

HUBUNGAN ANTARA MOTIVASI PENGGUNAAN TWITTER DENGAN NEGATIVE PERSPECTIVE PADA MAHASISWA

Tabina Izzati¹

Benazir Bona Pratamawaty²

Universitas Padjadjaran^{1,2}

Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Jatinangor,
Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363^{1,2}

E-mail: tabina20001@mail.unpad.ac.id¹, benazir.bona@unpad.ac.id²

Abstract: *One of the causes of the cutback of youth interest in political activism is negative perspective against the activism itself. A negative perspective is a general negative view that a person has on involvement in online political activism behavior and Twitter is known as the place to do it. Using the uses and gratifications theory, this study seeks to find correlation between the motivation to use Twitter and a negative perspective on students. A total of 400 students on the island of Java became the sample in this study. The collected questionnaire data was then tested by statistical analysis of the rank spearman test. The results show that there is no correlation between the two.*

Keywords: *negative perspective, twitter, youth.*

Abstrak: *Salah satu penyebab adanya penurunan minat remaja terhadap aktivisme politik adalah negative perspective. Negative perspective adalah pandangan negatif umum yang dimiliki seorang terhadap keterlibatan dalam perilaku aktivisme online politik. Twitter dinobatkan sebagai podium untuk aktivisme online politik. Melalui teori uses and gratifications, penelitian ini berusaha mencari korelasi antara motivasi penggunaan Twitter dan negative perspective pada mahasiswa. Sebanyak 400 mahasiswa di pulau Jawa menjadi sample dalam penelitian ini. Data kuisisioner yang telah terkumpul selanjutnya diuji dengan analisis statistika uji rank spearman. Hasil menyatakan bahwa tidak ada korelasi diantara motivasi penggunaan Twitter pada mahasiswa dan negative perspective.*

Kata kunci: *negative perspective, twitter, remaja*

Pendahuluan

Dalam beberapa dekade terakhir ini, tagar pada Twitter telah muncul sebagai taktik populer untuk mendukung perubahan dan aktivisme sosial-politik di seluruh dunia. Bahkan, media sosial terbukti menjadi alat komunikasi terpenting untuk menanggapi isu genting dan kritis (Gosmawi, 2018: 252). Tidak seperti media sosial lain yang menekankan *privacy controls*, mayoritas pengguna twitter memiliki profil publik yang tidak memerlukan dua arah konfirmasi koneksi (Donath & Boyd, 2004, p. 71). Terdapat 5 fungsi utama dari Twitter, tiga dari lima fungsi tersebut berkaitan dengan penyebaran isu sosial-politik, yaitu berbagi informasi dengan pengguna lain, melaporkan berita dan melaporkan perkembangan isu tertentu pada pengguna lain (Makice, 2009).

Poell dan Rajagopalan (Poell & Rajagopalan, 2005: 719) mengatakan bahwa Twitter dapat menghubungkan dan mengelompokkan orang yang beragam menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan minatnya. Tagar populer yang ada di Twitter seperti *#YesAllWomen* dan *#MeToo* digunakan untuk berbagai cerita tentang pelecehan perempuan. Hal seperti ini digaungkan sebagai bentuk dari gerakan *girls support girls* karena menimbulkan perasaan sama diantara korban. Dari sini

juga, mereka dapat membuat komunitas yang nantinya melakukan aksi kolektif bersama seperti demonstrasi, kampanye dan lain lain.

Salah satu daya tarik terbesar dari komunitas *online* adalah rasa kebersamaan yang dibangun antar pengguna. Individu cenderung akan mengikuti suatu kelompok yang mendukung rasa suka/ketertarikannya (Cheng & Vassileva, 2005). Akan tetapi, hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa adanya perasaan takut untuk dikritisi serta perasaan tidak nyaman dalam menyampaikan pendapat dalam isu tertentu. Hal ini menyebabkan individu menahan informasi yang menurut mereka tidak menarik, tidak relevan atau tidak benar (Ardichvili, Page, & Wentling, 2003: 64).

