

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**LITERASI MEDIA DI TWITTER**

**(STUDY DESKRIPTIF REMAJA MELALUI  
GERAKAN 'TWITTER PLEASE DO YOUR MAGIC')**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Pada Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Riau



**TESA GITA RINANDA**

**NPM : 189110252**

**PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**PEKANBARU**

**2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING


Nama : Tesa Gita Rinanda  
NPM : 189110252  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata-Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : 30 Maret 2022  
Judul Penelitian : Literasi Media Di Twitter (Study Deskriptif  
Remaja Melalui Gerakan 'Twitter Please Do Your  
Magic')


Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian Komprehensif.

Pekanbaru, 21 Maret 2021

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing

  
(Dr. Fatmawati, S. IP., MM)

  
(Dr. Fatmawati, S. IP., MM)

## LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

### LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Tesa Gita Rinanda  
NPM : 18910252  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Komprehensif : Rabu / 30 Maret 2022  
Judul Skripsi : Literasi Media Di Twitter (Study Deskriptif Remaja Melalui Gerakan 'Twitter Please Do Your Magic')

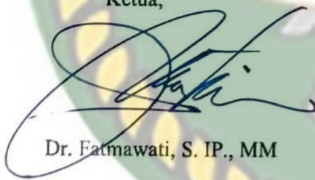
Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 5 Maret 2022

Tim Penguji

Ketua,

Anggota,

  
Dr. Fatmawati, S. IP., MM

  
A. Sukri, M. I. Kom

Mengetahui,

Wakil Dekan I

Anggota

  
Cutra Aslinda, M. I. Kom

  
Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos./M.Si, C.NSP

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

### UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

#### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 0410/A-UIR/3-Fikom/Kpts/2022 Tanggal 24 Maret 2022 maka dihadapan Tim Penguji hari ini **Rabu Tanggal 30 Maret 2022 Jam : 09.00 — 10.00 WIB** bertempat di ruang Rapat **Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa

Nama : Tesa Gita Rinanda  
NPM : 189110252  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Judul Skripsi : Literasi Media Di Twitter (Study Deskriptif Remaja Melalui Gerakan 'Twitter Please Do Your Magic').  
Nilai Ujian : Angka : "82,2" ; Huruf: "A-"  
Keputusan Hasil Ujian : Lulus  
Tim Penguji

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Fatmawati, S. IP., MM	Ketua	1. 
2.	Al Sukri, M. I.Kom	Penguji	2. 
3.	Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si, C.NSP	Penguji	3. 

Pekanbaru, 30 Maret 2022  
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

  
Dr. Muhd Ar-Imam Riawan, S. Sos., M. I. Kom

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**LITERASI MEDIA DI TWITTER**  
**(Study Deskriptif Remaja Melalui Gerakan 'Twitter Please Do Your Magic')**

Yang Diajukan Oleh :

Tesa Gita Rinanda  
189110252

Pada Tanggal :  
4 April 2022

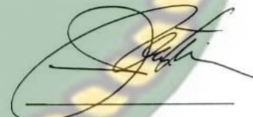
Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Muhd Ar. Imam Riau, S. Sos., M. I. Kom


Tim Penguji

Tanda Tangan,

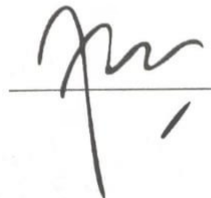
Dr. Fatmawati, S. IP., MM



Al Sukri, M. I. Kom



Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si, C.NSP



## SURAT PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tesa Gita Rinanda  
Tempat/Tanggal Lahir : Bagan Batu, 09 Desember 2000  
NPM : 189110252  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
FAKULTAS : Ilmu Komunikasi  
Alamat/No Tlp : Jl. H Sulaiman, Maharatu. Marpoyan Damai.  
081363558824  
Judul Proposal/Skripsi : Literasi Media Di Twitter (Study Deskriptif Remaja Melalui Gerakan 'Twitter Please Do Your Magic')

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (Skripsi) adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar Pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya di Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (point 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai proposal dan atau pencabutan gelar akademik keserjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 21 Maret 2022

Yang Menyatakan,



Tesa Gita Rinanda

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala karunia dan rahmatnya penulis ucapkan puji dan syukur untuk Allah SWT sehingga bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Literasi Media Di Twitter (Study Deskriptif Remaja Melalui Gerakan ‘Twitter Please Do Your Magic’)” Penelitian ini ditujukan untuk melengkapi salah satu syarat agar mendapatkan gelar sarjana S-1 dalam bidang komunikasi.

Dalam hal ini, penulis sangat sadar bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menuturkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Dr. Muhd. AR Imam Riau, M.I.Kom.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dr. Fatmawati, S.Ip.,MM
3. Dosen Pembimbing Dr. Fatmawati, S.Ip.,MM yang sudah memberikan motivasi, ide, dan pemikiran serta menyediakan waktu saat proses penyelesaian skripsi ini.
4. Teristimewa untuk keluarga tercinta. Terimakasih atas semua doa dan dorongannya yang sudah diberikan untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Terimakasih atas dukungan, bantuan, dan semangatnya dari HK sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Terimakasih atas dukungan, dan bantuan dari UH sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih juga atas dukungan dari Aprilia, Cindi, Ledis, Bibah, MAJ, Azhar, Ce, Yoga, Pardi untuk kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini,
8. Dan Terimakasih untuk teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau angkatan 2018, serta untuk pihak-pihak yang terkait dalam waktu penyelesaian skripsi ini yang sengaja ataupun tidak sengaja telah membantu penulis, dengan ini penulis ucapkan terimakasih.

Semoga seluruh dorongan yang berharga ini mendapatkan berkah dari Allah SWT, Amin ya Allah. Penulis sangat sadar bahwa masih adanya kekurangan dari penyusunan skripsi ini. Hal ini terjadi karena keterbatasan kemampuan dari penulis. Karena hal tersebut kritik beserta saran yang dapat mendorong penulis sangat diperlukan sebagai motivasi bagi penulis agar dapat menjadi berkembang dan lebih baik lagi kedepannya.

Pekanbaru, 20 Maret 2022

Penulis

Tesa Gita Rinanda

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT .....	xv
PERSEMBAHAN .....	xvii
MOTTO .....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian .....	1

B. Identifikasi Masalah Penelitian .....	12
C. Fokus Penelitian.....	12
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1. Tujuan penelitian.....	13
2. Manfaat Penelitian .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	15
A. Kajian Literatur .....	15
1. Media baru ( <i>new media</i> ).....	15
2. Media Sosial .....	17
3. Twitter .....	20
4. Literasi Media .....	21
5. Remaja .....	25
B. Definisi Operasional.....	29
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	30
BAB III METODE PENELITIAN .....	33
A. Pendekatan Penelitian .....	33

B. Subjek dan Objek Penelitian .....	34
1. Subjek Penelitian.....	34
2. Objek Penelitian.....	35
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
1. Lokasi Penelitian.....	35
2. Waktu Penelitian.....	36
D. Sumber Data .....	36
1. Data Primer .....	37
2. Data Sekunder.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
1. Gambaran Umum Gerakan ‘Twitter Please Do Your Magic’	41
2. Profil Informan.....	45
B. Hasil Penelitian .....	62

C. PEMBAHASAN PENELITIAN .....	96
BAB V PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110



Dokumen ini adalah Arsip Miik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Screenshoot #twitterpleasedoyourmagic di twitter.....	4
Gambar 1.2 Contoh kasus gerakan ‘ <i>twitter please do your magic</i> ’ .....	6
Gambar 1.3 Contoh kasus ‘ <i>twitter please do your magic</i> ’ .....	7
Gambar 1.4 <i>Screenshot</i> unggahan pada #twitterpleasedoyourmagic .....	10
Gambar 2.1 Akun Twitter RAF.....	47
Gambar 2.2 Akun Instagram RAF.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.3 Akun Twitter MAJ.....	50
Gambar 2.4 Akun Instagram MAJ.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.5 Akun Twitter UH.....	52
Gambar 2.6 Akun Instagram UH.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.7 Akun Twitter HK.....	55
Gambar 2.8 Akun Instagram HK.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.9 Akun Twitter LS.....	58
Gambar 2.10 Akun Instagram LS.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.11 Akun Twitter AP .....	60
Gambar 2.12 Unggahan ‘ <i>Twitter Please do Your Magic</i> ’ dari kota Pekanbaru...	72
Gambar 2.13 <i>Thread</i> pada gerakan ‘ <i>twitter please do your magic</i> ’ .....	74
Gambar 2.14 respon pengguna Twitter.....	75
Gambar 2.15 <i>update</i> kabar dari kasus sebelumnya .....	76
Gambar 2.16 salah satu unggahan penipuan di gerakan ‘ <i>Twitter please do your magic</i> ’ .....	94

Gambar 2.17 Unggahan penjelasan tentang penipuan pada gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ ..... 95

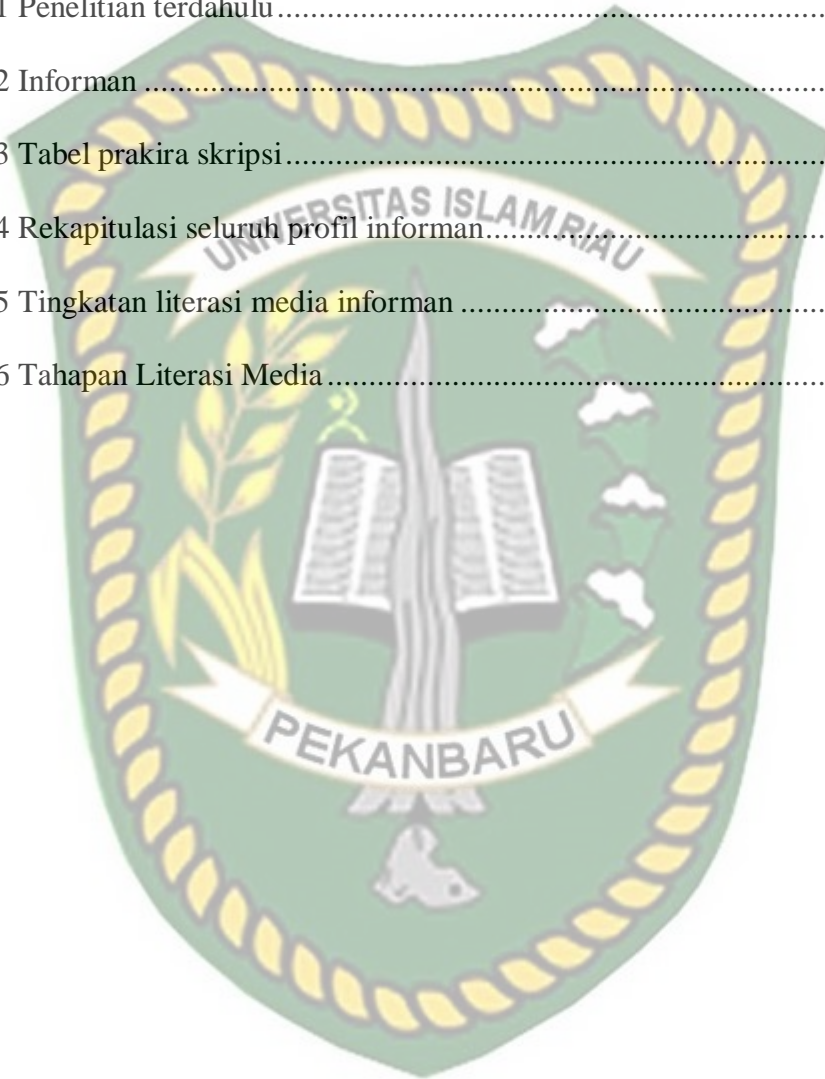
Gambar 2.18 Respon pengguna Twitter terhadap penipuan di gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ ..... 96

Gambar 2.19 *The Cognitive Model of Media Literacy* ..... 105



## DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian terdahulu.....	30
Table 2 Informan .....	35
Table 3 Tabel prakira skripsi.....	36
Table 4 Rekapitulasi seluruh profil informan.....	61
Table 5 Tingkatan literasi media informan .....	100
Table 6 Tahapan Literasi Media.....	104



## ABSTRAK

### LITERASI MEDIA DI TWITTER (STUDY DESKRIPTIF REMAJA MELALUI GERAKAN ‘*TWITTER PLEASE DO YOUR MAGIC*’)

Tesa Gita Rinanda

189110252

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan melihat literasi media remaja di Pekanbaru melalui gerakan ‘*Twitter Please Do Your Magic*’ di Twitter. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif pada penelitian ini dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan enam orang informan, dan melakukan observasi langsung. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ merupakan gerakan yang dibuat untuk tujuan mulia tetapi tidak sedikit oknum-oknum yang menggunakan gerakan ini untuk melakukan tindak kriminal seperti penipuan. Untuk menanggapi hal tersebut remaja di Pekanbaru memerlukan literasi media. Menurut hasil penelitian ini sendiri remaja di Pekanbaru berada pada tingkatan menengah dalam tingkatan literasi media.

