

Penyebaran Informasi melalui *Thread* Berita di Twitter oleh Mahasiswa S-1 Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro

Bilqis Rachma Tiara Rizqi^{*)}, Heriyanto

*Program Studi S1 Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia*

^{*)} Korespondensi: bilqisrachma2511@gmail.com

Abstract

The phenomenon of disseminating information via social media is not only about receiving but also about how the social media user community participates in processing and disseminating information. Information can be disseminated quickly to reach many users. This research aims to find out the patterns of information dissemination through news threads on Twitter carried out by students so that the use of Twitter as a forum for information dissemination can be identified. Using qualitative methods, data was collected through observation and semi-structured interviews with eight informants who were recruited purposefully. The data obtained was then analysed using thematic analysis, and two patterns emerged related to the process of disseminating thread information on Twitter, namely thread sources and information behavior. The first pattern is knowing which thread sources users search for and find. Informants have their preferences in deciding which information they want to share back. The second pattern is information behavior, or how users act after receiving information in a thread using the Twitter features provided.

Keyword: Information dissemination; twitter thread; undergraduate student

Abstrak

Fenomena penyebaran informasi melalui media sosial tidak hanya tentang menerima, namun juga bagaimana masyarakat pengguna media sosial berperan dalam memroses dan menyebarkan informasi. Informasi dapat tersebar dengan cepat menjangkau banyak pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola penyebaran informasi melalui *thread* berita di Twitter yang dilakukan mahasiswa sehingga dapat diidentifikasi pemanfaatan Twitter sebagai wadah penyebaran informasi. Melalui metode kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara semi terstruktur terhadap delapan informan yang direkrut secara *purposive*. Data yang didapatkan kemudian dianalisis menggunakan thematic analysis dan muncul dua pola yang terkait proses penyebaran informasi *thread* di Twitter yaitu sumber *thread* dan perilaku informasi. Pola pertama adalah mengetahui dari mana sumber *thread* yang dicari dan ditemukan pengguna, informan memiliki preferensi mereka dalam memutuskan informasi mana yang ingin mereka sebarkan kembali. Pola yang kedua yaitu perilaku informasi bagaimana tindakan pengguna setelah menerima informasi dalam *thread* memanfaatkan fitur Twitter yang disediakan.

Kata kunci: penyebaran informasi; twitter *thread*; mahasiswa

1. Pendahuluan

Fenomena penyebaran informasi melalui media sosial kini tidak hanya tentang menerima, namun bagaimana tindakan individu berperan besar terhadap perubahan dalam jaringan sosial dan persebaran informasi, dimana para individu ini bertukar informasi dengan individu lainnya untuk membangun hubungan sosial mereka (Razaque dkk., 2022)

Sesuai dengan teori pemrosesan informasi Miller (1956) yang menerangkan bahwa setiap individu memiliki kapasitas yang terbatas dalam menerima dan memproses informasi yang diterima.

Adanya motivasi serta kemampuan tiap individu menjadi faktor utama dalam memilih informasi mana yang dapat menarik perhatian mereka. Banyaknya informasi yang pengguna terima dalam sekali menjelajah pada *timeline* pengguna, memudahkan mereka menentukan informasi mana yang dirasa menarik dan selanjutnya dibagikan kembali kepada pengguna lain.

Twitter sendiri adalah salah satu bentuk *microblogging* sebagai wadah untuk menyiarkan berita dari berbagai macam bidang dengan singkat sehingga dapat dengan cepat tersebar dengan aktivitas yang ditampilkan pada *timeline* Twitter (Haryadi & Suteja, 2021). Dalam penemuan milik Zhao dan Rosson (2009) mengidentifikasi lima motivasi utama melakukan *microblogging*, yaitu: (1) Mempertahankan hubungan dengan rekan dan teman, (2) Mempromosikan hal menarik dalam suatu jaringan milik pengguna, (3) mengumpulkan informasi yang bermanfaat terhadap minat individu atau sesuai dengan bidangnya, (4) meminta bantuan dan pendapat, serta (5) melepaskan emosional individu. Hal ini lah yang mendorong penggunaan *microblogging* baik dalam ranah pemerintahan, bisnis, *marketing*, bahkan hingga pada ranah pendidikan tak luput dari pemanfaatannya

Salah satu bentuk informasi yang dibagikan adalah *tweet* utas yang diberikan kata kunci ‘*thread*’ dengan berbagai macam topik yang disampaikan. Karena umumnya penggunaan media sosial Twitter ini digunakan untuk membagikan konten secara berkala, sehingga akan selalu memunculkan informasi baru tiap waktunya. Dengan banyaknya perilaku *tweet* yang muncul adalah berupa *retweet* dari pengguna lain (Yang dkk., 2010), sehingga apabila suatu *thread* mendapatkan *retweet* beberapa pengguna maka akan muncul di *timeline* pengguna lainnya dan terjadilah persebaran informasi.

