai media sosial yang dapat memudahkan untuk berkomunikasi juga dapat dimanfaatkan untuk membagikan informasi terkait dengan bencana yang sedang dialami, termasuk terkait pandemi COVID-19 yang terjadi di seluruh negara di dunia. Pandemi yang penyebarannya cukup cepat sehingga membutuhkan penanganan atau penganggulangan yang cepat pula. Oleh karenanya, tidak sedikit instansi pemerintah, maupun satgas yang dibentuk, menggunakan akun Twitternya untuk membagikan informasi-informasi penting terkait pandemi COVID-19 dan apa saja yang harus dilakukan untuk menghambat penyebarannya. Selain itu, ada pula masyarakat yang membentuk komunitas relawan untuk membantu membagikan berbagai informasi yang bermanfaat bagi

masyarakat terkait pandemi COVID-19. Beberapa akun Twitter tersebut di antaranya sebagai berikut.

@KemenkesRI: pandemi COVID-19 telah mengajarkan bahwa tak ada satupun orang di dunia yang aman, dibutuhkan pelayanan kesehatan yang lebih siap, antisipatif, responsive dan tangguh dalam menghadapi ancaman kesehatan saat ini maupun di masa yang akan datang.

Dari akun tersebut memberikan informasi terkait dengan pentingnya kesiapan dari setiap masyarakat dengan kemungkinan adanya ancaman kesehatan di masa yang akan datang. Dengan adanya COVID-19 ini masyarakat dapat belajar bahwa ternyata kemungkinan pandemi dapat muncul kapan saja, sehingga kita semua harus siap akan hal tersebut.

@KemenkesRI: pandemi di Indonesia berangsur-angsur membaik, ini membuktikan bahwa Indonesia memiliki kesempatan untuk mengakhiri status pandemi ini menuju endemic.

Dari akun tersebut memberikan informasi bahwa saat ini status pandemi di Indonesia semakin membaik, dan sudah memiliki kesempatan untuk mengganti status menjadi endemic.

@KemenkesRI: cakupan vaksinasi COVID-19 booster terus dikejar utamanya di daerah-daerah yang cakupannya masih rendah. Sampai akhir tahun ditargetkan 50% masyarakat Indonesia telah divaksinasi booster ager tercipta kekebalan komunal.

Proses vaksinasi booster di Indonesia, semakin hari semakin menunjukkan peningkatan, dan ditargetkan pada akhir tahun masyarakat yang telah melakukan booster mencapai 50%. Target ini merupakan salah satu cara yang ditempuh oleh pemerintah untuk menghentikan pandemi COVID-19.

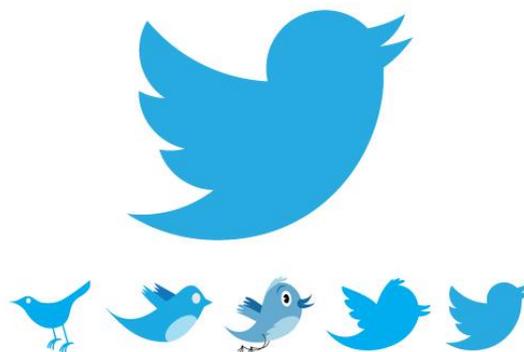
@KemenkesRI: Indonesia termasuk Negara yang berhasil mengendalikan pandemi COVID-19, termasuk lima besar negara dengan vaksinasi terbanyak di dunia, dengan 432 juta dosis vaksin telah disuntikkan.

Informasi tersebut memberikan penjelasan terkait dengan keberhasilan Indonesia dalam melakukan pengendalian COVID-19 dengan melakukan vaksinasi.

Beberapa informasi-informasi dari twitter di atas, merupakan contoh dari informasi penting, terkait dengan penyebaran COVID-19, penanganan dan kabar terbaru untuk saat ini.

#### **D. Karakteristik Twitter**

Media sosial Twitter memiliki logo yang unik. Logo Twitter awalnya dibuat oleh Simon Oxley pada tahun 2006 (Laksana, 2015). Namun pada tahun 2009 logo tersebut diganti. Desainnya dibuat oleh Biz Stone yang dibantu Philip Pascuzzo pada tahun 2009, yang kemudian diberi nama 'Larry The Bird'. Tahun 2010 logo yang telah dibuat tersebut kemudian disederhanakan dan menjadi logo seperti yang sekarang. Logo Twitter ini dapat dilihat pada Gambar berikut.



Logo Twitter

Sumber: Laksana (2015)

Logo tersebut berbentuk seperti burung yang sedang terbang. Logo juga diberikan satu warna yang menjadi warna khas dari Twitter itu sendiri, yaitu biru muda. Logo burung tersebut dibentuk dari tiga lingkaran yang bersinggungan, dan memiliki arti saling terhubungnya jaringan, minat, serta gagasan para pengguna Twitter (Kurniawan, 2012). Gambar burung yang sedang terbang menggambarkan kebebasan, harapan, serta adanya kemungkinan yang tidak terbatas.

Twitter memiliki beberapa fitur yang menarik dan dapat digunakan dengan mudah oleh para penggunanya. Beberapa fitur tersebut sebagai berikut (Arifin, 2022; Suryadi, 2022).

1. Tweet, yaitu fitur yang digunakan untuk membagikan berbagai secara luas tulisan, gif, foto hingga video. Tweet yang diunggah ini dapat dilihat oleh pengguna Twitter maupun bukan pengguna, yang dapat cari melalui mesin pencari.
2. Reply Tweet, yaitu fitur yang digunakan untuk membalas tweet atau unggahan dari pengguna lain. Pengguna juga dapat menambahkan pengguna lain dalam tweet balasannya dengan 'mention' nama pengguna yang dimaksud.
3. Retweet, yaitu fitur yang digunakan untuk membagikan tweet atau unggahan dari pengguna lain ke dalam *page* atau *timeline* akun pribadinya. Pengguna juga dapat menambahkan beberapa komentar dari retweet yang dilakukan.

4. Like Tweet, yaitu fitur yang digunakan untuk memberikan tanda love yang terdapat di bawah tweet. Tweet yang diberi *like* akan tersimpan dalam menu *like*.
5. Following, yaitu fitur yang dapat digunakan untuk mengikuti akun dari pengguna lain. Jika menjadi following suatu akun, maka tweet dari akun tersebut akan tampil di timeline akunnya.
6. Follower, yaitu fitur yang dapat digunakan untuk mengetahui seberapa banyak dan siapa saja yang menjadi pengikut.
7. Hastag, atau tagar (#) yaitu fitur yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu topik yang sedang dibicarakan.
8. Trending topics, yaitu fitur yang digunakan untuk mengetahui topik-topik apa yang sedang hangat diperbincangkan menggunakan Twitter. Trend ini dapat terjadi dengan penggunaan hastag.