Kata Kunci : Literasi Media, *Twitter Please Do Your Magic*, Twitter.

## ABSTRACT

### Media Literacy on Twitter (Descriptvie study teenager through ‘Twitter Please Do Your Magic’)

Tesa Gita Rinanda

189110252

This study aims to determine and see the media literacy of teenagers in Pekanbaru through the 'Twitter Please Do Your Magic' movement on Twitter. Researchers used descriptive qualitative methods in this study by conducting in-depth interviews with six informants, and conducting direct observations. The results of this study indicate that the 'Twitter please do your magic' movement is a movement made for a noble purpose but not a few individuals use this movement to commit criminal acts such as fraud. To respond to this, teenagers in Pekanbaru need media literacy. According to the results of this study, adolescents in Pekanbaru are at the middle level in the level of media literacy.

Keywords : Media literacy, *Twitter Please Do Your Magic*, Twitter.

## تجريدي

### تويتر على الوسائط أدب

من التويتر يرجى " الحركة خلال من المراهقة سن في وصف دراسة)  
("سحرك افعل فضلك)

Tesa Gita Rinanda

189110252

Twitter تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الثقافة الإعلامية للمراهقين في بيكانبارو ورؤيتها من خلال حركة " Please Do Your Magic . استخدم الباحثون الأساليب الوصفية النوعية في هذه "Twitter" على مخبرين وإجراء ملاحظات مباشرة. تشير نتائج هذه سنة الدراسة من خلال إجراء مقابلات معمقة مع الدراسة إلى أن حركة "تويتر من فضلك افعل سحرك" هي حركة صُنعت لغرض نبيل ولكن ليس هناك عدد قليل من الأفراد يستخدمون هذه الحركة لارتكاب أعمال إجرامية مثل الاحتيال. للرد على هذا ، يحتاج المراهقون في بيكانبارو إلى محو الأمية الإعلامية. وفقاً لنتائج هذه الدراسة ، فإن المراهقين في بيكانبارو هم في المستوى المتوسط في مستوى محو الأمية الإعلامية.

تويتر ، تريد ما افعل فضلك من تويتر ، الإعلامية الأمية محو :المفتاحية الكلمات

## PERSEMBAHAN



**Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang.**

Saya persembahkan skripsi ini untuk Bapak Sugito dan Ibu Juliana semoga Allah selalu memberikan kasih sayang yang berlimpah kepada Bapak dan Ibu.

Terimakasih telah berjuang dalam hidup ini untuk bisa mensekolahkan saya dari kecil hingga pendidikan terakhir dibangku kuliah. Terima kasih sudah menjadi orang tua yang hebat dan memahami saya dengan penuh perhatian dan kasih sayang, dan terima kasih atas segala doa-doa dan nasehat yang selalu disertakan dan cinta yang tidak pernah tinggal.

Terimakasih kepada Cindy Ariesta, Vira Virgayanti, dan Wempy Ragil Kurniawan yang senantiasa selalu memberikan semangat dan kasih sayang yang sangat besar kepada saya. Semoga Allah memberikan kesehatan, umur panjang yang barokah, seret rezeki yang lancar kepada kita semua.

## MOTTO

"Yang membuat hidup ini menarik adalah kemungkinan untuk mewujudkan impian menjadi kenyataan."

(Paulo Coelho)

"Jalan awal terbaik untuk mewujudkan segala impian anda adalah bangun dan bangkit dari tempat tidur."

(Paul Valéry)

"Sebesar atau sekecil apapun mimpi, sama berharganya."

(Tesa Gita Rinanda)



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Media sosial merupakan sebuah media baru yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi dengan lebih mudah dimanapun dan kapanpun. Berkat adanya media sosial yang dapat dengan mudah diakses oleh siapapun maka komunikasi dan penyebaran informasi di masa kini juga semakin mudah untuk dilakukan. Media sosial dianggap sebagai konvergensi dalam komunikasi personal, dimana pada media sosial penggunanya dapat saling berbagi antara satu individu dengan individu lainnya (*to be share one to one*) dan juga memungkinkan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. (Meike dan Young dalam Setiadi, 2014:2)

Media sosial merupakan sebuah hal yang pasti dimiliki dan diakses setiap harinya oleh tiap individu. Menurut hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Sherlyanita dan Rakhmawati (2016) pengguna media sosial mengakses akun media sosial mereka masing masing selama kurang lebih satu jam setiap harinya. (Handayani, 2018:3)

Saat ini ada banyak jenis media sosial yang tersebar diseluruh dunia dan dapat digunakan oleh segala khalayak dengan mudah, salah satunya adalah Twitter. Twitter merupakan sebuah media sosial yang

banyak digunakan oleh segala kalangan untuk membagikan cerita atau informasi dalam bentuk teks, foto, bahkan berbentuk video

Banyak orang aktif menggunakan media sosial Twitter ini untuk membagikan pengalaman pribadi yang terjadi pada kehidupan sehari-hari melalui sebuah unggahan. Unggahan ini disebut juga sebagai *tweet*. Media sosial Twitter juga menyediakan fitur *re-tweet* dimana fitur ini memungkinkan para pengguna nya untuk membagikan kembali unggahan dari akun pengguna lain. Hal ini memungkinkan penyebaran informasi pada media sosial Twitter menjadi sangat cepat terjadi karena siapa saja dapat membagikan informasi dan menyebarkan kembali informasi tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social Hootsuite* pada Januari 2019, Twitter merupakan salah satu platform media sosial yang paling aktif digunakan khususnya oleh masyarakat di Indonesia, yaitu sebanyak 56%. (Damayanti, 2021:2)

Banyak hal yang dapat dilakukan menggunakan media sosial Twitter, seperti berkomunikasi jarak jauh, memperluas koneksi, menyebarkan informasi, tujuan bisnis, tidak jarang juga Twitter digunakan sebagai media untuk meminta pertolongan dan mencari simpati dari khalayak ramai. Hal ini memungkinkan karena Twitter digunakan oleh hampir seluruh kalangan.

Twitter merupakan salah satu media sosial yang pertumbuhan informasinya terjadi dengan sangat cepat. Tercatat pada laporan finansial Twitter di tahun 2019, pengguna harian Twitter meningkat sebanyak 17%

(Damayanti, 2021:2) berdasarkan penelitian tersebut maka diperkirakan banyak orang yang akan tertarik dan ikut membantu seseorang yang meminta bantuan di Twitter jika banyak pengguna yang me-*retweet* unggahan permintaan bantuannya tersebut.

Salah satu gerakan Twitter yang terkenal di kalangan penggunanya adalah gerakan '*Twitter please do your magic*'. Alasan mengapa peneliti memilih media sosial Twitter dibandingkan dengan media sosial lainnya adalah karena media sosial Twitter merupakan media sosial yang pertama kali mencetuskan gerakan gerakan bantuan seperti '*Twitter please do your magic*'.

Media sosial Twitter juga merupakan media sosial yang sangat unik karena membatasi pengguna huruf pada tiap unggahannya. Oleh sebab itu kebanyakan informasi pada gerakan ini berupa *thread* dimana *thread* merupakan gabungan dari beberapa unggahan yang saling berhubungan satu sama lain.

Selain itu, pada media sosial Twitter lebih mudah untuk menemukan sebuah atau kumpulan unggahan melalui *keyword* yang digunakan. Oleh sebab itu banyak dicetuskan gerakan-gerakan yang menggunakan *keyword* khusus pada unggahan-unggahan yang ada di Twitter agar lebih mudah di temukan. Salah satu *keyword* tersebut adalah Salah satu gerakan Twitter yang terkenal di kalangan penggunanya adalah gerakan '*Twitter please do your magic*'.

Gambar 1.1 Screenshoot #twitterpleasedoyourmagic di twitter



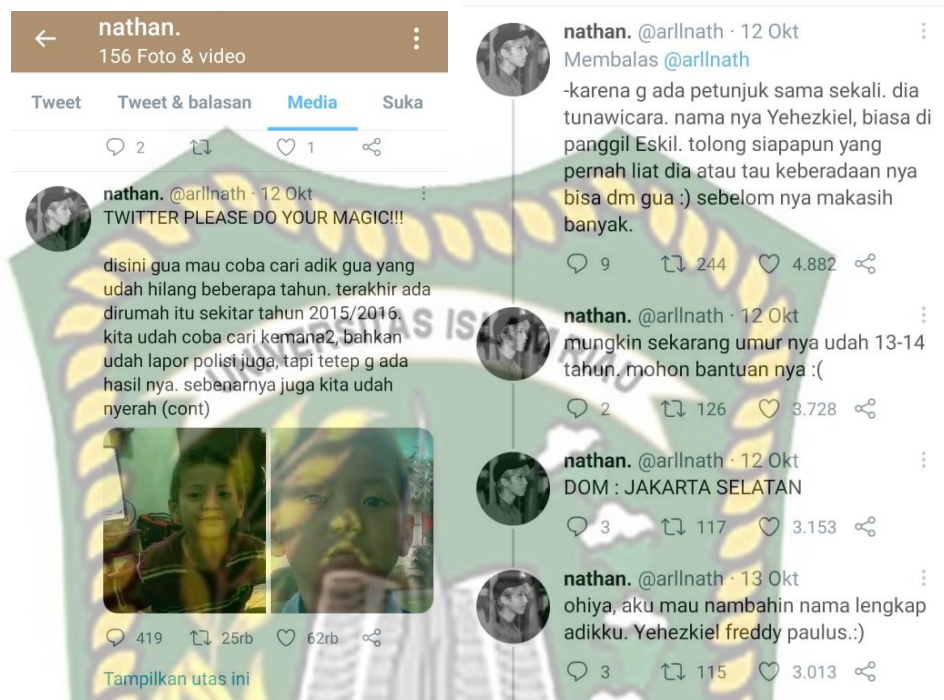
Sumber : #twitterpleasedoyourmagic pada twitter (2021)

Gerakan ini biasanya digunakan oleh para pengguna Twitter untuk berbagai hal, contohnya meminta bantuan dana, menyebarkan berita tentang orang hilang, menyebarkan informasi tentang korban kecelakaan atau menyebarkan informasi-informasi lain yang sekiranya membutuhkan pertolongan dari khalayak ramai. Layaknya nama dari gerakan ini sendiri, gerakan ini menjelma seperti sebuah mantra yang diharapkan dapat memberi keajaiban bagi orang-orang yang membutuhkan pertolongan. Banyak pengguna Twitter yang menganggap bahwa menyebarkan berita atau informasi permintaan bantuan melalui media sosial terbukti efektif. Hal ini dikarenakan *feedback* yang mereka dapatkan sangat banyak dan sangat membantu.

Sudah banyak juga kasus-kasus yang terselesaikan dengan bantuan gerakan *'Twitter please do your magic'* ini. Seperti contohnya kasus orang hilang yang terjadi di Jakarta Selatan, dimana dalam kasus ini sebuah akun bercerita bahwa ia telah kehilangan adiknya selama 5 tahun dan sudah mencoba untuk melaporkan hal ini kepada pihak kepolisian tetapi sampai saat ini belum ada kabar dari pihak kepolisian. Oleh sebab itu, ia memutuskan untuk menyebarkan berita ini melalui akun media sosial Twitter pribadi miliknya dan mengikuti gerakan *'Twitter please do you magic'*.

Akun dengan nama pengguna @arlnath ini mencantumkan foto dan informasi-informasi terkait adiknya yang sudah 5 tahun menghilang. @arlnath meminta bantuan para pengguna Twitter lainnya yang mungkin saja pernah melihat atau mengenal adiknya agar dapat memberikan informasi kepada akun tersebut. Akun ini juga meminta para pengguna Twitter lainnya untuk ikut menyebarkan berita ini agar lebih banyak orang yang dapat ikut membantunya mencari adiknya yang hilang tersebut.