Penelitian sebelumnya terkait penyebaran informasi di Twitter telah dilakukan oleh Haryadi & Suteja (2021) mengenai bagaimana fitur *timeline* dapat memprediksi persebaran informasi dengan fitur konten dan fitur akun sebagai pembanding. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *tweet-tweet* terbaru, engagement dengan pengguna lain dan juga *tweet* yang telah disukai muncul pada fitur *timeline* dapat mempengaruhi sebuah *tweet* menjadi populer dan naik ke permukaan dengan cepat. Penelitian lain yang terkait berjudul “Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Penyebaran informasi Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika” milik Solihin dkk. (2021) juga menyatakan bahwa informasi yang disebar dapat dengan cepat tersebar, menjangkau banyak pengguna dan mudah untuk digunakan. Berdasarkan penelitian sejenis sebelumnya diatas, peneliti ingin meneliti tentang bagaimana pola penyebaran informasi melalui *thread* berita oleh pengguna Twitter kalangan mahasiswa.

Mahasiswa termasuk dalam kategori individu dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun yang digolongkan dalam kategori masa remaja akhir sampai dewasa awal yang sedang berkembang dan pemantapan pendirian hidup (Yusuf, 2011, hlm. 27). Mahasiswa dalam masa perkembangan dimana secara psikologis mereka mulai dapat menyesuaikan diri ditengah masyarakat sekitar. Dengan keadaan ingin mencapai penemuan jati diri, dapat paham dan siap akan sebuah tanggung jawab segala tindak tanduk, juga perkembangan perilaku dalam bersosial. Besar presentase pengguna Twitter kalangan

mahasiswa ini perlu adanya kendali diri dalam menyebarkan ulang informasi terhadap membludaknya informasi yang disampaikan di media sosial.

Miysell dan Wasito (2020) menyatakan sebagai lulusan Program Studi Ilmu Perpustakaan yang memiliki kompetensi pada dasar keilmuan perpustakaan, informasi, dan teknologi informasi diharapkan dapat mengikuti alur perkembangan pengetahuan dan teknologi informasi dengan melakukan modifikasi dan kolaborasi, salah satunya dapat menjadi information professional yang mana dalam profesi ini juga harus peduli bagaimana data diolah menjadi sebuah informasi. Dengan adanya bekal yang mereka dapatakan dalam pendidikan formal diharapkan mahasiswa memiliki kemampuan dalam menentukan informasi yang didapatkan di media sosial untuk disebar kembali. Berangkat dari uraian latar belakang diatas, maka penelitian dilakukan dengan judul “Pola Penyebaran Informasi melalui *Thread* Berita oleh Pengguna Twitter Mahasiswa S-1 Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan Tahun 2020”.

2. Kajian Literatur

2.1 Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi, menurut Al-Taie & Kadry (2017) adalah sebuah proses dimana informasi tersebar dari satu tempat ke tempat lain melalui jalinan interaksi. Kemajuan teknologi yang tersambung internet kini telah tumbuh dengan cepat dan dapat dengan mudah diakses oleh semua kalangan baik pelajar, pekerja dan masyarakat umum. Banyaknya jenis platform media sosial yang tersedia, menciptakan persebaran informasi lintas platform (Zhu dkk., 2018).

Penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari tidak lepas dari aktivitas pertukaran informasi antar individu (Li dkk., 2017), yang mana dapat dimanfaatkan dalam menyiarkan berita terkini dan juga penyuaaran opini baik secara publik maupun pribadi. Zhu dkk. (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan adanya perbedaan mode penyebaran informasi, yaitu: 1) Adanya persebaran informasi dua arah pada media pesan singkat antar pengguna yang saling berteman, 2) Persebaran informasi pada media blog dapat terjadi dalam satu arah yang langsung diterima oleh pengikutnya dimana informasi yang dipublikasi dapat diakses oleh semua orang, sehingga arah pendistribusiannya lebih luas (2017).

Al-Taie & Kadry (2017, hlm. 165–166) menerangkan terdapat tiga elemen penting dalam proses persebaran informasi, yaitu:

1. *Sender*. Pengirim berperan sebagai yang memulai proses persebaran
2. *Receiver*. Penerima menerima hasil persebaran informasi dari pengirim, dimana umumnya jumlah penerima lebih banyak daripada jumlah pengirim
3. *Medium*. Adalah tempat dimana penyebaran informasi antara pengirim dan penerima berlangsung.

Dalam perjalanannya informasi di sebar, Everett Rogers (dalam Hasanah, 2014, hlm. 25) mengungkapkan sebuah teori penyebaran informasi dan pengaruhnya, dimana persebaran informasi

terjadi melalui tiga proses perubahan sosial yakni penemuan, penyebaran informasi dan dampak. Pengaruh terbesar dalam proses penyebaran informasi adalah pengguna, dimana semakin luas jangkauan persebaran informasi dan disebut oleh banyak pengguna maka dampak yang diperoleh semakin besar (Hasanah, 2014, hlm. 26). Informasi tidak tersebar menyeluruh ke jaringan sosial secara bersamaan, namun didistribusikan secara bertahap sebagaimana pengguna mendapatkan informasi tersebut. Sehingga ketika sebuah informasi disampaikan secara merata ke antarpengguna, informasi ini akan dapat tersampaikan berdasarkan intensitas rata-rata pengiriman pesan, banyaknya pengguna yang menyebarkan, dan banyaknya pengguna yang berpotensi menyebarkan kembali informasi tersebut ke orang lain (Falcone & Gatsenko, 2018).