Masalah dari fenomena aktivisme digital ini berada pada minimnya angka minat remaja untuk berpartisipasi pada gerakan aktivisme jika dibandingkan dengan generasi yang lebih tua (United Development Programme; Focal Point on Youth). Sehingga, penelitian ini berfokus pada mahasiswa sebagai perwakilan kaum muda/remaja. Salah satu penyebab minimnya minat remaja dapat disebabkan adanya *negative perspective*. *Negative perspective* adalah pandangan negatif umum yang dimiliki seorang terhadap keterlibatan dalam perilaku aktivisme online sosial-politik. Perspektif ini

dicerminkan melalui perasaan tidak nyaman ataupun tidak butuh untuk berpendapat di ruang publik mengenai pendapatnya di bidang sosial ataupun politik (Dookhoo, 2015: 28).

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Saskha Dookhoo (2015) menuliskan bahwa secara keseluruhan, remaja kurang suka terlibat dalam isu sosial politik secara online karena merasakan adanya *negative perspective*. Hal ini dapat dikaji dengan teori *uses and gratifications*. Mayoritas remaja percaya bahwa terlibat dalam masalah/isu politik bukanlah salah satu alasan utama mereka menggunakan suatu platform media sosial. Motif individu dalam memilih media serta isinya berdasarkan kebutuhannyalah yang menjadikan individu tidak tertarik dan tidak nyaman untuk menggunakan akun media sosialnya saat dipenuhi oleh isu-isu dan gerakan aktivisme. Pemilihan ini nantinya akan memengaruhi bagaimana individu berperilaku di dalam media tersebut dalam memanfaatkan fitur yang ada.

Penelitian ini memiliki kebermanfaatan di bidang penggunaan media sosial untuk aktivisme dan efeknya. Peneliti berusaha mengisi kekosongan dalam penelitian-penelitian sebelumnya yang berfokus pada pengaruh paparan media sosial secara luas. Maka dari itu, penelitian ini secara khusus memiliki tujuan untuk menemukan pengaruh paparan

penggunaan pada media sosial Twitter terhadap *negative perspective*.

Penggunaan Twitter: Uses & Gratifications

Twitter merupakan sosial media *microblogging* yang memperbolehkan penggunanya mengunggah teks dengan 140 maksimal karakter kepada sesama penggunanya. Akan tetapi, tidak ada batasan maksimal terhadap pengunggahan pesan dalam satu waktu (Sanchez, 2015). Terdapat fitur yang tersedia di Twitter untuk menghubungkan antar penggunanya, yaitu: (1) *Reply* – balasan yang digunakan untuk merespons *tweet*, (2) *Retweet* – sebuah aksi membagikan sebuah *tweet* kepada pengikut (biasanya digunakan untuk meneruskan berita atau penemuan penting), (3) *Hashtags* – kata atau frase yang diawali dengan tagar (#) yang saat di klik, maka akan menyajikan seluruh *tweet* pengguna yang juga menggunakan tagar tersebut.

Teori *uses and gratifications* menjelaskan bagaimana individu memanfaatkan media beserta fitur dan konten di dalamnya untuk memenuhi kebutuhan diri (Katz, Blumler, & Gurevitch, 2011: 120). Teori ini juga dijelaskan oleh Plooy (2009) sebagai gratifikasi yang dicari, dirasakan, dan diperoleh dari komunikasi massa. Katz, Blumler, & Gurevitch (2011) menjelaskan

pendekatan teori *uses and gratifications* yang berarti khalayak adalah pengguna aktif yang memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Kebutuhan dalam artian ini adalah produk gabungan dari disposisi psikologis, faktor sosiologis, dan kondisi lingkungan. Hal ini dapat menjawab pertanyaan kenapa dan bagaimana generasi Z memanfaatkan platform media sosial tertentu (Rubin, Haridakis, Hullman, Sun, & Chikombero, 2008: 408). Saat ini, penggunaan media sosial pada remaja berkembang ke tingkat penyerapan yang lebih tinggi melalui proses reflektif pribadi untuk menilai sejauh mana aktivitas media sosial memenuhi kebutuhan pengguna dalam konsumsi informasi, rasa kehadiran, pendalaman minat, dan interaksi sosial (Smith & Gallicano, 2015: 82). Secara umum, motivasi utama pengguna media sosial adalah untuk mempelajari isu terkini, peristiwa sosial, berhubungan dengan orang yang dikasihi dan sebagai pengalihan dari aktivitas sehari-hari (Quan-Haase & Young, 2010: 350).