Gambar 1.2 Contoh kasus gerakan ‘twitter please do your magic’

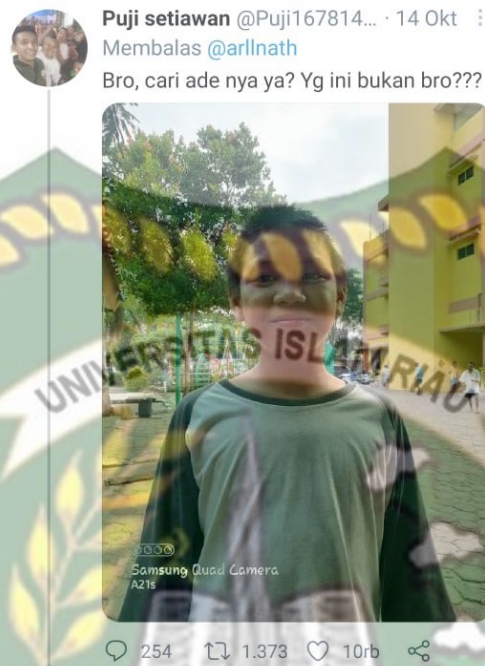


Sumber : unggahan pada akun Twitter @arlnath

Setelah beberapa waktu, unggahan ini mulai ramai diperbincangkan oleh pengguna-pengguna Twitter lainnya. Hingga akhirnya sebuah akun dengan nama pengguna @Puji167814 membalas unggahan tersebut dengan sebuah foto yang menunjukkan keadaan terkini dari adik @arlnath yang sudah 5 tahun menghilang.

Berkat unggahan dan komentar tersebut maka pemilik akun dari akun @arlnath dapat mengetahui kabar tentang adiknya yang ternyata selama ini berada di sebuah panti asuhan di daerah Jakarta Selatan.

Gambar 1.3 Contoh kasus ‘*twitter please do your magic*’



Sumber : Komentar pada unggahan akun @arlnath

Unggahan di atas merupakan bukti nyata dari gerakan ‘*Twitter please do your magic*’. Memang kasus-kasus seperti ini tidak selalu berhasil diselesaikan dengan gerakan ini tetapi tidak jarang juga orang-orang yang akhirnya menerima bantuan yang layak dari pengguna pengguna Twitter lainnya. Dengan adanya gerakan ini hal-hal yang dinilai sulit atau bahkan mustahil untuk terjadi dapat terjadi.

Hanya dengan menggunakan kalimat ‘*Twitter please do your magic*’ maka unggahan-unggahan tersebut akan dikelompokkan dengan unggahan-unggahan sejenis yang juga menggunakan kalimat yang sama sehingga memudahkan pengguna Twitter lainnya yang ingin melihat unggahan-unggahan sejenis unggahan diatas.

Gerakan *'twitter please do your magic'* ini merupakan sebuah gerakan yang berawal dari penggunaan tagar di Twitter yang memberikan dampak positif pada masyarakat. Hal ini dikarenakan dengan adanya gerakan ini masyarakat semakin dimudahkan dalam menyebarkan informasi-informasi dan menarik simpati masyarakat. Bantuan sekecil apapun yang dapat diberikan oleh pengguna Twitter lainnya dapat memberi peran besar.

Banyaknya *unggah* pada gerakan ini mengharuskan pengguna Twitter agar lebih berhati-hati dalam menerima informasi yang didapatkan. Memperoleh informasi dari berbagai media, khususnya media sosial diperlukan sebuah literasi yang baik agar informasi yang diperoleh memiliki sumber yang jelas. Karena selain dampak positif media sosial juga memiliki dampak negatif.

Menurut Amrulah (2016) dalam (Istiyanto, 2019:1086) salah satu dampak negatif dari media sosial adalah informasi-informasi yang tersebar di media sosial dapat menyebabkan perubahan gaya hidup menjadi *hedonis*, menjauhkan diri dari ajaran agama, *cyber-crime*, dan penyimpangan moralitas atau psikologis lainnya.

Dampak negatif lainnya dari media sosial adalah informasi pribadi dapat tersebar, terjadinya penipuan dan *cyber-bullying*. Hasil survei yang dilakukan oleh ciricara.com menunjukkan bahwa di Indonesia kasus *bullying* lebih banyak dilakukan di media sosial. (Rani & Setiawati, 2019:1077)

Literasi media dibutuhkan oleh para pengguna media sosial agar dapat lebih cermat lagi dalam menerima informasi yang didapat melalui media sosial. Literasi media adalah kemampuan seorang individu dalam memahami, menganalisis, mengakses, dan mengkomunikasikan informasi-informasi yang didapatkan melalui media. (Fauici, 2017:13)

Literasi media dapat mencegah penyebaran berita *hoax* yang tersebar di media, khususnya media sosial yang menjadi media utama tersebarnya berita *hoaks* seperti hasil yang didapatkan melalui survei yang dilakukan oleh Ismail Fahmi pada tahun 2017 yaitu sebanyak 92,40% *hoax* di Indonesia tersebar melalui media sosial. (Rani & Setiawati, 2017:36)

Menurut Dan Blake dalam Istiyanto (2019:472) ada beberapa alasan mengapa remaja sangat membutuhkan literasi media, yaitu (1) remaja saat ini hidup dilingkungan yang bermedia; (2) literasi media menekankan remaja untuk berpikir kritis; (3) menjadikan remaja lebih literat merupakan bagian dari pembelajaran yang harus dimiliki oleh warga negara; (4) dapat menjadikan remaja lebih berperan aktif dalam lingkungan yang serba memakai media; (5) pendidikan tentang media dapat membantu remaja untuk lebih memahami teknologi komunikasi.

Gerakan '*Twitter please do your magic*' ini sudah terkenal di kalangan pengguna Twitter sejak awal disebarkan yaitu sejak tahun 2019 hingga saat ini.

Gambar 1.4 Screenshot unggahan pada #twitterpleasedoyourmagic



Sumber : #twitterpleasedoyourmagic pada tahun 2021

Tidak hanya untuk masalah serius tetapi gerakan ini juga terkadang digunakan oleh pengguna Twitter untuk hal-hal kecil seperti mempromosikan akun bisnis atau untuk meminta bantuan agar pengguna Twitter lainnya dapat memberi *like* kepada sebuah unggahan untuk kepentingan tertentu. Bahkan ada juga beberapa pengguna Twitter yang ikut serta dalam gerakan ini hanya untuk meramalkan *tweet* mereka dan hal ini dianggap sah-sah saja selama tidak memberi efek negatif kepada pengguna lainnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mempelajari literasi media para remaja khususnya di kota Pekanbaru melalui gerakan '*Twitter please do your magic*'. Peneliti ingin mempelajari bagaimana para remaja di

Pekanbaru menanggapi dan mencerna unggahan-unggahan pada gerakan ini. Bagaimana akhirnya mereka memutuskan untuk membantu atau mengabaikan informasi yang mereka dapatkan melalui gerakan ini.

Penelitian ini ditujukan kepada remaja karena pengguna aktif media sosial sebagian besar berasal dari kalangan remaja. Hal ini dapat dilihat berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh UNICEF dan Kementerian Komunikasi dan Informatika yang dilakukan pada tahun 2015, dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sekitar 30 juta pengguna internet di Indonesia merupakan anak-anak dan remaja. (Istiyanto, 2019:95)

Melalui penelitian ini peneliti juga ingin mengetahui aspek apa saja yang dapat mempengaruhi para remaja di Pekanbaru dalam menentukan keputusan mereka terhadap gerakan '*Twitter please do you magic*'.

Berkembangnya teknologi dan munculnya beragam media sosial yang ada sekarang mengharuskan remaja untuk menjadi lebih kritis lagi dalam menerima informasi yang mereka dapatkan dari media sosial. Jika remaja mengetahui pengetahuan yang minim dalam literasi media maka mereka akan sulit untuk mencerna berbagai informasi yang mereka dapatkan di media sosial dan akan lebih mudah terpapar *hoax*. Tentu saja hal ini akan berdampak buruk bagi penyebaran informasi di kalangan para pengguna media sosial. Hal inilah yang akhirnya akan menyebabkan tersebar luasnya berita-berita palsu di masyarakat.

## B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, anatar lain :

1. Maraknya penggunaan media sosial dalam penyebaran informasi
2. penggunaan media sosial Twitter sebagai media yang digunakan untuk menyebarkan informasi.
3. Dampak dari munculnya gerakan-gerakan sosial pada media sosial twitter seperti '*twitter please do your magic*'
4. Kurangnya literasi media remaja di Pekanbaru

## C. Fokus Penelitian

Berdasarkan masalah yang sudah dijabarkan diatas maka fokus dalam penelitian ini terletak pada bagaimana remaja di Pekanbaru menanggapi informasi-informasi yang mereka dapatkan melalui gerakan '*Twitter please do your magic*'. Pada penelitian ini peneliti akan membahas dan memfokuskan penelitian pada unggahan-unggahan yang ada pada gerakan '*Twitter please do your magic*'.

Fokus penelitian ini bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dan agar dapat lebih memfokuskan pembahasan sebelum akhirnya dilakukan analisis yang lebih mendalam lagi.

#### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti jabarkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana literasi media para remaja di Pekanbaru dalam menggunakan media sosial Twitter melalui gerakan '*twitter please do your magic*'.

#### E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

##### 1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana literasi media para remaja di Pekanbaru dalam menanggapi informasi yang mereka dapatkan melalui gerakan '*Twitter please do your magic*'.

##### 2. Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat dari sebuah penelitian, secara praktis dan teoritis, yaitu :

###### a. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi atau membuka lebih lebar pandangan masyarakat khususnya remaja di Pekanbaru dalam menanggapi informasi yang mereka dapatkan melalui media sosial, khususnya Twitter.

###### b. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pemikiran atau informasi dalam ruang lingkup literasi media dan penggunaan media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang literasi media.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Media baru (*new media*)

###### a. Pengertian Media baru

Media baru (*new media*) dimulai sejak tahun 1990-an. Menurut Terry Flew media baru merupakan media yang menggabungkan data, teks, suara dan, gambar dalam bentuk digital yang kemudian akan disebarluaskan melalui internet. (Rani & Setiawati, 2020:235)

Media baru dapat digunakan sebagai media untuk berinteraksi dengan sesama penggunanya. Komunikasi yang dilakukan oleh para pengguna media baru bersifat timbal balik / dua arah. Oleh sebab itu, ketika salah satu pengguna media baru menyampaikan pesan maka pengguna lainnya akan dapat langsung memberikan *feedback* kepada pesan tersebut. (Pramiyanti et al., 2014:99)

Boyd dan Ellison (2007:4) mendefinisikan media baru sebagai sebuah layanan web yang memungkinkan individu membangun sebuah profil publik atau semi-publik yang dapat menghubungkan satu pengguna dengan pengguna lainnya melalui sebuah sistem.

Menurut Mc Quail (2011:148) media baru merupakan perangkat komunikasi berbasis teknologi yang memungkinkan terjadinya

digitalisasi dan digunakan sebagai alat komunikasi pribadi dengan cakupan yang luas.

Perbedaan media baru dengan media konvensional adalah pengguna media baru dapat menggunakannya dimana saja, kapan saja, dan bersifat fleksibel secara *real time*.

b. Karakteristik media baru

Menurut Mc Quail (2011:157) ada beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media baru, yaitu :

1) Interaktivitas

Pengguna media baru dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya tanpa harus bertatap muka.

2) Sosiabilitas

Pengguna media baru dapat melakukan komunikasi sosial dengan pengguna lainnya melalui media sosial.

3) Media *richness*

Media dapat melibatkan lebih banyak individu dan indera dalam berinteraksi.

4) Otonomi

Pengguna media baru dapat menentukan sendiri konten yang mereka bagikan tanpa adanya kontrol.

5) Unsur bermain-main

Media baru memiliki unsur hiburan.

6) Privasi

Media baru bersifat merahasiakan pribadi.

7) Personalisasi

Media baru mengandung konten yang personal dan unik.

Holmes (2005:10) menggambarkan karakteristik yang dimiliki oleh media baru sebagai media yang memungkinkan komunikasi dua arah, tidak dapat dikontrol, dapat menimbulkan kesadaran individu, demokratis, dan tidak terpusat.

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah medium di internet yang dapat digunakan untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, berbagi, dan berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain secara *virtual*. (Nasrullah, 2015)

Sementara, menurut Meike dan Young dalam Setiadi (2014:2) media sosial diartikan sebagai penggabungan komunikasi personal yang memungkinkan penggunaannya untuk saling berbagi antar satu individu dengan individu lainnya (*to be share one-to-one*) dan memungkinkan media publik untuk membagikan informasi atau pesan apapun kepada siapapun tanpa ada kekhususan individu.

Dengan menggunakan media sosial aktivitas dua arah dapat dengan mudah dilakukan dalam berbagai bentuk seperti tulisan, audiovisual,

dan visual. Media sosial diawali dengan tiga hal, yaitu *sharing*, *collaborating*, dan juga *connecting*. (Puntoadi, 2011)

#### b. Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015) beberapa karakter khusus yang dimiliki oleh media sosial, antara lain :

##### 1) Jaringan (*network*)

Jaringan merupakan penghubung antara komputer dengan perangkat-perangkat keras lainnya agar komunikasi dan perpindahan data dapat terjadi.