2.2 Twitter

Twitter memiliki beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan pengguna dalam menulis pesan dan lalu membagikannya secara umum (Anggreini, 2016), yaitu *tweet* yang berisikan pesan informasi berbagai macam topik yang nantinya dapat terjadi komunikasi antara pengguna dengan pengikutnya dan bukan pengikutnya. Berawal dari *tweet* ini, pengguna dapat melakukan *tweet* bersambung di bawahnya untuk melanjutkan juga untuk memberikan informasi tambahan berdasarkan *tweet* awalnya yang dapat disebut dengan istilah '*thread*'. Melihat banyaknya pengguna yang melakukan perilaku ini, situs Twitter menambahkan fitur dengan ikon '+' pada saat pertama membuat *tweet* awal dan juga fitur 'tambahkan *tweet*' di bagian kolom komentar dimana *tweet* terakhir diposting. Karena adanya limit karakter pada setiap satu posting *tweet*, tentu adanya fitur ini dapat mempermudah menyampaikan informasi bersambung.

Umumnya *thread* dengan berisi informasi akan dimulai dengan tulisan sebuah topik lalu diikuti kata '*Thread*' sebagai penanda bahwa *tweet* tersebut adalah berisi untaian *tweet* bersambung, dan penulisan kepala *thread* ini juga dapat menarik perhatian pengguna yang melihat di halaman beranda mereka. Hal ini adalah salah satu daya tarik untuk pengguna berpartisipasi memberikan *feedback*, komentar, hingga menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Partisipasi pengguna dalam penyebaran informasi ini dilakukan melalui kegiatan *like*, *retweet*, *quote retweet* dan juga komentar, baik komentar secara pribadi maupun dengan men-*tag* akun temannya.

2.3 Penyebaran Informasi melalui Twitter

Di era serba digital menjadikan dunia dekat dalam genggaman kita sehingga dapat dengan mudah menjangkau segala bentuk informasi dari berbagai belahan dunia manapun tak terbatas waktu dan ruang. Maka peran media sosial saat ini adalah penting dalam menjalankan proses penyebarluasan informasi (Luo dkk., 2017), salah satu media yang dapat dijadikan tempat untuk menyebarkan informasi adalah Twitter. *Microblogging* ini dapat memungkinkan penggunanya untuk menciptakan dan menerima pesan yang disebut *tweet*, dengan limit karakter per-*tweet*nya adalah 140 kata. Pemilihan informasi yang sesuai dengan minat topik tiap pengguna dapat dengan mudah menarik

perhatian dan memiliki kemungkinan yang besar untuk disebarakan kembali setelah menilai dan memahami dengan jelas informasi apa yang mereka dapatkan (Shi dkk., 2018).

Menurut Siwoyo (dalam Papilaya & Huliselan, 2016) mendefinisikan mahasiswa yaitu individu yang sedang menuntut ilmu tingkat perguruan tinggi yang berintelektual tinggi dan dapat berpikir kritis serta bertindak dengan cepat dan tepat. Mahasiswa belajar untuk menganalisis masalah dalam bidang pembelajaran yang mereka ambil. Oleh karena itu, dalam menggunakan media sosial, diharapkan mahasiswa dapat menerapkan sifat berpikir kritis sebelum bertindak seperti halnya dalam menyebarkan ulang informasi yang mereka dapat dari media sosial.

Kegiatan bermedia sosial yang dilakukan mahasiswa terkait dengan kesukaan dan pembelajaran yaitu membaca dan menyebarkan kembali informasi yang didapatnya dengan pertimbangan apakah informasi tersebut relevan, berguna, dan informatif bagi orang lain (Rachman, 2017). Media sosial dalam proses pembelajaran dapat dimanfaatkan sebagai media yang informatif seputar pendidikan dan karir dimana sekarang ini segala al tersambung dengan internet. Selain itu, media sosial sebagai media komunikasi baik massa maupun antarindividu sehingga terjalin hubungan sosial dalam jaringan. Dua hal tersebut diatas erat hubungannya dengan berbagi informasi dari satu sumber ke sumber lain.

Twitter telah menjadi *platform* dimana segala aktivitas informasi dapat tersebar karena kenyamanan fitur dan banyaknya data yang disajikan. Dalam proses penyebaran informasi, perilaku pengguna Twitter memiliki peran yang penting bagi penggunaannya. Dimana pengguna Twitter tidak hanya mereka yang mengikuti untuk menikmati konten saja, namun pencipta informasi yang diikuti. Akibatnya semua pengguna Twitter dapat menjadi seorang penulis dengan berbagai macam latar belakang dan identitas sehingga tercipta beragam kualitas informasi yang tersebar dalam jaringan media sosial tersebut (Wang dkk., 2017).

3. Metode Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, untuk memahami interaksi sosial, pengalaman dan pengetahuan seorang individu terkait fenomena tertentu, yaitu bagaimana pola penyebaran informasi melalui *thread* berita oleh pengguna aktif Twitter mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro. Jika dilihat dari tujuannya, penelitian ini dapat menggunakan metode penelitian kualitatif yang merupakan metode-metode untuk menginterpretasi dan memahami makna secara induktif dari sekelompok individu terhadap situasi sosial yang sedang terjadi (Creswell, 2016).

Dalam penelitian kualitatif tidak terdapat istilah populasi, melainkan oleh Spradley disebut sebagai “*Social Situation*” atau situasi sosial yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*). Peneliti mengamati objek penelitiannya secara mendalam terhadap aktivitas orang-orang pada tempat tertentu (Sugiyono, 2019, hlm. 285).