Podium Baru Digital Activism

Selama ini, Twitter digunakan lagi dan lagi oleh aktivis untuk membagikan informasi, mengkoordinasi aktivitas dan mengorganisir pergerakan isu yang diperjuangkan (Culum, 2010: 47). Penney dan Dadas (2014) mengemukakan elemen *digital activism* yang lazim

ditemukan di Twitter, yakni (1) Meneruskan berita melalui tautan dan *retweet*, (2) Mengunggah *live report* dari protes/demonstrasi *face-to-face* melalui foto, video atau multimedia lainnya, (3) Mengekspresikan opini pribadi mengenai gerakan sosial-politik melalui *tweet* dan *hashtags*, (4) Mengikutsertakan diri pada diskusi serta perdebatan mengenai isu sosial-politik, (5) Mengenal dan membuat koneksi personal dengan teman sesama aktivis, (6) Memfasilitasi program-program kampanye yang berbasis *online* seperti mengunggah poster, dan (7) Memfasilitasi protes *face-to-face* melalui iklan, tautan donasi dan sebagainya.

Remaja memanfaatkan Twitter untuk saling berbagi konten serta membuat orang lain sadar akan isu-isu sosial-politik yang sedang populer (Bobkowski & Smith, 2013: 771). Dalam sebuah studi oleh Lovejoy & Saxton (Lovejoy & Saxton, 2012: 337), mereka menemukan bahwa dialog yang terjadi pada remaja di Twitter hanya merupakan bagian dari komunikasi, bukan tujuan utama untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan. Dengan ini, dialog mengenai isu sosial-politik yang terjadi di Twitter memiliki efek sebagai wadah pengumpulan massa sekaligus menciptakan urgensi bagi pihak yang dituju.

Negative Perspective dan Remaja

Media sosial telah membuka kesempatan bagi jutaan remaja di seluruh dunia untuk saling berinteraksi satu sama lain dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya. Hal ini didukung oleh kutipan Geraci dan Nagy (Geraci & Nagy, 2004: 17) bahwa generasi Z kelahiran generasi Z yang bertepatan dengan era digitalisasi menyebabkan lingkungan mereka berkembangpun berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Remaja pada dasarnya suka terhubung dengan orang lain, mengikuti perkembangan terkini, dan berbagi argumen tanpa batasan ruang dan waktu.

Kini, berbagai media sosial tak bisa lepas dari agenda sosial-politik. Akan tetapi, tak bisa dipungkiri bahwa tak semua orang memiliki ketertarikan di bidang sosial-politik selama memakai media sosial. Hal ini berkaitan erat dengan *negative perspective*. *Negative perspective* adalah ketidakterlibatan pengguna media sosial terhadap aktivisme online yang disebabkan oleh pandangan negatif terhadap keterlibatan dalam aktivisme online. Pada praktiknya, *negative perspective* digambarkan sebagai akibat dari ketakutan terhadap penilaian pengguna lain dan ketidaktertarikan terhadap isu sosial-politik (Dookhoo, 2015: 28).

Melalui penelitian yang dilakukan oleh Lailiyah, Yuliyanto, & Pradhana

(Lailiyah, Yuliyanto, & Pradhana, 2018: 20), terbukti bahwa kebanyakan remaja merasa tidak nyaman saat diminta untuk berekspresi mengenai isu sosial-politik di media sosial dalam bentuk apapun. Hal ini dapat terjadi saat remaja kini lebih memanfaatkan media sosial sebagai tempat hiburan daripada melakukan aktivisme sosial-politik. Selain itu, berita politik juga jarang muncul di *timeline* media sosial mereka. Justru, konten berisi hiburan, selebriti dan teman-temannyalah yang muncul. Artinya, isi akun media sosial remaja tersebut merefleksikan minatnya terhadap isu sosial-politik.

Akan tetapi, disaat yang bersamaan, remaja perlu terbiasa berinteraksi dan berpendapat di media sosial mengenai isu-isu terkini karena hal tersebut dapat memotivasi orang lain, menambah wawasan dan mendalami alasan untuk bersikap kritis. Peneliti Scheufele (Scheufele, 2002: 46) mengungkapkan bahwa tingkat pemahaman dan pengetahuan individu yang aktif terlibat dalam percakapan politik di media sosial akan lebih tinggi dibandingkan dengan yang menolak terlibat. Terlebih, remaja adalah penerus bangsa yang nantinya memimpin berbagai pertimbangan dan pengambilan keputusan tentang isu-isu sosial-politik yang akan terjadi.