##### 2) Informasi (*information*)

Informasi membantu pengguna media sosial dalam mengekspresikan dirinya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi dengan sesama pengguna media sosial.

##### 3) Arsip (*archive*)

Arsip merupakan penyimpanan informasi yang dapat diakses kembali dimanapun dan kapanpun.

##### 4) Interaksi (*interactivity*)

Media sosial tidak hanya berfungsi untuk memperluas hubungan atau pengikut tetapi juga untuk berinteraksi antar sesama pengguna.

##### 5) Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Media sosial merupakan medium berlangsungnya kehidupan masyarakat (*society*) yang terjadi di dunia *virtual*.

6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Pada media sosial pengguna memiliki kendali penuh dalam pembuatan konten. Pengguna berperan aktif dalam pembuatan konten tidak seperti pada media lama.

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Nasrullah (2015) berpendapat bahwa ada enam kategori besar dalam pembagian media sosial, yaitu :

1) Media Jejaring Sosial (*social networking*)

Media jejaring sosial adalah sebuah sarana yang digunakan untuk menjalin hubungan sosial. Pada situs jejaring sosial setiap penggunanya dapat membangun jaringan pertemanan baik yang sudah ada maupun jaringan pertemanan baru. Contoh dari media jejaring sosial adalah Facebook.

2) Jurnal *online* (blog)

Blog adalah media sosial yang digunakan untuk mengunggah konten berupa aktivitas keseharian penggunanya. Blog juga dapat digunakan untuk saling berbagi pendapat tentang web atau informasi lainnya. Terdapat dua jenis blog, yaitu *personal homepage* (pengguna menggunakan nama domain pribadi seperti .com) dan dengan menggunakan fasilitas yang disediakan oleh penyedia halaman.

3) Jurnal *online* sederhana atau *microblog*

*Microblog* adalah sebuah media sosial yang dapat digunakan untuk menulis dan membagikan aktivitas dan opininya kepada public. Contohnya seperti Twitter.

4) Media berbagi (*sharing media*)

Media berbagi adalah media sosial yang dapat digunakan untuk membagikan berbagai hal seperti dokumen, video, audio, gambar, dan bentuk media lainnya. Contohnya Youtube dan Flickr.

5) Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial adalah media sosial yang digunakan untuk menyimpan, mengkategorikan, mengelola, dan mencari informasi tertentu secara *online*. Contohnya LintasMe.

6) Media konten bersama atau wiki

Wiki merupakan media sosial berbentuk situs yang berisi informasi dari hasil kolaborasi dari para penggunanya. Informasi yang tercantum pada Wiki dapat berupa sejarah, pengertian, atau rujukan dari buku.

3. Twitter

a. Pengertian Twitter

Twitter adalah salah satu media sosial yang digunakan untuk membagikan pengalaman, opini, atau aktivitas pribadinya kepada

pengguna lainnya. Twitter hanya menyediakan ruang sebanyak 140 karakter untuk penggunanya membagikan pesan. (Nurhadi, 2017:540).

Twitter dibentuk oleh seorang mahasiswa sarjana di *New York University*, Jack Dorsey pada acara diskusi *Odeo*. Jack Dorsey membentuk Twitter untuk memfasilitasi layanan pesan singkat yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Pada tahun 2006 Jack Dorsey mempublikasikan *Tweet* pertamanya. (Fauici, 2017:30)

Twitter merupakan media sosial yang tergolong kedalam jenis mikroblog, maka memungkinkan pengguna Twitter untuk mengirim pesan dan membaca pesan yang dikirim oleh pengguna lainnya. Pesan ini disebut juga dengan *tweets*.(Nurhadi, 2017:540)

#### 4. Literasi Media

##### a. Pengertian Literasi Media

Literasi media terdiri dari 2 kata, yaitu literasi dan media. Dimana literasi berarti kemampuan seseorang dalam membaca dan menulis atau memiliki kemampuan untuk memahami media. Sedangkan media memiliki arti yaitu perantara dalam menyampaikan informasi yang dapat berbentuk benda, manusia atau peristiwa. Dari pengertian ini maka dapat disimpulkan bahwa literasi media merupakan kemampuan seseorang dalam mencari, mempelajari, dan memanfaatkan

informasi yang didapatkan melalui berbagai macam media.(Kurniawati & Baroroh, 2016:53)

Literasi media merupakan sebuah kemampuan atau keterampilan yang diperoleh oleh seorang individu secara alami, tetapi keterampilan ini perlu untuk ditingkatkan mengikuti perkembangan teknologi dan zaman.(Kurniawati & Baroroh, 2016:53) Menurut Potter pada buku karangannya yang berjudul "*media literacy*" (2005:34) literasi media merupakan sebuah perspektif yang digunakan oleh individu dalam mengakses sebuah media dengan maksud untuk memaknai pesan yang didapat melalui media tersebut.

Pada buku saku "literasi Media Televisi" yang diterbitkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia literasi media didefinisikan sebagai pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh individu agar dapat menggunakan dan mengakses media dengan optimal. (Kurniawati & Baroroh, 2016:54)

Komponen yang paling umum ditemukan pada definisi literasi media adalah kesadaran individu pada pesan yang disampaikan oleh media dan kemampuan kritis individu dalam menganalisis pesan yang dilihat, dibaca, dan ditonton oleh individu (Hobbs, 2001:42)

b. Konsep Dasar literasi Media

Secara mendasar, ada 10 konsep dasar dari literasi media, yaitu :

1) Media membangun budaya

Informasi yang di peroleh melalui media tentang masyarakat terdahulu dan budaya yang tersebar di masyarakat saat ini membentuk budaya di masyarakat. Saat ini, masyarakat lebih sering menerima cerita atau kisah mengenai budaya melalui media seperti televisi dan internet.

2) Sikap dan tindakan masyarakat dipengaruhi oleh pesan media

Kehidupan manusia saat ini dipengaruhi oleh pesan dan informasi yang diterima melalui iklan, berita, film, musik dan media media penyampaian informasi lainnya yang dilihat dan dinikmati di kehidupan sehari-hari.

3) Pesan yang disampaikan media bersifat persuasif

Pesan-pesan yang disampaikan media bertujuan untuk membujuk masyarakat untuk melakukan atau membangun keyakinan kepada suatu hal tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut media menggunakan bahasa persuasi seperti memberi pujian, pengulangan, menebar ketakutan, humor, dan metode-metode lainnya.

4) Media menjadi sarana fantasi

Media memiliki tujuan untuk menghibur dan membangun fantasi yang menyenangkan untuk masyarakat. Masyarakat dapat terinspirasi untuk mengikuti media atau bahkan melakukan sesuatu yang lebih baik dari yang ditampilkan media dengan literasi media yang baik.

5) Media tidak menceritakan seluruh kisah

Pembuat media biasanya hanya menyampaikan beberapa pendapat dan sudut pandangnya masing masing saat menyampaikan informasi di media.

6) Pesan dalam media berbentuk teks dan sub-teks

Bentuk sebenarnya dalam literasi media adalah teks, yang setelah itu disertai dengan gambar, suara, atau audio visual. Sedangkan sub teks merupakan teks yang memiliki makna tersembunyi yang menjadi dasar dari pesan yang disampaikan oleh media.

7) Nilai dan sudut pandang tercermin melalui isi pesan pada media

Sudut pandang dan nilai nilai tersendiri dimiliki oleh tiap individu dalam menyampaikan literasi media. Hal ini mempengaruhi suara, pilihan kata, dan gambar yang digunakan oleh tiap individu.

8) Makna dibangun oleh tiap individu

Tiap individu yang menerima pesan melalui media akan menafsirkan sendiri maksud dari pesan yang mereka dapatkan. Penafsiran tersebut akan berbeda-beda pada tiap individu tergantung pada pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh tiap individu.

9) Pesan yang diperoleh melalui media dapat diterjemahkan

Penerima pesan dapat mengetahui maksud dan tujuan dari pesan melalui dekonstruksi media pada literasi media.

10) Remaja dan orang dewasa adalah konsumen aktif media

Konsumen aktif media merupakan remaja hingga dewasa. Oleh sebab itu, media diciptakan untuk menyesuaikan kebutuhan dan pemikiran pengguna di usia tersebut yang bertujuan agar konsumen aktif dapat memberi *feedback* yang kritis kepada pesan yang disampaikan oleh media.

c. Pentingnya Literasi Media

Menurut (Silverblatt, 2007) ada lima identifikasi akan pentingnya literasi media, yaitu :

- 1) Individu lebih meningkatkan kesadaran terhadap dampak media pada kehidupan masyarakat.
- 2) Individu lebih memahami proses komunikasi massa.
- 3) Individu dapat mengembangkan kemampuan dalam menganalisis pesan.
- 4) Individu memiliki kesadaran atas isi pesan pada konten media.
- 5) Meningkatkan pemahaman diri dan meningkatkan apresiasi terhadap konten yang ada pada media.

5. Remaja

a. Pengertian Remaja

Remaja merupakan kata lain dari *adolensence* yang artinya tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Lebih luas lagi *adolensence*

memiliki arti mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik.(Putri., 2016:49)

Periode remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang dianggap sebagai periode yang sangat penting karena merupakan masa pembentukan kepribadian individu. (Putri et al., 2016:50)

Rentang waktu usia yang umumnya digunakan oleh para ahli untuk mendefinisikan remaja adalah antara 12 hingga 21 tahun, rentang ini biasanya dibagi menjadi tiga bagian usia 12 – 15 tahun dikategorikan ke dalam remaja awal, 15 – 18 tahun dikategorikan ke dalam remaja pertengahan dan 18 – 21 tahun dikategorikan ke dalam remaja akhir. (Putri et al., 2016:49).

Masa remaja merupakan masa dimana seseorang berada pada fase pertumbuhan menuju ke arah dewasa, tetapi tidak secara kematangan. Masa remaja merupakan masa dimana seseorang mengalami banyak perubahan, penyebab utama dari perubahan ini adalah lingkungan sekitar.(Fatmawati, 2019)

#### b. Ciri-Ciri Remaja

Menurut Santrock (2003) Remaja memiliki beberapa ciri utama, yaitu pertumbuhan fisik yang dengan cepat terjadi, tumbuhnya kesadaran diri yang tinggi, dan keinginan untuk selalu mencoba hal-hal baru. Penjelasan lebih mendalam mengenai ciri-ciri remaja, (Putri et al., 2016:50) antara lain :

1) Pertumbuhan fisik

Pertumbuhan fisik yang terjadi pada masa remaja lebih cepat dibandingkan dengan saat kanak-kanak atau dewasa.

2) Perkembangan seksual

Masa remaja merupakan saat-saat perkembangan seksual mulai terjadi..

3) Cara berpikir

Remaja memiliki cara berpikir *causative* dimana cara berpikir remaja memerlukan sebab-akibat.

4) Emosi yang meluap-luap

Emosi para remaja masih tidak stabil, hal ini disebabkan oleh hormon.

5) Mulai tertarik pada lawan jenis

Pada masa remaja, individu mulai merasakan ketertarikan kepada lawan jenis.

6) Menarik perhatian lingkungan

Pada masa remaja, individu mulai tertarik dan berusaha menarik perhatian dari lingkungannya. Remaja mulai berusaha untuk mendapatkan status dan peran penting pada lingkungannya.

7) Terikat dengan kelompok

Remaja lebih tertarik kepada kelompok yang memiliki tingkatan sebaya dengan dirinya.



## 6. Model Kognitif Literasi Media

Model kognitif literasi media (*The Cognitive Model of Literacy Media*) merupakan model literasi media yang dicetuskan oleh Potter. Dimana ia menggambarkan (Potter 2005:33) :

Kesadaran kritis khalayak atas realitas media inilah yang menjadi tujuan utama literasi media, hal ini karena media bukanlah entitas yang netral. Media selalu membawa nilai, baik ekonomi, politik, maupun budaya. Keseluruhannya memberikan dampak bagi individu dalam menjalani kehidupan sehari-harinya. Untuk memiliki kesadaran kritis tersebut, Potter (2005) merumuskan tujuh kemampuan yang harus dimiliki seseorang atau masyarakat untuk bisa digolongkan sebagai individu atau masyarakat yang melek media, yakni:

- a) *Analyze* : kemampuan seseorang dalam menganalisa struktur pesan yang dikemas dalam media, dan memahami konteks dalam pesan pada media tertentu.
- b) *Evaluate* : kemampuan seseorang dalam membuat penilaian dan mampu menghubungkan antara informasi yang ada di media dengan kondisi dirinya.
- c) *Grumping* : kemampuan dalam menentukan setiap unsur yang sama dalam beberapa cara : menentukan setiap unsur yang berbeda dalam beberapa cara.

d) *Induction* : kemampuan dalam menyimpulkan suatu pola di set kecil elemen.

e) *Deduction* : kemampuan menggunakan prinsip prinsip umum untuk menjelaskan khusus.

f) *Abstracting* : kemampuan untuk menciptakan secara singkat, jelas, dan tepat gambaran dari pesan dalam sejumlah kecil kata-kata yang terkandung pada pesan itu sendiri.