Informan penelitian ini adalah mahasiswa S-1 Program Studi Ilmu Perpustakaan Undip angkatan tahun 2020. Adapun kriteria yang ditentukan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu:

1. Merupakan mahasiswa aktif Prodi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro angkatan tahun 2020

2. Merupakan pengguna aktif Twitter minimal selama dua tahun terakhir
3. Memanfaatkan fitur *thread* di Twitter selama dua tahun terakhir untuk membaca dan membagikan informasi.

Kriteria yang telah ditentukan di atas sebagai kriteria informan yang bersedia diwawancarai semi-terstruktur secara virtual, karena informan adalah mahasiswa dalam pembelajaran jarak jauh dengan asal domisili yang berbeda. Setelah melakukan langkah penentuan informan, selanjutnya dilakukan rekrutmen menggunakan teknik purposive sampling untuk mendapatkan informan yang dianggap menguasai objek atau situasi sosial yang sedang diteliti (Sugiyono, 2019b, hlm. 288-289).

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola atau untuk menemukan tema dalam data yang dianggap penting untuk menggambarkan tentang fenomena yang sedang terjadi (Braun & Clarke, 2006).

Menurut Heriyanto (2018), penerapan analisis tematik ini memerlukan waktu yang cukup untuk memahami data yang telah diperoleh sebelum melakukan tahapan-tahapan berikutnya, antara lain:

1. Memahami Data

Melakukan pencatatan pribadi selama membaca ulang transkrip rekaman hasil wawancara yang mana catatan ini dapat membantu memahami makna dari data yang peroleh dan mulai menemukan hal-hal berkaitan dengan penelitian.

2. Pengkodean Data

Kode dapat disebut sebagai label yang terdapat dalam data dari pertanyaan hasil wawancara yang dilakukan. Melalui kode ini, dapat dipahami makna dari pernyataan yang diberikan oleh informan. Pengkodean ini dapat dikatakan selesai apabila semua data telah selesai dibuatkan kodenya dan kode tersebut memiliki makna .

3. Penentuan Tema

Setelah selesai dengan tahap kedua, selanjutnya mencari tema yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dimana tema ini menggambarkan makna dari suatu fenomena yang diteliti. Berikut tema penelitian yang telah didapatkan:

Tabel 1. Tema Penelitian

Kode	Kelompok	Tema
Variasi Informasi Sumber viral <i>Up-to-date</i>	Motivas Penggunaan Twitter	
Algoritma sesuai minat pengguna Mudah dipahami Menarik Efektif	Sebab Memilih <i>Thread</i>	Preferensi

Malas membuka link Berdasarkan kepala <i>thread</i> Banyak memberikan aksi	Memilih <i>Thread</i> yang Menarik	
<i>Like, Retweet</i> , dan Markah Membagikan link Diskusi	Strategi Penyebaran <i>Thread</i>	Strategi Penyebaran Informasi
Orang yang diikuti Kepala <i>thread</i> dengan banyak aksi	Sumber <i>Thread</i>	
<i>Hashtag</i> Kolom Pencarian		Sumber <i>Thread</i>

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Sumber *Thread*

4.1.1 Sumber *Thread*

Thread yang berisikan *tweet* bersambung ini umumnya ditulis oleh seorang pengguna dengan menyajikan berbagai macam topik yang dibahas. Dalam pemanfaatannya oleh pengguna lain, *thread* dapat ditemukan melalui berbagai macam cara, yaitu salah satunya dengan mengikuti suatu akun dimana penggunaannya memang sering membuat *thread* tentang topik tertentu. Cara lainnya yaitu *thread* muncul di *timeline* seorang pengguna dengan memunculkan aktivitas aksi tanggapan dari pengguna lain berupa *like*, *retweet*, dan komentar terhadap suatu *thread*. Aktivitas setiap pengguna akan muncul di *timeline* sehingga dapat dengan mudah dilihat oleh pengikutnya. *Thread* yang memiliki jumlah tanggapan yang banyak akan otomatis muncul di *timeline* sebagai rekomendasi ke beberapa akun pengguna. Selain itu, *thread* juga dapat ditemukan dari salah satu pengguna yang merilis *thread* baru sehingga pengikutnya akan lebih sering menerima informasi terbaru.

Selain dengan cara mengikuti akun pembuat *thread* dan aktivitas tanggapan pengguna lain, informan dapat mencari sendiri *thread* yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan informasi mereka. Pengguna melakukan pencarian di search bar dengan mengetikkan kata kunci topik yang diinginkan dan diikuti kata “*thread*”, maka akan muncul berbagai macam *thread* yang memberikan informasi sesuai yang diketikkan. Hal ini seperti yang diutarakan oleh informan sebagai berikut:

“Pertama kali aku melakukan pencarian di Twitter, lalu mulai follow akun-akun yang ngasih informasi sesuai kesamaan interest jadi bisa muncul di *timeline*”(Nitzana)

“Kalo liat *thread* gitu biasanya dapet dari hashtag atau enggak cari di kolom search misal cari giveaway atau jual beli album nanti muncul semua. Biasanya sih nyari manual kak”(Regina).