Urgensi Keterlibatan Mahasiswa dalam Isu Politik

Peran keluarga, sekolah, kegiatan pelayanan dan keterlibatan dalam peristiwa politik hanyalah sebagai penyedia bahan mentah (pengetahuan, model dan materi reflektif-dan berbagai umpan balik, namun pada akhirnya kaum muda sendirilah yang akan mensintesis materi ini baik secara individu ataupun kolaboratif dengan cara yang masuk akal bagi mereka (Youniss, et al., 2002: 121). Remaja mempelajari isu-isu sosial-politik dan menciptakan definisi sendiri dari komunitasnya berdasarkan pengembangan sosialisasi politik yang mereka dapatkan serta pengalaman (membahas isu sosial-politik, terlibat dalam kegiatan sosial-politik, atau berpartisipasi dalam program dan institusi tertentu).

Sejarah panjang mengenai aktivisme sosial-politik sangat erat kaitannya dengan mahasiswa. Hal ini didukung melalui kampus yang secara terbuka memberikan kebebasan untuk berorganisasi dan berpendapat, contohnya seperti pembuatan kelompok dan organisasi, sistem perekrutan, mobilisasi, pembangunan koalisi serta membangun kesadaran mahasiswa melalui diskusi-diskusi dan lain lain (Enriquez, 2014, p. 155). Selain itu, kampus juga memfasilitasi perubahan penting bagi kaum muda karena kampus menciptakan momen transisi bagi mereka dengan cara mengubah rutinitas

sehari-hari dan jaringan sosial yang baru. Hal ini memungkinkan mereka untuk meningkatkan peluang aktivisme dalam prosesnya. Jejaring sosial yang lebih luas dan lebih baru dapat membuat koalisi menjadi lebih mudah dan meningkatkan kemungkinan mahasiswa dalam berkomitmen pada aktivisme (Meyer & Whittier, 1994: 277).

Karakteristik remaja dan dukungan dari kampus membuat mahasiswa saling terhubung dalam kegiatan aktivisme. Bahkan lebih dari itu, aktivisme dalam kampus biasanya turun dari generasi ke generasi karena adanya subkultur yang sangat kental (Dyke, 1998: 205). Penting bagi mahasiswa untuk menjaga eksistensi minat terhadap isu sosial-politik dan aktivisme karena semangat yang terbentuk dari kaum muda sangatlah bergantung pada sesamanya.

Oleh karena itu, berdasarkan tinjauan pustaka yang dilakukan oleh peneliti, peneliti memiliki hipotesis sebagai berikut:

H0 : Motivasi penggunaan Twitter pada mahasiswa tidak memiliki korelasi dengan *negative perspective*.

H1 : Motivasi penggunaan Twitter pada mahasiswa memiliki korelasi dengan *negative perspective*.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif memiliki landasan filsafat positivisme, metode ini berfungsi untuk meneliti populasi atau sampel khusus, teknik pengambilan sampel yang random, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data menggunakan statistik dengan hasil akhir terbukti atau tidaknya sebuah hipotesis ataupun menjawab pertanyaan research question. Sedangkan pendekatan deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan visualisasi terhadap objek yang diteliti lewat data dan sampel yang terkumpul (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *non probability & convenience sampling* sebagai alat untuk mencari samplingnya. *Non-probability sampling* adalah cara apapun untuk merekrut atau memperoleh unit untuk data analisis dimana inklusi dalam sampel tidak ditentukan oleh proses acak (Hayes, 2005). *Non-probability sampling* memiliki kelebihan berupa jawaban yang lebih akurat dan *feedback* yang cepat karena responden sendiri yang menginginkan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Sedangkan *convenience sampling* adalah cara mengumpulkan responden dari anggota populasi yang

memiliki kemungkinan didapatkan dan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan (Sekaran, 2006), yaitu:

- a. Mahasiswa yang terdaftar di universitas pulau Jawa, dan
- b. Menggunakan aplikasi Twitter.

Cooper dan Emory (1999) mengemukakan bahwa populasi merupakan kumpulan dari individu atau objek penelitian yang termasuk pada syarat dan ketentuan yang ditetapkan peneliti. Berdasarkan syarat dan ketentuan tersebut, populasi dapat dipahami sebagai kumpulan individu yang memiliki kesamaan karakteristik minimal pada satu hal. Sedangkan Hayes (2005) menuliskan dalam bukunya yang berjudul *statistical methods for communication science* bahwa populasi adalah dunia dari objek yang akan disimpulkan pada penelitian tersebut.