Melalui kemampuan-kemampuan diatas maka dapat menghasilkan 3 tahapan literasi media, yaitu : *Filtering, Meaning Matching, dan Meaning Construction.*

## B. Definisi Operasional

Sesuai dengan judul dari penelitian yang akan dilakukan yaitu “Literasi Media di Twitter (Study Deskriptif Remaja Melalui Gerakan ‘*Twitter Please Do Your Magic*’). Maka variabel-variabel dari penelitian ini, antara lain :

1. Literasi media adalah kemampuan seseorang dalam membaca, menulis, menganalisis, dan mencerna informasi yang didapatkan melalui media. Dalam penelitian ini literasi media yang dimaksud adalah kemampuan seseorang dalam membaca, menulis, menganalisis, dan mencerna informasi melalui media sosial (Twitter).

2. Remaja adalah periode transisi antara masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa. Dalam penelitian ini remaja yang dimaksud adalah remaja lanjut yang berada di usia 17 – 20 tahun.
3. Media baru (*new media*) adalah Media yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi pesan dalam bentuk teks, audio, gambar ataupun audiovisual melalui internet. Dalam penelitian ini media baru yang dimaksud adalah Media sosial Twitter.
4. *The Cognitive Model of Media Literacy* merupakan sebuah model literasi media yang dicetuskan oleh Potter. Dimana potter menganggap bahwa kesadaran tiap pengguna media adalah yang menjadi tujuan utama literasi media.

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Table 1 Penelitian terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Raudya Putri Damayanti. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Garut, Indonesia.	Pengaruh Kalimat “ <i>Twitter Please Do Your Magic</i> ” Terhadap Sikap Pengguna Twitter.	Kalimat “ <i>twitter please do your magic</i> ” memiliki pengaruh terhadap sikap pengguna Twitter yang berasal dari kalangan mahasiswa perguruan tinggi di Garut karena kalimat ini memiliki faktor dominan yang dapat mempengaruhi tiga aspek yaitu kognisi (pemikiran), afeksi (perasaan), dan konasi (tindakan).
2.	Inda Fitriyarini. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman.	Literasi Media pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman	Sembilan mahasiswa yang berasal dari mahasiswa semester tiga prodi Ilmu Komunikasi berada pada tahapan awal dalam literasi media dimana kemampuan sembilan mahasiswa ini dalam menganalisis media belum terlalu kritis, dan kemampuan dalam memproduksi pesan juga belum dilakukan secara

			mendalam dan rutin.
3.	Yuniarin Putri Hariyanto. Fakultas Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga, Surabaya.	Literasi Media di Kalangan Remaja Kota Dalam Penggunaan Media Sosial (Studi Deskriptif tentang Literasi Media di Kalangan Remaja Kota dalam Penggunaan Media Sosial di Surabaya)	Kemampuan literasi media remaja di kota Surabaya berada pada tingkat tinggi dengan skor 3,48 dalam kategori <i>functional consUHng</i> , berada pada tingkat sedang dengan skor 3,11 dalam kategori <i>critical consUHng literacy</i> . Untuk kategori <i>functional presUHng literacy</i> berada pada golongan rendah dengan skor 2,44 dan berada pada golongan rendah untuk kategori <i>critical presUHng literacy</i> dengan skor 3,03.

Sumber : Jurnal peneliti terdahulu diakses melalui Google scholar

Berikut peneliti memaparkan perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti, antara lain :

### 1. Raudya Putri Damayanti

Persamaan dengan penelitian ini adalah kedua penelitian sama-sama membahas tentang gerakan “*Twitter Please Do Your Magic*”. Media yang digunakan pada kedua penelitian ini juga sama-sama melalui media sosial Twitter. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini adalah penelitian terdahulu oleh Raudya Putri Damayanti berfokus kepada pengaruh dari kalimat “*twitter please do your magic*” terhadap sikap dari penggunanya. Perbedaan lainnya yang ditemukan antara kedua penelitian ini adalah penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan dua variabel yaitu variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi.

### 2. Juliana Kurniawati dan Siti Baroroh

Persamaan dari kedua penelitian ini adalah keduanya membahas tentang literasi media. Persamaan lainnya yang ditemukan pada kedua penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan yang ditemukan pada kedua penelitian ini adalah penelitian terdahulu ini tidak hanya berfokus pada literasi media di media baru atau media sosial tetapi juga meneliti literasi media pada media massa dan media lainnya.

### **3. Yuniarin Putri Hariyanto**

Persamaan dari kedua penelitian ini adalah keduanya sama-sama meneliti tentang literasi media di kalangan remaja. Kedua penelitian ini juga sama-sama melakukan penelitian pada media sosial. Tetapi pada penelitian terdahulu media sosial yang dianalisis tidak hanya media sosial Twitter melainkan semua media sosial yang ada. Walaupun kedua penelitian ini sama-sama menggunakan studi deskriptif tetapi penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam melakukan penelitiannya.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi langsung. Data yang akan peneliti kumpulkan berupa informasi melalui wawancara, catatan dari observasi lapangan, dokumen pribadi, dan dokumentasi-dokumentasi yang diperlukan. Tujuan dari dilakukannya penelitian kualitatif ini adalah guna menggambarkan secara mendalam dan rinci tentang literasi media remaja melalui media sosial Twitter. Karena, dalam penelitian kualitatif kualitas hasil dari penelitian merupakan hal yang sangat penting.

Menurut Bogdan dan Taylor (Ahmadi, 2010: 15) penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data yang bersifat deskriptif yaitu berupa tulisan, ucapan, dan perilaku dari subjek yang diamati. Dalam penelitian kualitatif peneliti memiliki peran sebagai instrument kunci, dan teknik pengumpulan data yaitu penggabungan dan analisis data bersifat induktif (Sugiyono, 2010)

Sasaran dari penelitian ini adalah literasi media remaja lanjut dengan kisaran umur 17-21 tahun di kota Pekanbaru. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif maka penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan deskripsi secara sistematis mengenai

data dan informasi yang didapat dari wawancara dan observasi lapangan tentang literasi media remaja di Pekanbaru melalui gerakan “*twitter please do your magic*” di media sosial Twitter

## B. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian pada penelitian ini adalah Remaja di Pekanbaru yang memiliki akun Twitter sebanyak 6 orang. Subjek dari penelitian ini peneliti tentukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu peneliti menentukan *sample* dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria yang peneliti maksud pada penelitian ini, antara lain:

- a. Aktif dalam menggunakan media sosial.
- b. Memiliki akun media sosial Twitter yang aktif digunakan.
- c. Merupakan remaja dengan rentang usia 17 – 21 tahun.
- d. Bertempat tinggal di Pekanbaru.
- e. Mengetahui tentang gerakan “*twitter please do your magic*”.
- f. Merupakan penikmat/pembaca informasi bukan penyebar/pembuat informasi

Berdasarkan kriteria tersebut maka informan yang telah peneliti pilih dengan ketentuan kriteria di atas, antara lain :

**Table 2 Informan**

NO	NAMA	UMUR	STATUS
1	RAF	20 Tahun	Mahasiswa
2	MAJ	21 Tahun	Mahasiswi
3	UH	20 Tahun	Mahasiswi
4	HK	21 Tahun	Mahasiswi
5	LS	18 Tahun	Pelajar
6	AP	21 Tahun	Mahasiswa

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah literasi media.

Dalam hal ini literasi media yang dimaksud adalah literasi media dalam pengguna media an baru yaitu media sosial Twitter.

## C. Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada gerakan “*twitter please do your magic*” di media sosial Twitter

## 2. Waktu Penelitian

Table 3 Tabel prakira skripsi

	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE																K E T				
		NOV				DES				JAN-FEB				MAR-APR					MEI-JUN			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4
1	Persiapan dan Penyusunan UP	x	x	x	x	x	x															
2	Seminar UP							x														
3	Riset									x	x	x	x	x	x	x	x					
4	Pengolahan dan Analisis Data															x	x	x				
5	Konsultasi Bimbingan Skripsi									x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
6	Ujian Skripsi																				x	
7	Revisi dan Pengesahan Skripsi																				x	
	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																					x

**D. Sumber Data**

Sumber data adalah segala hal yang dapat memberikan/menghasilkan informasi yang diperlukan mengenai penelitian yang dilakukan. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui wawancara dengan subjek penelitian atau observasi langsung pada tempat penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil dari wawancara dengan narasumber yaitu remaja di Pekanbaru yang menggunakan media sosial Twitter, dan foto dokumentasi dengan narasumber saat melakukan penelitian.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui sumber sekunder mengenai data/informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Data sekunder ini akan dikumpulkan melalui referensi-referensi yang mendukung penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah buku, jurnal, skripsi dan unggahan-unggahan di Twitter yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### 1. Observasi

Observasi merupakan teknik yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara jelas, rinci, dan lengkap pada subjek dan objek penelitian. Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung pada media sosial Twitter dan pada remaja di Pekanbaru.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik yang dilakukan untuk memperoleh informasi dan data langsung melalui kegiatan tanya jawab dengan responden yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada remaja di Pekanbaru yang menggunakan media sosial Twitter.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik yang dilakukan dengan menelaah referensi-referensi yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini teknik dokumentasi dilakukan pada buku-buku dan jurnal yang relevan terhadap penelitian.

### F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pada penelitian ini teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi data. Triangulasi merupakan suatu pendekatan dalam menganalisa data dengan cara mensintesa data yang diperoleh melalui berbagai sumber.(Bachri, 2010:55).

Triangulasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah triangulasi pada berbagai sumber data yang berbeda. Dengan mengumpulkan data melalui sumber berbeda maka peneliti mungkin akan menemukan bukti penetapan lintas data dan dapat mengurangi dampak dari penyimpangan potensial yang dapat terjadi dari penelitian tunggal. (Bachri, 2010:55).

Dapat disimpulkan bahwa triangulasi merupakan teknik mengkombinasi data dari berbagai sumber, teori dan teknik dalam melakukan suatu penelitian. Teknik ini diperlukan agar dapat melengkapi kelemahan dari tiap teknik agar tangkapan realitas yang didapatkan lebih valid. (Huberman & Miles, 1992:8).

#### **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan sebuah teknik yang dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memilah data tersebut agar dapat dikelola, mensintesis data tersebut, mencari pola dari data yang didapatkan, menemukan hal-hal penting, dan mempelajari lalu memutuskan data mana yang dapat dipublikasikan. (Moelong, 2009:248)

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui tiga jalur yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. (Huberman & Miles, 1992:10).

##### **1. Reduksi Data**

Reduksi data adalah teknik analisis data yang dilakukan dengan cara merangkum, memilah, dan memfokuskan data yang penting dan relevan pada penelitian. Hal ini perlu dilakukan karena data dan informasi yang diperoleh pada tiap penelitian berjumlah sangat banyak. Setelah data yang diperoleh sudah difokuskan maka peneliti harus membuat sebuah abstrak yang berisi rangkuman inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang diperlukan agar data yang diperoleh dapat memberi gambaran yang lebih jelas lagi.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah teknik analisis data yang dilakukan dengan cara menyusun informasi-informasi yang telah diperoleh dari reduksi data. Data yang disajikan berupa laporan sistematis yang dapat dengan mudah dipahami.

## 3. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan adalah teknik analisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, menelaah dan memverifikasi data primer dan sekunder, lalu setelah itu membuat kesimpulan berdasarkan data yang telah diperoleh. Kesimpulan yang dibuat oleh peneliti harus didukung dengan data valid dan konsisten yang diperoleh dari lapangan.