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bagaimana sebuah *thread* dapat didistribusikan sehingga dapat ditemui dan dinikmati oleh pengguna Twitter lainnya. Selain dengan cara pencarian manual melalui search bar dengan mengetikkan kata kunci yang diinginkan diikuti dengan kata “*thread*”, informan dapat menemukan *thread* melalui hasil aktivitas pengguna lain yang mereka ikuti. Baik

menikmati langsung dari akun pembuat thread, atau melihat hasil tanggapan pengguna lain terhadap suatu thread yang dirasa menarik dan perlu untuk disebar kembali serta apabila dirasa relate dengan apa yang pengguna lain utarakan.

4.1.2 Preferensi

Preferensi merupakan tema yang menggambarkan upaya informan dalam memilih informasi dalam thread mana yang akan disebar. Tema preferensi ini terdiri dari dua kelompok besar, yaitu motivasi memilih Twitter untuk menyebarkan informasi dan pertimbangan dalam memilih thread.

Twitter menyediakan fitur trending yang menampilkan kata, frasa atau tagar yang sedang ramai diperbincangkan oleh banyak pengguna. Hal ini memunculkan daftar sejumlah kata kunci terkait berbagai variasi informasi yang dapat dimanfaatkan dalam pemenuhan kebutuhan informasi pengguna. Seperti yang diungkapkan oleh informan:

“Gak menentu sih, cuma kepo aja sama apa yang lagi trending. Aku tuh anaknya update, tapi kok kadang ada bahasan yang aku enggak tau, nah dari situ aku kepoin tuh buat cari tau kondisi apa yang sedang terjadi dari trending. Mendapatkan informasi yang bervariasi sih”(Nitzah).

“Macem-macam sih kak, biasanya apa yang viral gitu sih kak. Kan Twitter sumbernya yang viral gitu, kadang juga mengamati trending”(Desy).

Selain motivasi agar up-to-date terhadap isu-isu yang hangat dibicarakan, Twitter dinilai membantu dalam pemenuhan kebutuhan informasi pengguna sebab banyaknya jenis informasi yang dibagikan oleh berbagai jenis dan latar belakang penggunanya. Seperti yang diungkapkan oleh seorang informan berikut:

“Menurutku efektif kak, banyak pengguna yang share latihan soal, tips-tips mengerjakan soal, info-info TryOut gratis juga, jadi Twitter sangat membantu waktu itu”(Nitzana).

Twitter sebagai mikroblog yang dapat memberikan konten secara berkala dalam rentang waktu real-time, dapat dimanfaatkan oleh banyak pengguna dalam memposting mini blog pribadi mereka sesuai jangkauan pengetahuan yang dimiliki. Seperti yang diungkapkan oleh Herianto (2018), bahwa Twitter digunakan sebagai tempat berbagi pengalaman antar pengguna sehingga dapat memudahkan dalam mengikuti tren, cerita, dan informasi berita yang tersebar meluas secara publik.

Persebaran informasi yang terjadi di Twitter dapat dirasakan informan menyebar dengan cepat melalui laman lini masa atau *timeline* pengguna, yang dapat memunculkan informasi dalam kurun waktu sesungguhnya sebuah peristiwa terjadi, sehingga setiap kali me-refresh beranda dapat menampilkan *tweet-tweet* baru yang diperbarui. Hal ini memunculkan rasa selalu ingin mengetahui berita yang saat itu juga sedang terjadi atau disebut up-to-date. Informan melakukan pencarian informasi sesuai apa yang mereka minati agar tidak tertinggal satupun berita. Dengan mengikuti pengguna yang memiliki ketertarikan yang sama dapat memberikan lingkup persebaran informasi yang lebih luas. Motivasi penggunaan Twitter dapat didasari pengaruh dari lingkungan sekitar sesama

pengguna Twitter. Dengan sistem microblogging yang dikenal dapat memberikan persebaran informasi yang cepat kepada sesama antarpenggunanya.

“Alasan menggunakan Twitter karena dinilai memberikan informasi yang update dan penyebarannya cepat dibandingkan dengan media sosial lainnya ” ucap informan Nanda, Sherly, dan Regina.

Dalam penggunaannya, Twitter sebagai tempat menuliskan dan menyebarkan pengalaman pribadi antara sesama penggunanya, tentu akan dirasakan manfaat apabila dapat bertukar informasi antar pengguna yang memiliki kesamaan minat. Dengan sistem memunculkan *tweet* secara real-time, pengguna merasa mendapatkan informasi terbaru yang selalu diperbarui sehingga proses penerimaan informasinya sampai dengan cepat. Hal ini dirasakan menguntungkan karena pengguna dapat terhindar dari meluapnya informasi yang dirasa tidak diperlukan.

Informan merasa bahwa informasi dalam bentuk thread dapat membangkitkan minat untuk singgah terhadap suatu thread dan membaca informasi yang disampaikan. Hal ini dipicu karena dalam penyampaian beritanya, pembuat thread menggunakan bahasa sehari-hari yang umumnya usia sebaya mereka gunakan, dibandingkan dengan akun portal berita yang menggunakan bahasa baku. Seperti yang diungkapkan informan berikut ini:

“Menurut saya lebih menarik dalam bentuk thread ya kak. Karena bahasa yang digunakan menggunakan bahasa sehari-hari dan lebih bisa dimengerti dengan bahasa santai dibandingkan dengan laman portal berita yang menggunakan bahasa yang formal”(Regina).