Populasi yang dipilih adalah mahasiswa di seluruh pulau Jawa. Mahasiswa dipilih karena identik dengan kegiatan kolektif seperti aktivisme dan merupakan kelompok usia media sosial terbanyak, yaitu 83,58% (Badan Pusat Statistik, 2020). Daerah pulau Jawa dipilih karena merupakan penyumbang kontribusi penetrasi Internet tertinggi di Indonesia, yakni sebesar 56,4% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2021).

Ukuran sampel adalah sekumpulan atau sebagian jumlah orang

yang memiliki karakteristik dari populasi yang diinginkan (Sugiyono, 2017). Berdasarkan hasil perhitungan pada website *surveymonkey.com*, didapatkan 385 *minimal sample size*. Akan tetapi, angka ini diperbesar hingga 400 untuk menghindari *error*. Peneliti menggunakan 4.528.485 *population size*, 95% *confidence level*, serta 5% *margin of error*.

Untuk menemukan korelasi antara penggunaan Twitter dengan perilaku *negative perspective* pada mahasiswa, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner tertutup yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama digunakan untuk mengukur penggunaan Twitter secara umum dan khusus untuk digital activism berasal dari kuisisioner *Facebook as a tool kit: A uses and gratification approach to unbundling feature use* (Smock, Ellison, Lampe, & Wohn, 2011). Sedangkan, bagian kedua berasal dari kuisisioner *how millennials engage in social media activism: a uses and gratification approach* untuk mengukur perilaku *negative perspective* (Dookhoo, 2015: 28). Secara keseluruhan, terdapat 8 pertanyaan yang terdiri dari 5 pertanyaan variabel motivasi penggunaan Twitter dan 3 pertanyaan variabel *negative perspective*.

Alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan keterangan 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan

5 = sangat setuju. Skala likert digunakan saat ingin mengukur sikap, pendapat, persepsi individu atau kelompok terkait fenomena sosial (Sugiyono, 2017).

Data yang telah terkumpul dari para responden selanjutnya akan diuji menggunakan analisis statistika inferensia, yaitu uji korelasional. Uji korelasi dalam penelitian ini merupakan hubungan dari variabel independen, yaitu x (motivasi penggunaan Twitter pada mahasiswa) dan variabel independen, yaitu y (*negative perspective*). Maka dari itu, pengolahan data dilakukan dengan uji *rank spearman* yang berfungsi untuk mencari ada tidaknya korelasi sekaligus signifikansi hipotesis asosiatif (Sugiyono, 2017). Dalam uji ini, data dapat sah meskipun data tidak terdistribusi normal dan data terlampa dalam skala ordinal. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 23.0.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan penyebaran kuisisioner, peneliti perlu melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap 8 item kuisisioner yang mewakili variabel X dan Y pada penelitian ini. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Sedangkan

uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017)

Tabel 1. Uji Validitas motivasi penggunaan Twitter

Variabel	Extraction Value	Keterangan
X1	.775	Valid
X2	.825	Valid
X3	.775	Valid
X4	.709	Valid
X5	.649	Valid

Tabel 2. Uji Validitas *negative perspective*

Variabel	Extraction Value	Keterangan
Y1	.827	Valid
Y2	.910	Valid
Y3	.851	Valid

Seluruh item pertanyaan dalam uji validitas dinyatakan valid karena memiliki nilai koefisien > 0.5 . Sehingga, seluruh pertanyaan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Motivasi Penggunaan Twitter

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

Tabel 4. Uji Reliabilitas *Negative Perspective*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	3

Sebuah item dinyatakan reliabel ketika memiliki *cronbach's alpha* > 0.6 . Tabel 3 memiliki *cronbach's alpha* (α) sebesar 0.734. Sedangkan tabel 4 menunjukkan *cronbach's alpha* (α) sebesar 0.920. Maka, dua variabel sudah reliabel.