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Gerakan ‘Twitter Please Do Your Magic’

Gerakan *Twitter please do your magic* merupakan sebuah gerakan yang marak di gunakan di sebuah sosial media, yaitu sosial media Twitter. Media sosial Twitter didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006 tepatnya pada bulan Maret dan dapat dinikmati pada bulan Juli. Sejak media sosial Twitter ini didirikan popularitas nya telah menjadikan Twitter sebagai salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di internet dengan julukan “pesan singkat dari internet”. (Zukhrufillah, 2018)

Munculnya media sosial Twitter dapat terjadi berkat penemuan-penemuan teknologi komunikasi yang telah lebih dahulu dilakukan seperti contohnya radio, televisi hingga penemuan internet. Hingga, pada tahun 1990 Berners Lee menemukan *world wide web (www)* yang kemudian dijadikan pacuan agar peneliti lainnya semakin berupaya untuk menemukan alternative baru dalam berkomunikasi. (Zukhrufillah, 2018)

Setelah itu, muncullah media sosial yang diciptakan untuk dapat berkomunikasi dengan teman-teman di sebuah universitas. Media sosial ini mendapatkan sambutan hangat dari masyarakat sehingga akhirnya

para peneliti memutuskan untuk mengembangkannya hingga sampai saat ini ada berbagai macam media sosial yang dapat kita gunakan.

Twitter merupakan sebuah media sosial yang berbentuk *micro blog* yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan informasi dalam bentuk teks dengan jumlah terbatas yaitu hanya 140 karakter. Unggahan yang berupa teks ini biasanya di sebut dengan “*tweets*” oleh para penggunanya. Pengguna Twitter juga dapat memberi komentar, suka dan membagikan unggahan dari pengguna lainnya.

Pada media sosial Twitter sebuah unggahan atau yang biasa disebut dengan *Tweet* ini lebih mudah untuk disebarluaskan atau dilihat oleh khalayak ramai jika menggunakan taggar/*keyword*. Karena, dengan menggunakan *keyword* ini para pengguna Twitter lainnya akan lebih mudah untuk menemukan *tweet* tersebut. Salah satu *tweet* atau gerakan yang tidak asing lagi bagi para pengguna Twitter adalah ‘*twitter please do your magic*’.

Gerakan *Twitter please do your magic* ini pertama kali dicetuskan pada tahun 2018 oleh sebuah akun Twitter dengan nama pengguna Anang Yogi Pratama (@heppiheppiaja). Dalam unggahan tersebut Anang mencoba untuk mencari pertolongan berupa penggalangan dana bencana alam yang saat itu sedang terjadi yaitu bencana gempa bUH dan Tsunami yang terjadi di Palu dan Donggala. Unggahan ini mendapat respon yang sangat banyak dari pengguna Twitter lainnya,

yaitu 17.000 *retweet*, 32 balasan dan mendapat 5.209 suka dari pengguna Twitter lainnya.

Anang yang saat itu masih berusia 21 Tahun, merupakan seorang admin *online shop* yang menjual akun-akun premium di media sosial Twitter. Tidak hanya mempromosikan produk nya tetapi Anang juga menggunakan akun Twitter miliknya untuk meminta pertolongan penggalangan dana. Pada *tweet* tersebut Anang menambahkan sebuah kalimat yaitu '*Twitter please do your magic*' yang kemudian ia hubungkan dengan *website* kitabisa.com.

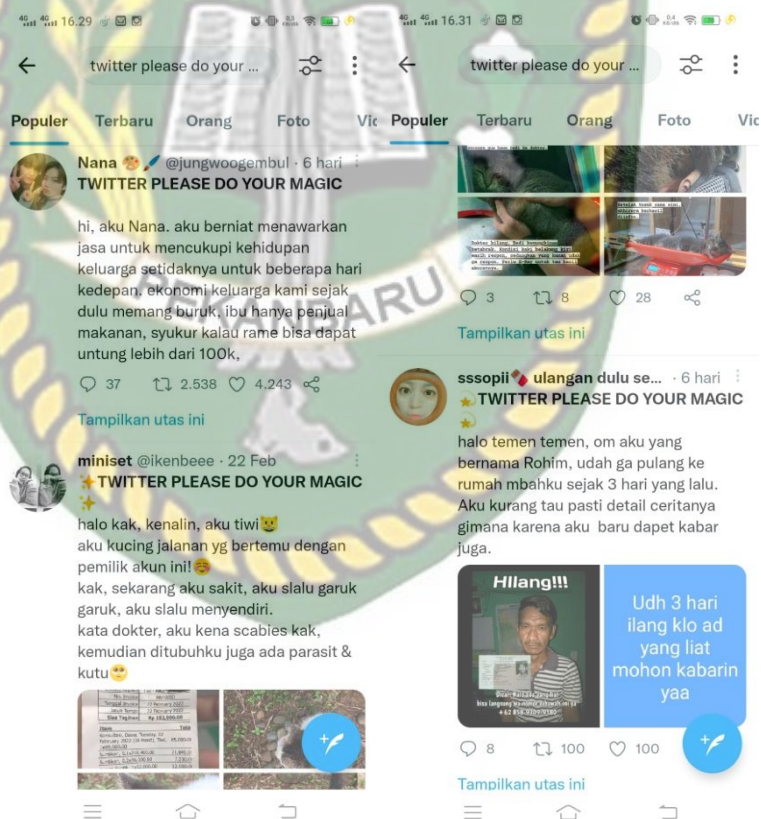
Setelah *tweet* dari Anang ini menjadi viral, banyak pengguna Twitter lain yang menggunakan kata kunci '*twitter please do your magic*' pada unggahan mereka. Unggahan-unggahan yang menggunakan kata kunci ini biasanya merupakan unggahan yang berisi tentang meminta pertolongan, penggalangan dana, informasi orang hilang, informasi hewan hilang, dan informasi-informasi lainnya yang sekiranya memerlukan bantuan dari khalayak atau pengguna Twitter lainnya.

Para pengguna Twitter lainnya juga dapat dengan mudah menemukan unggahan-unggahan ini jika mereka menambahkan kalimat '*Twitter please do your magic*'. Karena media sosial Twitter memungkinkan para penggunanya untuk mencari sebuah unggahan dengan hanya mengetik *keyword* yang tertera pada postingan itu di *search bar*. Semua unggahan-unggahan yang menyisipkan kalimat ini

akan dikelompokkan menjadi satu dan lebih mudah untuk dibaca oleh pengguna Twitter.

Kalimat *'twitter please do your magic'* seakan dijadikan sebuah mantra bagi para pengguna Twitter. Gerakan ini menjadi sebuah fenomena unik yang marak digunakan di kalangan pengguna Twitter. Banyak pengguna Twitter yang meminta pertolongan baik untuk hal sederhana hingga masalah serius dengan gerakan ini.

**Gambar 5.1** Unggahan pada gerakan *'Twitter Please do Your Magic'*



Sumber :

[https://twitter.com/search?q=twitter%20please%20do%20your%20magic&t=XqqaLrJCCd1r\\_uIvDYxY6w&s=09](https://twitter.com/search?q=twitter%20please%20do%20your%20magic&t=XqqaLrJCCd1r_uIvDYxY6w&s=09)

diakses pada 2 Maret 2022

Gambar 1.1 merupakan beberapa contoh unggahan yang terdapat pada gerakan *Twitter please do your magic*. Dapat dilihat bahwa ada berbagai macam jenis postingan yang terdapat pada gerakan ini, dari mulai informasi tentang orang hilang, kucing hilang, permintaan lowongan pekerjaan, dll.

Respon pengguna Twitter pada unggahan-unggahan di gerakan ini juga beragam, ada beberapa unggahan yang mendapat respon baik dan mendapatkan pertolongan yang mereka butuhkan tetapi tidak jarang juga beberapa unggahan tidak mendapat sorotan yang cukup dari para pengguna Twitter lainnya.

Karena maraknya penggunaan gerakan ini, tidak sedikit pengguna-pengguna Twitter yang memanfaatkannya untuk kepentingan pribadi atau bahkan melakukan penipuan. Pengguna Twitter biasanya menilai apakah unggahan tersebut dapat dipercaya atau tidak melalui informasi dan bukti-bukti seperti foto yang dilampirkan pada unggahan tersebut.

## 2. Profil Informan

### a. RAF

RAF merupakan seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi tepatnya di Universitas Islam Riau yang aktif menggunakan media sosial di kehidupan sehari-harinya. Ia merupakan mahasiswa semester 8 dan berusia 20 Tahun yang biasanya mengisi kegiatan

kesehariannya dengan berkuliah, lebih tepatnya mengerjakan skripsi.

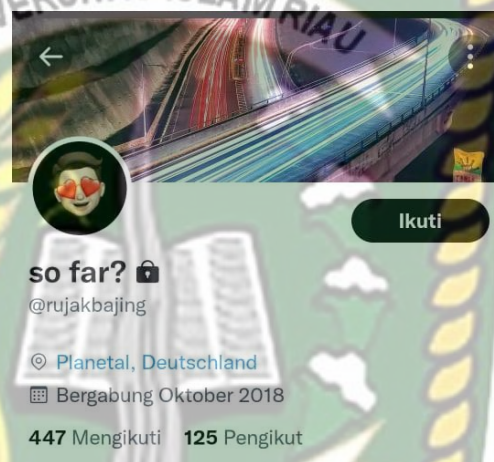
RAF pertama kali menggunakan media sosial saat ia duduk dibangku sekolah dasar, tepatnya saat ia berada di kelas 5 SD. Media sosial pertama yang ia gunakan saat itu adalah media sosial Facebook. Hingga saat ini RAF masih aktif menggunakan beberapa media sosial seperti Instagram, Twitter, Tiktok dan Snapchat.

RAF biasanya menggunakan media sosial selama 3-5 jam perharinya. Salah satu media sosial yang sering kali ia gunakan adalah Twitter. RAF memiliki sebuah akun Twitter dengan nama pengguna @rujakbajing.

Ia biasanya menggunakan media sosial Twitter dan media sosial lainnya untuk berkomunikasi dengan teman/keluarga, mencari hiburan, berbisnis dan mencari informasi. RAF tertarik untuk menggunakan media sosial Twitter karena ia merasa media sosial Twitter ini berbeda dengan media sosial lainnya seperti Instagram dan Tiktok. Ia merasa kalau media sosial Twitter memiliki tipe audiens dan teknik komunikasi yang berbeda dari media sosial lainnya. karena, Twitter merupakan media sosial yang memiliki *power of text* dan hanya dapat memuat 280 kata sedangkan media sosial lainnya seperti Instagram dan Tiktok lebih mengedepankan visual seperti foto dan Video.

RAF juga merasa lebih nyaman untuk berkeluh kesah dan berekspresi melalui media sosial Twitter. Oleh sebab itu, umumnya unggahan-unggahan yang ada pada media sosial Twitter milik RAF merupakan cuitan tentang keseharian RAF.

**Gambar 2.1 Akun Twitter RAF**



Sumber : <https://twitter.com/rujakbajing?t=IoA5CNuz24Rc9zpt-3M97g&s=09> Diakses pada 2 Maret 2022

Gambar 2.1 merupakan akun media sosial Twitter milik RAF. Dimana, pada akun Twitter miliknya dapat dilihat bahwa RAF sudah menggunakan media sosial Twitter ini sejak bulan Oktober 2018 dan hingga kini memiliki pengikut sebanyak 125 orang dan mengikuti sebanyak 447 orang.

Peneliti pertama kali mengenal RAF pada saat peneliti dan RAF membentuk sebuah kelompok tugas bersama untuk membuat sebuah film pendek karena kebetulan peneliti berada di fakultas

yang sama dengan RAF. Peneliti memutuskan untuk menjadikan RAF sebagai informan karena peneliti menganggap RAF memenuhi kriteria yang telah peneliti tentukan sebelumnya dalam mencari informan.

Peneliti sering tidak sengaja bertemu dengan RAF di lingkungan kampus, jadi saat beberapa waktu lalu peneliti tidak sengaja berjumpa kembali dengan RAF peneliti menanyakan apakah RAF memiliki akun Twitter yang aktif digunakan, mengetahui tentang gerakan *Twitter Please do Your Magic*, dan bersedia untuk menjadi informan pada penelitian yang peneliti lakukan.

Setelah RAF bersedia untuk menjadi informan pada penelitian ini, maka peneliti mengatur jadwal wawancara dengan RAF dan melakukan wawancara pada tanggal 21 Februari 2020 di lingkungan kampus. Setelah melakukan wawancara dan mendapat informasi yang peneliti perlukan, ada beberapa pertanyaan yang ingin peneliti tanyakan kembali tetapi karena tidak menemukan jadwal yang tepat maka peneliti menanyakan pertanyaan-pertanyaan tambahan tersebut melalui *chat* Whatsapp.

Akses peneliti dengan RAF selama wawancara terbilang cukup baik. Karena untuk menentukan jadwal wawancara dengan RAF tidak terlalu sulit dikarenakan RAF dan peneliti sama-sama sering memiliki keperluan di kampus. Selama melakukan

wawancara juga RAF dapat mengerti pertanyaan-pertanyaan yang peneliti berikan dengan baik dan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan baik pula,

RAF memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup baik mengenai topic yang akan diteliti oleh peneliti. Oleh sebab itu, akses peneliti dalam melakukan wawancara dengan RAF mudah untuk dilakukan.