“Menurut aku thread lebih rapi dan menarik untuk dibaca. Soalnya kalau di Twitter mudah untuk orang-orang membagi dan memberi komentar dan itu ada di satu media sosial serta dapat dicari melalui hashtag”(Aulia).

Preferensi informan dalam memilih thread sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka dinilai menarik, karena dengan adanya topik yang diangkat dalam sebuah thread dapat memunculkan berbagai macam opini dan perspektif pengguna lain terkait sebuah isu yang ramai diperbincangkan. Informan merasa dengan melihat opini dan pengalaman orang lain dapat menambah pengetahuan dan menjadikan pandangan mereka terhadap suatu isu lebih terbuka. Karena *tweet* yang membagikan pengalaman atau opini pribadi mendapatkan banyak komentar karena pengaruh dari peran latar belakang pengguna yang membagikan informasi tersebut, seperti halnya seorang influencer dan atau selebriti yang telah mendapatkan exposure dari banyak pengguna lainnya (Kothari dkk., 2022). Karena adanya informasi yang dibumbui dengan opini dan pengalaman pribadi seseorang, hal ini dapat menimbulkan informasi yang disampaikan menjadi bias. Sehingga perlu melakukan cek ulang kembali kebenaran informasi yang telah disampaikan dan juga melakukan pencarian lanjutan agar dapat memiliki pendapat mereka sendiri akan sebuah isu yang diperbincangkan.

Penggunaan thread sebagai media penyebaran informasi dinilai informan lebih efektif dibandingkan portal berita. Informan menilai bahwa ketika ingin mengakses sebuah informasi di

portal berita, mereka merasa malas untuk menunggu link memuat berita yang disajikan. Terlebih saat link berita sudah termuat namun tidak menampilkan keseluruhan berita, dengan perlu menekan opsi ke halaman selanjutnya juga tampilan iklan dengan ukuran yang mengganggu untuk membaca isi berita. Berbeda dengan portal berita, thread berisikan *tweet* berkelanjutan yang hanya dengan menggulirkan ke *tweet* selanjutnya dibawahnya akan langsung menampilkan sambungan *tweet* di atasnya tanpa menunggu loading dan terputus karena iklan. Disamping itu, pengguna dapat memberikan tanggapan mereka terhadap suatu thread yang mereka temui dan baca. Baik dengan memberikan aksi like, *retweet*, *quote-retweet*, dan juga komentar menanggapi tulisan di atasnya. Hal ini diungkapkan oleh informan sebagai berikut:

“Kalau sudah di Twitter aku lebih pilih thread sih kak, soalnya kalau di akun berita gitu mereka bakal nyantumin link beritanya dan kita harus klik linknya dan menurut aku itu agak ribet. Kalau di Twitter tuh enak ya cuma scroll-scroll aja gitu, sedangkan kalau klik link menunggu link itu terbuka dan loadingnya agak lama dan aku males nunggunya”(Nitzah).

“Soalnya kalo di Twitter mudah untuk orang-orang menyebarkan kembali dan memberi komentar dan itu ada di satu media sosial yang dapat dicari melalui hashtag. Kalau di portal berita, aku sendiri malas karena ada iklannya lah, atau klik untuk ke halaman selanjutnya, kalau thread kan tinggal scroll ke bawah tau-tau sudah selesai”(Aulia)

“Kalau portal berita males buka linknya. Walau sama saja, tapi lebih enak di thread sih...kalau thread tinggal klik langsung kebuka hanya scroll ga perlu loading gitu, enggak seperti melalui portal berita”(Nanda).

“Menurutku lebih efektif buat nyebarin informasi. Biasanya orang males buka link. Kalo thread itu lebih menarik dan bisa baca komentar pengguna lain”(Desy).

Seperti yang dijelaskan di atas, dengan jumlah aksi yang diberikan terhadap suatu thread informasi dapat mempercepat penyebaran informasi antar pengguna. Karena setiap aksi tanggapan baik berupa like, *retweet*, dan komentar akan muncul pada *timeline* sehingga dapat dirasakan efektif dalam menerima informasi baru dari pengguna lain.

Dalam pemilihan thread yang menarik bagi pengguna, informan memiliki kecenderungan dalam menyeleksi informasi yang mereka temukan untuk selanjutnya mereka konsumsi. Banyaknya jenis thread yang telah disebar di Twitter, menjadikan informan memilah berdasarkan topik apa yang dibicarakan pada kepala thread tersebut. Pemilihan thread dilakukan berdasarkan kebutuhan informasi serta beragam minat masing-masing pengguna.

Seperti yang dijelaskan diatas, menurut informan thread yang menarik perhatian mereka untuk mencari dan membaca adalah yang sesuai apa yang mereka minati. Mereka juga tertarik pada thread yang mereka rasa relate atau memiliki keterkaitan dengan apa yang diungkapkan pada isi thread tersebut dengan ejaan penulisan yang baik dan benar untuk menarik minat baca pengguna lain.

4.2 Perilaku Informasi

Tema perilaku informasi ini menjelaskan tentang bagaimana tindakan informan selanjutnya setelah menerima informasi baru berupa thread dalam upaya penyebaran informasi di Twitter. Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan fitur yang disediakan Twitter untuk menanggapi setiap *tweet* yang disebarkan.