Karakteristik Responden

Tabel 5. Data Demografi

Variabel		F	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	90	22.5%
	Perempuan	310	77.5%
Usia	16-18	113	28%
	19-21	274	69%
	22-29	13	3%

Setelah menyebarkan kuisioner melalui berbagai media sosial, peneliti memperoleh 400 responden. Sebanyak 310 responden atau 77.5% merupakan perempuan dan sisa 90 responden atau 22.5% lainnya merupakan laki-laki. Rentang usia yang paling banyak mengisi kuisioner adalah kelompok usia 19-21 tahun, yakni sebanyak 274 responden (69% dari total responden) lalu disusul oleh rentang usia 16-18 tahun dengan 113 responden, dan terakhir rentang usia 22-29% dengan 13 responden.

Uji Rank Spearman

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu ada atau tidaknya korelasi diantara motivasi penggunaan twitter pada mahasiswa dengan *negative perspective*. Maka dari itu, digunakan uji korelasi atau uji hubungan antara variabel independen/x (motivasi penggunaan Twitter) dan variabel dependen/y (*negative perspective*). Untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linear dari variabel X dan Y, maka data hasil kuisioner akan diuji menggunakan uji *rank spearman*. Uji korelasi *rank spearman* dilakukan saat terdapat kekuatan hubungan antara dua variabel yang diukur dengan interval atau rasio yang sama (Field, 2017).

Suatu hal dapat dinyatakan memiliki hubungan asosiatif yang signifikan saat memiliki nilai signifikansi (*2-tailed*) berada < 0.05 atau 0.01 .

Sementara jika hasil nilai signifikansi berada > 0.05 atau 0.01 , maka hubungan diantara variabelnya tidak signifikan. Untuk melakukan uji korelasi antara kedua variabel x dan y dalam penelitian ini, digunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 23.0.

Tabel 6. Uji Rank Spearman

		X	Y
Motivasi	<i>Spearman</i>	1.00	.036
Penggunaan	<i>n</i>		
Twitter (X)	<i>Correlation</i>		
	Sig. (2-tailed)	.473	
	N	400	400
Negative	<i>Spearman</i>	.036	1.00
perspective	<i>n</i>		0
(Y)	<i>Correlation</i>		
	Sig. (2-tailed)	.473	
	N	400	400

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*2-tailed*) dari dua variabel X dan Y yaitu 0.444. Dengan nilai signifikansi yang lebih dari batas penerimaan atau > 0.05 , maka motivasi penggunaan Twitter pada mahasiswa tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *negative perspective*.

Hasil dari Uji Rank Spearman menunjukkan bahwa hipotesis 1 ditolak dan hipotesis 0 diterima, maka apapun bentuk dari motivasi penggunaan Twitter seseorang tidak ada hubungannya dengan *negative perspective* atau pandangan negatif terhadap politik. Hal ini menunjukkan bahwa alasan orang menggunakan Twitter—baik yang memang memiliki tujuan untuk mencari informasi politik ataupun tidak, serta bagaimana seseorang tampak di Twitter—baik melalui konten *tweet*, *like*, dan *retweet* yang ada di akun tersebut, tidak berhubungan dengan *negative perspective* yang dimiliki terhadap politik. Dengan kata lain, semakin tingginya motivasi seseorang menggunakan twitter tidak berhubungan dengan tinggi atau rendahnya *negative perspective* individu terhadap politik.

Data menunjukkan tren positif motivasi penggunaan twitter responden adalah untuk bertukar informasi (80,8%), untuk menyediakan informasi tentang minat khusus (75,8%), untuk menyebarkan informasi yang bisa berguna bagi orang lain (50,8%), dan untuk bertemu dan menjalin hubungan dengan orang baru (51,3%). Temuan tersebut didukung oleh hasil penelitian Gleason (2015) yang menyatakan bahwa anak muda menggunakan Twitter untuk mengekspresikan diri, berkomunikasi, menjaga hubungan pertemanan, dan

membagikan informasi (Gleason, 2015). Hal ini juga sejalan dengan teori *uses and gratifications* yang menjelaskan bagaimana individu memanfaatkan media beserta fitur dan konten di dalamnya untuk memenuhi kebutuhan diri (Katz, Blumler, & Gurevitch, 2011: 120). Teori ini juga dijelaskan oleh Plooy (2009) sebagai gratifikasi yang dicari, dirasakan, dan diperoleh dari komunikasi massa. Dengan kata lain, temuan studi ini sejalan dengan studi-studi sebelumnya tentang motivasi penggunaan twitter di kalangan anak muda, dalam hal ini mahasiswa.