**b. MAJ**

MAJ merupakan seorang mahasiswi Universitas Islam Riau yang mengambil jurusan Ilmu Komunikasi dan saat ini sedang menjalani semester 8 masa kuliahnya. MAJ atau yang lebih akrab dipanggil dengan sebutan MAJ aktif menggunakan beberapa media sosial seperti Insatgram dan Twitter di kehidupan sehari-harinya.

MAJ biasanya mengakses media sosial untuk keperluan pribadi seperti curhat, *scrolling* dan melihat gossip atau berita yang sedang hangat diperbincangkan.

MAJ mengaku dapat mengakses media sosial hampir seharian jika tidak sedang bertemu dengan teman atau mengerjakan kegiatan lainnya. MAJ mulai aktif menggunakan media sosial sejak ia duduk dibangku kelas 5 SD media sosial pertama yang ia akses

adalah Facebook dan mulai mengakses media sosial Twitter sejak kelas 6 SD dengan nama pengguna @\_MAJaj.

**Gambar 2.2 Akun Twitter MAJ**



Sumber :

<https://twitter.com/MAJaj?t=kKnJVz9LVrBQNVonh65fdg&s=09>

Diakses pada 2 Maret 2022

Gambar 2.3 merupakan akun media sosial Twitter milik MAJ. Dapat dilihat pada gambar tersebut bahwa MAJ menggunakan Twitter pertama kali pada Oktober 2011. Hingga kini, akun Twitter miliknya memiliki pengikut sebanyak 313 akun dan mengikuti sebanyak 177 akun.

MAJ memilih untuk menggunakan media sosial Twitter karena menurutnya Twitter merupakan yang tepat untuk mengeluarkan keluh kesah kehidupannya dengan bebas tanpa harus peduli dengan pandangan orang lain.

Penulis pertama kali mengenal MAJ sejak masa pengenalan kehidupan kampus mahasiswa baru (PKKMB) karena kebetulan

berada di kelompok PKKMB yang sama. Sejak saat itu penulis dan MAJ tetap menjalin hubungan yang baik dengannya. Oleh sebab itu, penulis sangat tau dan yakin bahwa MAJ merupakan orang yang sesuai dengan kriteria informan yang telah penulis tetapkan sebelumnya.

MAJ juga dengan senang hati menerima tawaran penulis untuk menjadi informan pada penelitian ini. Jadi, pada tanggal 25 Februari 2020 penulis menemui MAJ di lingkungan kampus untuk melakukan wawancara terkait dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan.

Akses peneliti saat melakukan wawancara dengan MAJ terbilang mudah karena peneliti cukup sering bertemu dengan MAJ, dan MAJ juga sering berada di kampus. Oleh sebab itu, peneliti mudah untuk bertemu dan melakukan wawancara dengan MAJ.

MAJ merupakan pengguna aktif Twitter oleh sebab itu MAJ memahami permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti. Jadi, saat melakukan wawancara MAJ dapat mengerti dengan baik pertanyaan-pertanyaan yang peneliti ajukan dan dapat dengan baik pula menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.

**c. UH**

UH merupakan seorang mahasiswi di jurusan Teknik Informatika Universitas Islam Riau. Kegiatan yang biasanya

dilakukan oleh UH adalah berkuliah dan juga melakukan penelitian untuk bahan skripsi yang sedang ia kerjakan. Di sela sela kesibukannya UH juga aktif dalam menggunakan media sosial.

Media-media sosial yang UH gunakan adalah Instagram, Twitter, Tiktok dan Facebook. Ia mulai menggunakan media sosial ini sejak ia duduk di bangku sekolah dasar dan media sosial pertama yang ia gunakan adalah Facebook. Jika UH sedang tidak memiliki banyak kegiatan maka ia dapat mengakses media sosial 6-8 jam perhari nya tetapi saat ia memiliki beberapa kegiatan untuk dikerjakan maka ia hanya akan mengakses media sosial selama 2-3 jam perharinya.

UH pertama kali membuat akun Twitter dengan nama pengguna @UHk05830705 untuk membaca berita berita yang sedang viral dan mengikuti beberapa selebritis yang ia sukai. Bahkan, hingga saat ini UH mengaku bahwa akun Twitter nya hanya digunakan untuk mencari informasi-informasi terbaru.

**Gambar 2.3 Akun Twitter UH**



Sumber :

<https://twitter.com/UHk05830705?t=aztzStXGweKSkN39LFj8mw&s=09>

diakses pada 2 Maret 2022

Gambar 2.5 merupakan akun media sosial Twitter milik UH. Dapat dilihat melalui gambar tersebut UH mulai menggunakan media sosial Twitter sejak September 2022 dan hingga kini masih memiliki 0 pengikut dan mengikuti 4 akun.

UH memilih untuk menggunakan Twitter karena ia merasa lebih mudah untuk mendapatkan berita-berita yang ingin ia baca di Twitter karena ia cukup mencari *keyword* yang ingin ia baca maka informasi tersebut akan langsung di tampilkan. Menurutnya juga penyebaran informasi di Twitter sangat cepat jadi jika ada sebuah berita yang sedang viral maka pasti sudah dapat dibaca bahkan sudah menjadi *trending* di Twitter.

UH merupakan kenalan peneliti saat duduk di bangku SMA. Saat beberapa saat lalu bertemu dengan UH peneliti menanyakan beberapa pertanyaan untuk menentukan apakah ia sesuai dengan kriteria informan yang telah peneliti tentukan. Setelah memastikan bahwa ia cocok dengan kriteria tersebut maka peneliti menanyakan kesediaan UH untuk menjadi informan dalam penelitian yang peneliti lakukan dan menentukan jadwal wawancara. Wawancara dengan UH dilakukan pada tanggal 12 Februari 2022 di kos tempat peneliti tinggal.

Akses peneliti dalam melakukan wawancara dengan UH tergolong lumayan sulit. Karena pada saat peneliti ingin melakukan wawancara UH sedang tidak berada di kota Pekanbaru jadi peneliti harus menunggu hingga UH kembali ke Pekanbaru terlebih dahulu. Bahkan setelah UH kembali ke Pekanbaru pun ada beberapa halangan yang membatalkan jadwal wawancara yang telah ditentukan bersama.

Dalam melakukan wawancara ada beberapa pertanyaan yang kurang dapat dimengerti oleh UH. Seperti pengetahuan UH tentang literasi media yang masih minim sehingga peneliti harus menjelaskan lebih dalam lagi apa itu literasi media. Tetapi setelah dijelaskan UH dapat memberi jawaban dengan baik dan jelas terhadap pertanyaan-pertanyaan yang peneliti ajukan.

d. **HK**

HK merupakan seorang mahasiswa Universitas Riau jurusan Hubungan Internasional. Selain aktif berkuliah HK juga aktif mengakses media

sosial sejak ia duduk di bangku sekolah menengah pertama tepatnya di kelas 7 SMP. Biasanya HK menghabiskan waktu sekitar 5 jam perhari nya untuk mengakses media sosial. Facebook dan Twitter merupakan media sosial pertama yang dimiliki oleh HK dan saat ini HK memiliki hampir semua media sosial yang sedang *trend*.

HK biasanya menggunakan media sosial untuk mencari hiburan dan mencari informasi-informasi. Ia merasa bahwa media sosial adalah sebuah media yang sangat berguna untuk mengisi waktu luang dan memberikan banyak informasi berharga.

HK memiliki akun Twitter dengan nama pengguna @Hkbaby1999 sejak November 2017 dan aktif digunakan hingga saat ini. Ia merasa tertarik untuk menggunakan media sosial Twitter karena Twitter adalah media sosial yang paling banyak digunakan oleh tokoh-tokoh besar dan ternama untuk membuat suatu pernyataan atau memberikan pandangannya yang merupakan informasi yang tidak teruji.

**Gambar 2.4 Akun Twitter HK**



Sumber :

[https://twitter.com/hkbaby1999?t=S6OQNpA2uQmZk\\_IsrIjRg&s](https://twitter.com/hkbaby1999?t=S6OQNpA2uQmZk_IsrIjRg&s)

=09 Diakses pada 2 Maret 2022

Gambar 2.7 merupakan akun Twitter yang dimiliki oleh HK. Seperti yang ditampilkan pada gambar di atas media sosial Twitter milik HK memiliki pengikut sebanyak 4 Pengikut dan mengikuti 14 akun.

HK merupakan salah satu teman yang Peneliti kenal baru-baru ini. Walaupun peneliti baru mengenal HK beberapa bulan tetapi peneliti merasa HK dapat memberikan pandangan dan pendapat yang dapat membantu penelitian ini. Peneliti juga merasa bahwa HK sesuai dengan kriteria yang telah peneliti tentukan dalam memilih informan.

Setelah berbincang dan menanyakan tentang kesediaan HK untuk menjadi informan peneliti maka peneliti membuat jadwal wawancara dengan HK. Lalu, pada tanggal 10 Februari peneliti bertemu dengan HK di sebuah *café* dan melakukan wawancara dengannya disana.

Akses peneliti dalam melakukan wawancara dengan HK dapat dikatakan lumayan mudah. Ada beberapa kendala dalam menentukan jadwal wawancara dengan HK. Walaupun peneliti beberapa kali bertemu dengan HK tetapi situasi saat itu tidak memungkinkan untuk melakukan wawancara. Oleh sebab itu peneliti harus menjadwalkan kembali jadwal wawancara dengan HK.

Saat melakukan wawancara HK dapat mengerti dengan cepat pertanyaan-pertanyaan yang peneliti ajukan karena memang HK cukup dekat dengan permasalahan yang peneliti akan teliti. HK juga dapat memberikan jawaban yang baik mengenai pertanyaan-pertanyaan yang peneliti ajukan.

**e. LS**

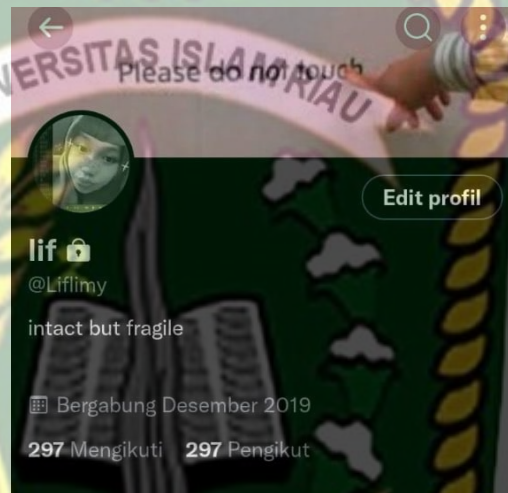
LS merupakan seorang pelajar yang menempuh pendidikan di SMAN 7 Pekanbaru. Ditengah kesibukannya menjadi siswa tingkat akhir di bangku SMA ia tetap menyempatkan diri untuk mengakses media sosial. Beberapa media sosial yang aktif digunakan oleh LS adalah Twitter, Instagram, dan Tiktok.

Twitter merupakan salah satu media sosial yang paling sering diakses oleh LS. Sama seperti media sosial lainnya LS menggunakan Twitter untuk mencari dan melihat *trend-trend* terbaru dimasa kini. Alasan LS lebih sering menggunakan media sosial Twitter adalah karena ia merasa ia dapat menemukan banyak pendapat dan cerita-cerita menarik di Twitter.

LS biasanya dapat mengakses media sosial Twitter dan media sosial lainnya selama 5 jam perharinya. Melalui akun Twitter miliknya dengan nama pengguna @Liflimy ia juga aktif membagikan cerita-cerita pribadi miliknya kepada pegguan lainnya yang mengikuti akun pribadi miliknya ini.

Karena LS mengunci akun Twitter miliknya maka hanya pengguna-pengguna yang mengikuti akun nya saja yang dapat menakses unggahan-unggahan dari akun milik LS ini.

**Gambar 2.5 Akun Twitter LS**



Sumber :

[https://twitter.com/Liflimy?t=jmBUH0BRgzp1E6w5\\_2HN7A&s=0](https://twitter.com/Liflimy?t=jmBUH0BRgzp1E6w5_2HN7A&s=0)

9 diakses pada 2 maret 2022

Gambar 2.9 merupakan akun Twitter yang dimiliki oleh LS. Melalui gambar diatas dapat dilihat bahwa LS mulai menggunakan akun media sosial Twitter nya sejak Desember 2019 dan hingga kini memiliki sebanyak 297 pengikut dan mengikuti sebanyak 297 akun.