Perilaku informan dalam merespon informasi yang mereka temukan dengan memanfaatkan fitur yang ada pada Twitter like, *retweet* dan memberikan komentar sehingga dapat muncul kembali di laman *timeline* pengikut mereka. *Tweet* yang telah di like, *retweet* dan diberi komentar juga akan muncul pada tab yang ada pada profil setiap pengguna. Beberapa informan memberikan aksi tanggapan tidak hanya untuk menyebarkannya kembali pada pengguna lain, namun juga menyimpannya di markah (bookmark) sebagai penanda agar informasi menarik yang muncul di *timeline* mereka dapat dibaca kembali di lain waktu.

Selain dengan menyimpannya ke dalam markah, apabila pengguna menemukan *tweet* yang bagi mereka menarik dan ingin disimpan sendiri sebagai pemenuhan kebutuhan informasi, mereka juga memanfaatkan fitur like yang mana mereka merasa benar-benar menyukai *tweet* yang mereka baca sebagai *tweet* favorit dan menggunakannya sebagai arsip untuk kemudian dapat dibaca kembali saat diinginkan.

“Yang pasti yang menarik buat aku, yang bermanfaat juga, terus kalau ada berita di *timeline* gitu aku like. Yang aku *retweet* itu yang sekiranya penting buat aku”(Maulvi)

“Kalau misal *thread*nya cuman dibaca waktu itu saja maka akan aku like, tapi kalau mau dibaca lagi lain waktu akan aku *retweet* biar bisa masuk ke profil pribadi”(Regina)

Hal diatas menjelaskan mengenai bagaimana adanya satu thread yang telah dibuat seorang pengguna kemudian dapat menyebar ke antarpengguna Twitter melalui fitur yang disediakan untuk pengguna memberi tanggapan terhadap suatu *tweet*, sehingga aktivitas tanggapan setiap pengguna dapat tersebar kembali di *timeline* pengguna lainnya yang mengikuti mereka (followers) dan dapat dilihat serta dibaca untuk kemudian memberikan aksi tanggapan kembali. Penyebaran thread ini juga dapat dilakukan dengan menyalin link suatu thread lalu membagikannya di luar Twitter, sehingga dapat mengarah ke diskusi lebih lanjut.

Menyebarkan *tweet* dengan menyalin link *tweet* memudahkan untuk disebarkan ke luar Twitter, sehingga saat pengguna media sosial lain mendapatkan link tersebut maka akan langsung diarahkan pada *tweet* pengguna yang mempostingnya. Aktivitas menyebarkan link *tweet* ini juga dapat memungkinkan terjadinya diskusi di luar platform sehingga informasi yang tersebar tidak hanya berhenti oleh pengguna yang menerima secara langsung informasi tersebut dari *timeline* mereka. Banyaknya jenis platform media sosial yang beredar saat ini, memudahkan pengguna untuk membangun komunitas virtual, yang mana hal ini dapat menyebabkan terjadinya informasi antar platform sehingga jaringan dimana informasi tersebar tidak hanya secara virtual namun juga sampai ke dunia nyata (Zhu dkk., 2018b)

5. Simpulan

Maraknya penggunaan media sosial sebagai sarana persebaran informasi terkini yang digunakan oleh kebanyakan pengguna mahasiswa, dapat dirasakan menyebar dengan cepat dan efektif. Ada banyak cara dalam menyampaikan sebuah berita di media sosial, salah satunya menggunakan fitur *thread* dari Twitter. Hasil analisis data menghasilkan temuan 2(dua) pola dalam proses penyebaran informasi melalui *thread* berita oleh pengguna Twitter mahasiswa yaitu sumber *thread* perilaku informasi.

Sumber *thread* menjadi pola pertama menjelaskan bagaimana pengguna menemukan *thread* sehingga dapat diketahui bagaimana pendistribusian informasi bentuk *thread* ini di Twitter. Informan menerangkan, *thread* dapat ditemukan berasal dari aktivitas *tweet* milih pengguna lain yang mereka ikuti muncul pada laman *timeline* mereka. Dalam pemanfaatan Twitter sebagai media penyebaran informasi, Twitter dinilai efektif dalam menyebarkan informasi sehingga memudahkan mengikuti tren, ceirta, dan informasi berita yang tersebar secara publik. Persebaran informasi dirasakan menyebar dengan cepat melalui *timeline* yang menampilkan informasi waktu sesungguhnya (*real-time*), hal ini memunculkan rasa ingin selalu update terhadap isu yang sedang hangat terjadi. Pemilihan informasi yang disampaikan dalam bentuk *thread* dinilai dapat membangkitkan minat baca yang dipicu karena format penyampaian informasinya, komentar dan perspektif orang lain terhadap suatu isu dan banyaknya tanggapan yang diberikan pada suatu *thread*.

Langkah selanjutnya setelah dirasakan telah menerima informasi yang didapatkan di *timeline*, pada pola kedua yaitu perilaku informasi pengguna dalam upaya penyebaran informasi di Twitter. Yang mana strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan fitur yang disediakan Twitter. *Thread* menyebar ke antarpengguna dapat melalui aktivitas pengguna dan juga dengan menyalin link *thread* dan membagikannya ke luar Twitter .