Sementara itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan tren yang tinggi terkait keengganan anak muda untuk terlibat dalam isu-isu sosial politik secara daring. Sebanyak 64% responden memilih untuk tidak terlibat dalam masalah sosial politik secara daring, 56,3% responden menyatakan tidak suka menyuarakan keyakinan sosial-politik pribadi di Twitter, dan 67,5% responden mengaku tidak menggunakan Twitter untuk terlibat dalam masalah sosial politik. Dengan kata lain, lebih dari 50% responden menolak untuk terlibat dalam isu-isu sosial politik secara daring melalui Twitter.

Temuan tersebut sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Lailiyah, dkk (2018) yang membuktikan bahwa kebanyakan remaja merasa tidak nyaman saat diminta untuk berekspresi mengenai

isu sosial-politik di media sosial dalam bentuk apapun (Lailiyah, Yuliyanto, & Pradhana, 2018: 20). Dookhoo (2015) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa keengganan anak muda untuk menyuarakan pendapat mereka tentang isu sosial politik secara daring karena tidak merefleksikan koneksi sosial mereka dan juga karena akan memengaruhi citra positif yang berusaha mereka ciptakan melalui akun media sosialnya. Mereka juga mungkin tidak mau diminta untuk terlibat atau melakukan sebuah tindakan menyangkut hal-hal yang tidak begitu mereka pedulikan (Dookhoo, 2015: 43).

Meskipun hasil penelitian menunjukkan tren positif pada kedua variabel, yakni variabel motivasi penggunaan Twitter dan variabel *negative perspective*, namun kedua variabel tersebut terbukti tidak saling berhubungan satu sama lain. Tingginya motivasi penggunaan twitter yang ditemukan pada responden tidak berhubungan dengan tingginya *negative perspective* responden terhadap isu-isu sosial politik.

Oleh karenanya, diperlukan penelitian lanjutan untuk mengetahui faktor-faktor penyebab *negative perspective* anak muda terhadap isu-isu sosial politik secara daring melalui media sosial. Tren *negative perspective* yang tinggi terhadap isu sosial politik pada mahasiswa bisa disebabkan oleh

kecenderungan penggunaan media sosial sebagai sarana hiburan oleh kaum muda pada umumnya.

Simpulan

Adanya peningkatan pengguna internet di seluruh dunia selaras dengan maraknya *digital activism* di berbagai platform media sosial. Salah satu platform yang memiliki fitur sekaligus menjadi podium bagi aktivisme adalah Twitter. Akan tetapi, banyaknya narasi mengenai penurunan minat remaja untuk terlibat dalam isu sosial politik di media sosial tentu membuat orang bertanya mengapa hal ini terjadi. Salah satu alasannya adalah *negative perspective*. Maka dari itu, penelitian ini berusaha mencari hubungan antara motivasi penggunaan Twitter dan *negative perspective*.

Dari hasil analisis statistika hasil uji *rank spearman* yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyatakan bahwa hipotesis awal (H0) yang mengasumsikan bahwa motivasi penggunaan Twitter pada mahasiswa tidak memiliki korelasi dengan *negative perspective* diterima. Sedangkan hipotesis akhir (H1) yang menyatakan motivasi penggunaan Twitter pada mahasiswa memiliki korelasi dengan *negative perspective* ditolak. Terdapat hubungan negatif antara motivasi penggunaan Twitter pada mahasiswa dengan *negative perspective*. Artinya, niat

seseorang dalam menggunakan aplikasi Twitter sesuai kebutuhannya berdasarkan teori *uses & gratifications* (terlepas untuk keperluan politik ataupun bukan) tidak berhubungan dengan *negative perspective* dalam diri seorang tentang isu-isu sosial politik.

Berdasarkan analisis dan hasil uji yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk meningkatkan kualitas penelitian yang telah dilakukan, yakni bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa dapat menguji variabel lain hingga dapat menemukan faktor yang menjadi penyebab adanya penurunan minat remaja dalam aktivisme sosial-politik serta dapat mengambil sampel dari platform media sosial yang berbeda.

Selain itu, kondisi juga perlu mendapatkan perhatian para aktor politik dan partai politik untuk lebih gencar melakukan sosialisasi dan pendidikan politik di kalangan anak muda. Indonesia sedang memasuki periode bonus demografi, di mana sebagian besar populasi penduduknya terdiri dari usia produktif. Oleh karenanya, peningkatan kesadaran anak muda terhadap isu-isu sosial dan politik sangat penting untuk dilakukan dengan memanfaatkan kondisi bonus demografi tersebut guna menyiapkan regenerasi pemimpin ke depannya.

Daftar Pustaka

- Ardichvili, A., Page, V., & Wentling, T. (2003). Motivation and barriers to participation in virtual knowledge-sharing communities of practice. *Journal of Knowledge Management*, 64-77.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2021). *Laporan survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. Indonesia Survey Center.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur (Persen), 2017-2019*. Badan Pusat Statistik Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS).
- Bobkowski, P., & Smith, J. (2013). Social media divide: Characteristics of emerging adults who do not use social network websites. *Media, Culture & Society*, 771-781.
- Cheng, R., & Vassileva, J. (2005). User Motivation and Persuasion Strategy for Peer-to-Peer Communities. *Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. Big Island, HI: Institute of Electrical and Electronics Engineers.
- Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1999). *Metode Penelitian Bisnis Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Culum, B. (2010). Digital activism decoded: The new mechanics of change. *Devices: The Power of Mobile Phones*, 47-70.
- Donath, J., & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *bt technology Journal*, 22(4), 71-82.
- Dookhoo, S. (2015). How millennials engage in social media activism: a

- uses and gratifications approach. *Electronic theses and dissertations, 2004-2019*, 28-48.
- Dyke, N. V. (1998). Hotbeds of activism: Locations of student protest. *Social Problems*, 205-220.
- Emory, C. D. (1998). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Enriquez, L. E. (2014). Undocumented and citizen students unite”: Building a cross-status coalition through shared ideology. *Social Problems*, 155-174.
- Field, A. (2017). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. London: SAGE Publications Ltd.
- Geraci, J. C., & Nagy, J. (2004). Millennials - the new media generation. *Young Consumers*, 17-24.
- Gleason, B. (2015). New literacies practices of teenage Twitter users. *Journal Learning, Media and Technology*, 1-24. doi:10.1080/17439884.2015.1064955
- Gosmawi, M. P. (2018). Social Media and Hashtag Activism. *Liberty Dignity and Change in Journalism*, 252-262.
- Hayes, A. F. (2005). *Statistical Methods For Communication Science*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (2011). Uses and Gratifications Research. *Public opinion quarterly*, 120-149.
- Lailiyah, N., Yuliyanto, M., & Pradhana, G. A. (2018). Youthizen, Political Literacy, and Social Media. *E3S Web of Conferences*, 20-23.
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 337-353.
- Makice, K. (2009). *Twitter API: Up and Running. First Edition*. USA: O'Reilly Media.
- Meyer, D. S., & Whittier, N. (1994). Social Movement Spillover. *Social Problems*, 277-298.
- Penney, J., & Dadas, C. (2014). (Re)Tweeting in the service of protest: Digital composition and circulation in the Occupy Wall Street movement. *New Media & Society*.
- Plooy, D. (2009). *Communication Research: Techniques, methods & application*. Cape Town: Juta & Co, Ltd.
- Poell, T., & Rajagopalan, S. (2005). Connecting Activists and Journalists: Twitter communication in the aftermath of the 2012 Delhi rape. *Journalism Studies*, 719-733.
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and Gratifications of Social Media. *Bulletin of Science Technology & Society*, 350-361.
- Rubin, A., Haridakis, P., Hullman, G., Sun, S., & Chikombero, P. (2008). The role of motivation and media involvement in explaining Internet dependency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 408-431.
- Sanchez, D. (2015). Digital Justice: An Explanatory Study of Digital

Activism Actions on Twitter.
*Journal of Educational Technology
Development and Exchange.*

- Scheufele, D. A. (2002). Examining differential gains from mass media and their implications for participatory behavior. *Communication Research*, 46-65.
- Sekaran. (2006). *Metodologi penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Smith, B., & Gallicano, T. (2015). Terms of engagement: Analyzing public engagement with organizations through social media. *Computers in Human Behaviors*, 82-90.
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behaviour* 27 , 2322-2329.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- United Development Programme; Focal Point on Youth. (n.d.). *Youth , Political Participation And Decision-Making* . United Nations.
- Youniss, Bales, J., Christmas-Best, S., Diversi, V., McLaughlin, M., Silbereisen, M., & Rainer. (2002). Youth civic engagement in the twenty-first century. *Journal of Research on Adolescence*, 121-148.