Daftar Pustaka

- Al-Taie, M. Z., & Kadry, S. (2017). Information Diffusion in Social Networks. Dalam M. Z. Al-Taie & S. Kadry (Ed.), *Python for Graph and Network Analysis* (hlm. 165–184). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-53004-8_8
- Anggreini, N. M. (2016). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TWITTER DI KALANGAN PELAJAR SMK NEGERI 5 SAMARINDA*. 4, 13.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2). <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan campuran* (A. Fawaid & R. K. Pancasari, Penerj.; 4 ed.). Pustaka Pelajar.

- Falcone, I. I., & Gatsenko, O. Y. (2018). Modeling the Dissemination of Information Threats in Social Media. *Automatic Control and Computer Sciences*, 52(8), 1029–1035. <https://doi.org/10.3103/S0146411618080114>
- Haryadi, L. S., & Suteja, B. R. (2021). Prediksi Penyebaran Informasi di Twitter dengan Metode Pembelajaran Mesin dengan Fitur Linimasa. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 7(1). <https://doi.org/10.28932/jutisi.v7i1.3324>
- Haryanto, A. T. (t.t.). *Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari*. detikinet. Diambil 15 Maret 2021, dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>
- Haryanto, A. T. (2021, Februari 23). *Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari*. detikinet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>
- Hasanah, U. (2014). Keberadaan Kelompok Jamaah Tabligh dan Reaksi Masyarakat (Perspektif Teori Penyebaran Informasi dan Pengaruh). *JURNAL INDO-ISLAMIKA*, 4(1), Art. 1. <https://doi.org/10.15408/idi.v4i1.1559>
- Heriyanto, H. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *Anuva*, 2(3), 317. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.3.317-324>
- Holmberg, K. (2012). *Online Information Ripples – A Conceptual Model for Analyzing Information Dissemination Patterns in Social media*. 12.
- Li, M., Wang, X., Gao, K., & Zhang, S. (2017). A Survey on Information Diffusion in Online Social Networks: Models and Methods. *Information*, 8(4), 118. <https://doi.org/10.3390/info8040118>
- Luo, J., Pan, X., & Zhu, X. (2017). Discovery of repost patterns by topic analysis in enterprise social networking. *Aslib Journal of Information Management*, 69(2), 158–173. <https://doi.org/10.1108/AJIM-08-2016-0128>
- Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review*, 63(2), 81–97. <https://doi.org/10.1037/h0043158>
- Miysell, K., & Wasisto, J. (2020). Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Pada Peluang Kerja Information Professional. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9(2), Art. 2.
- Papilaya, J. O., & Huliselan, N. (2016). IDENTIFIKASI GAYA BELAJAR MAHASISWA. *Jurnal Psikologi*, 15(1), Art. 1.
- Rachman, M. A. (2017). Pola penyebaran informasi oleh remaja pada masyarakat urban di media sosial: Kajian budaya informasi. In *Seminar Nasional Budaya Urban Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora: Tantangan dan Perubahan*, 217–229.
- Razaque, A., Rizvi, S., Khan, M. J., Almiani, M., & Rahayfeh, A. A. (2022). State-of-art review of information diffusion models and their impact on social network vulnerabilities. *Journal of King*

- Saud University - Computer and Information Sciences*, 34(1), 1275–1294.
<https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2019.08.008>
- Shi, J., Hu, P., Lai, K. K., & Chen, G. (2018). Determinants of users' information dissemination behavior on social networking sites: An elaboration likelihood model perspective. *Internet Research*, 28(2), 393–418. <https://doi.org/10.1108/IntR-01-2017-0038>
- Solihin, F., Awaliyah, S., & Shofa, A. M. A. (2021). Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 13(1), Art. 1.
- Sugiyono. (2019a). PERSPEKTIF METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF. Dalam *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed., hlm. 2). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). POPULASI DAN SAMPEL. Dalam *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2 ed.). Alfabeta.
- Wang, X., Zhao, D., Yang, M., Duan, L., Xiang, M. M., & Guo, Q. (2017). Public opinion dissemination on mobile internet- a case of Ebola. *Information Discovery and Delivery*, 45(2), 87–100. <https://doi.org/10.1108/IDD-02-2017-0013>
- Yang, Z., Guo, J., Cai, K., Tang, J., Li, J., Zhang, L., & Su, Z. (2010). Understanding retweeting behaviors in social networks. *Proceedings of the 19th ACM International Conference on Information and Knowledge Management - CIKM '10*, 1633. <https://doi.org/10.1145/1871437.1871691>
- Yusuf, S. (2011). Psikologi perkembangan anak & remaja. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Zaki, A. S., & Hoffman, R. C. (1988). Information Type and Its Impact on Information Dissemination. *Journal of Management Information Systems*, 5(2), 71–81. <https://doi.org/10.1080/07421222.1988.11517825>
- Zhao, D., & Rosson, M. B. (2009). How and why people Twitter: The role that micro-blogging plays in informal communication at work. *Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work - GROUP '09*, 243. <https://doi.org/10.1145/1531674.1531710>
- Zhu, H., Wu, H., Cao, J., Fu, G., & Li, H. (2018a). Information dissemination model for social media with constant updates. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 502, 469–482. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2018.02.142>
- Zhu, H., Wu, H., Cao, J., Fu, G., & Li, H. (2018b). Information dissemination model for social media with constant updates. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 502, 469–482. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2018.02.142>