LS merupakan saudara dari salah satu teman peneliti. Saat peneliti tengah sibuk mencarorang yang cocok untk dijadikan informan salah satu teman peneliti merekomendasikan LS. Setelah

bertanyai beberapa hal tentang LS maka peneliti memutuskan untuk menjadikan LS sebagai salah satu informan pada penelitian ini.

Setelah cukup lama dan sulit menentukan jadwal yang cocok untuk melakukan wawancara, ditentukanlah tanggal 12 Februari sebagai hari dimana peneliti akan mewawancarai LS. Peneliti bertemu dengan LS di rumah pribadi milik LS dan melakukan wawancara disana.

Akses antara peneliti dengan LS dapat dikatakan sulit karena peneliti tidak mengenal langsung LS melainkan LS merupakan sepupu dari teman peneliti. LS juga memiliki kesibukan lain seperti sekolah oleh sebab itu cukup sulit untuk bertemu dengan LS.

Tetapi, dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang peneliti ajukan LS dapat dikatakan cukup baik. Walaupun ada beberapa pertanyaan yang harus peneliti jelaskan lebih dalam terlebih dahulu tapi LS tetap dapat memberikan jawaban yang baik dan jelas.

f. **AP**

APya Prabowo atau yang biasa disebut AP merupakan seorang mahasiswa Hubungan Internasional di Universitas Riau. AP merupakan pengguna media sosial yang mulai aktif menggunakan media sosial sejak ia duduk di kelas 4 SD. Media sosial yang sering digunakan oleh AP adalah Youtube dan Twitter.

Selain kedua media sosial itu AP juga memiliki beberapa media sosial lainnya seperti Instagram, dan Tiktok.

AP menggunakan media sosial untuk tujuan *entertainment* dan sebagai sumber berita. Sedangkan alasan AP aktif menggunakan media sosial Twitter adalah untuk melihat berita, hal-hal yang sedang *viral*, dan juga untuk berkomunikasi dengan pengguna Twitter lainnya.

**Gambar 2.6 Akun Twitter AP**



Sumber :

<https://twitter.com/APyaprabs?t=EtDQTPfCLowJIC1enmWeGw&s=09> diakses pada 16 Maret 2022

Pada gambar 2.11 dapat dilihat bahwa akun Twitter milik AP dengan nama pengguna @APyaprabs mulai digunakan sejak Agustus 2011 dan hingga kini memiliki sebanyak 322 pengikut dan mengikuti sebanyak 476 akun.

AP merupakan kenalan dari teman peneliti. Ketika peneliti sedang mencari informan yang cocok dengan kriteria yang telah peneliti tentukan salah satu teman peneliti menyarankan untuk menjadikan AP sebagai informan. Karena ia merasa kalau AP cocok dengan kriteria yang telah peneliti tentukan.

Setelah mengatur jadwal dan kebetulan AP sedang memiliki waktu luang maka peneliti mengadakan wawancara dengan AP pada tanggal 16 Maret 2022. Akses peneliti kepada AP termasuk pada golongan menengah karena walaupun peneliti dapat dengan mudah bertemu dengan AP tetapi ada beberapa kendala saat peneliti mengajukan pertanyaan kepada AP.

Walaupun AP dekat dengan isu yang sedang peneliti teliti tetapi ada beberapa pertanyaan yang harus peneliti jelaskan lebih dalam lagi kepada AP, salah satunya pertanyaan yang berkenaan dengan literasi media. Tetapi untuk pertanyaan lainnya AP dapat menjawabnya dengan baik.

**Table 4 Rekapitulasi seluruh profil informan**

NO	INISIAL	MEDIA SOSIAL	UMUR	STATUS	AKSES
1.	RAF	Twitter, Instagram, tiktok, dan snapchat.	20 Tahun	Mahasiswa (Universitas Islam Riau)	Mudah
2.	MAJ	Twitter dan Instagram.	21 Tahun	Mahasiswa (Universitas	Mudah

				Islam Riau)	
3.	UH	Twitter, Instagram, Tiktok, dan Facebook.	20 Tahun	Mahasiswa (Universitas Islam Riau)	Sulit
4.	HK	Twitter, Instagram, Tiktok, dan facebook.	21 Tahun	Mahasiswa (Universitas Riau)	Menengah
5.	LS	Twitter, Instagram, dan Tiktok.	18 Tahun	Pelajar (SMAN 7 Pekanbaru)	Sulit
6.	AP	Twitter, Instagram, dan Tiktok.	21 Tahun	Mahasiswa (Universitas Riau)	Menengah

Tabel 4 merupakan rekapitulasi informan pada penelitian ini, dimana pada tabel tersebut terdapat inisial informan, media sosial yang informan miliki, umur para informan, status, dan akses peneliti pada saat melakukan wawancara dengan para informan. Sulit berarti akses peneliti dalam bertemu dan melakukan wawancara sulit, menengah berarti akses peneliti dalam bertemu dan melakukan wawancara dengan informan tidak terlalu sulit tetapi juga tidak mudah, dan mudah berarti akses peneliti saat bertemu dan melakukan wawancara dengan informan mudah untuk dilakukan.

## B. Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menyajikan data dari hasil wawancara mendalam, observasi di lapangan, dan analisis hasil data yang telah

peneliti peroleh yang kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang mendukung mengenai penelitian yang sedang diteliti. Adapaun penelitian yang peneliti kaji pada penelitian ini adalah Literasi Media di Twitter (Study Deskriptif Remaja Melalui Gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*').

Untuk mendapatkan data yang peneliti butuhkan, maka peneliti melakukan wawancara mendalam kepada 5 orang narasumber dan melakukan observasi dengan cara melakukan pengamatan serta pendekatan secara langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data yang *valid* dan relevan dengan literasi media remaja di pekanbaru melalui gerakan *twitter please do your magic* di Twitter.

**a. Gerakan '*Twitter Please Do your Magic*'**

Gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*' merupakan sebuah gerakan yang mulai populer pada tahun 2018. Dimana gerakan ini dibuat dengan tujuan untuk menjadi sebuah wadah bagi orang-orang yang membutuhkan pertolongan dan orang-orang yang ingin memberi bantuan. Jika kita mencari *keyword* '*twitter please do your magic*' maka akan muncul berbagai unggahan tentang orang-orang yang meminta bantuan kepada para pengguna Twitter lainnya.

Dengan penelitian ini, peneliti bermaksud untuk melihat dan meneliti tentang tanggapan para pengguna media sosial dalam hal ini para remaja di Pekanbaru yang menggunakan media sosial Twitter tentang gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*'.

Untuk mendapatkan data yang mendukung penelitian ini, maka peneliti telah melakukan wawancara dengan 5 orang informan yang merupakan Remaja di Pekanbaru dan aktif dalam menggunakan media sosial khususnya media sosial Twitter.

Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan hal ini, salah satunya adalah, Apakah anda mengetahui gerakan *'Twitter please do your magic'* ? Apa yang anda ketahui tentang gerakan tersebut? Peneliti menerima berbagai macam jawaban mengenai pertanyaan ini. Seperti salah satunya yang di jelaskan oleh RAF :

” Ya, saya mengetahui gerakan *"Twitter please do your magic"* itu merupakan satu cuitan yang menurut saya pribadi berpotensi menjadi suatu keajaiban karena dari cuitan yang sederhana itu ada efek luar biasa yang bisa di dapatkan. biasanya banyak orang yang menggunakan hal tersebut untuk meminta pertolongan dari pengguna media sosial twitter tersebut yang nantinya *user* lain akan berkomentar, *like* dan *share* cuitan tersebut dan dapat menjadi ramai. namun sekarang banyak orang yang salah menggunakan gerakan tersebut dan banyak juga yang dimanipulasi, banyak oknum yang hanya sekedar memanfaatkan beberapa pihak. jadi sebagai pengguna sosial media saya juga harus lebih teliti dan perlu kewaspadaan dan kehati-hatian agar dapat memilah dan memilih dan sebaiknya kita *research* terlebih dahulu”

Pendapat lainnya mengenai gerakan *'Twitter please do your magic'* berasal dari MAJ yang merupakan salah satu pengguna aktif media sosial Twitter :

” Ya saya tau. Menurut saya gerakan ini tuh tempat berkumpulnya postingan-postingan yang membutuhkan bantuan dan pertolongan dari pengguna lainnya.”

Beberapa jawaban lainnya mengenai penjelasan tentang gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ juga disampaikan oleh informan lainnya, yaitu menurut UH :

“Ya saya tau, saya rasa gerakan ini merupakan sebuah gerakan positif yang dapat menjadi wadah bagi pengguna twitter untuk mencari simpati dan meminta pertolongan dari pengguna twitter lainnya.”

Menurut HK :

“Tau, yang saya tahu tentang hal tersebut adalah gerakan tersebut memanfaatkan cepatnya informasi menyebar di twitter guna menjangkau orang sebanyak-banyaknya untuk dapat menggugah simpati orang-orang yang dijangkau oleh informasi tersebut agar memberi andil atau kontribusi terhadap suatu topik atau fenomena.”

Dan, menurut LS sendiri :

“Saya tau gerakan ini, Gerakan ini adalah gerakan berharap ada suatu ke ajaiban yg datang kepada kita di Twitter karna warga Twitter sekalian suka membagi kan suatu peristiwa”

Sedangkan menurut AP sendiri gerakan ‘*Twitter Please Do Your Magic*’ merupakan :

“Suatu gerakan yang dilakukan untuk membantu warga twitter agar mendapatkan pertolongan dari kata tersebut dan memviralkannya”

Ada berbagai macam cara tiap individu dalam mengenal dan mengetahui gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ ini. Oleh sebab itu, untuk mengetahui hal ini peneliti mengajukan pertanyaan “Dari mana anda mengetahui tentang gerakan twitter please do your magic?”. Peneliti menerima berbagai jawaban. Salah satunya adalah jawaban dari RAF :

“Pertama kali tahu tentang gerakan tersebut di base yang ada di twitter”

Jawaban lainnya peneliti dapatkan dari MAJ :

“Karena pas main twitter trus twitter please do your magic trending di twitter jadi penasaran terus di buka.”

Hal serupa juga dialami oleh HK, dimana ia mengatakan bahwa :

“Dari trending topic di twitter.”

UH yang juga aktif berselancar di media sosial Twitter mengaku mengetahui gerakan ini ketika ada salah satu akun yang ia *follow* ikut *retweet* unggahan dari gerakan ini. Ia menjelaskan bahwa :

“Dulu ada salah satu akun yang saya follow ngeretweet postingan dari twitter please do your magic trus abis itu banyak liat postingan postingan lain yang pakai kalimat twitter please do your magic.”

Gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ ini merupakan gerakan yang mengandalkan cepatnya penyebaran informasi pada media sosial khususnya media sosial di Twitter. Karena dengan cepatnya penyebaran informasi inilah gerakan ini dapat berjalan dengan baik. Peneliti menanyakan tentang pendapat para informan terhadap cepatnya penyebaran informasi di media sosial Twitter melalui pertanyaan “Bagaimana menurut anda penyebaran informasi di media sosial Twitter?”

LS yang merupakan seorang pelajar di Pekanbaru berpendapat bahwa :

“Sangat luas, kadang sampe bisa pindah ke aplikasi media sosial lainnya”

Sedangkan pendapat lainnya mengenai penyebaran informasi di media sosial Twitter peneliti dapat dari MAJ :

“Bagi saya bisa dibilang efektif dan tidak efektif. Karena cepat, tapi jika anda tidak memiliki followers banyak dan tidak aktif maka informasi yang disebar tidak akan cepat tersebar karena kecil kemungkinannya untuk diretweet oleh pengguna lainnya dan dibaca oleh pengguna lainnya yang tidak mengikuti kita.”

Tujuan awal dibentuknya gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ ini tentu saja untuk memberikan dampak positif bagi pengguna Twitter. Tetapi, setiap gerakan dan fenomena pasti tetap memiliki potensi untuk menimbulkan dampak negative. Oleh sebab itu, peneliti mengejukan pertanyaan “Apakah gerakan ini memiliki dampak positif? Atau bahkan juga memiliki dampak negatif?”. Melalui pertanyaan ini para informan-informan memberikan pendapat nya masing-masing. Salah satunya adalah pendapat dari RAF :

“Pastinya, fenomena ini memiliki dampak positif dan juga dampak negatif. dalam hal ini dampak positif nya kita dapat membantu orang yang membutuhkan pertolongan, mungkin kita tidak dapat membantu dalam hal materi, namun dengan cara kita memberikan sebuah komentar, *like* dan *retweet* itu mungkin menjadi bahan bantuan yang baik. untuk dampak negatifnya namun sekarang banyak orang yang salah menggunakan gerakan tersebut dan banyak juga yang dimanipulasi, banyak oknum yang hanya sekedar memanfaatkan beberapa pihak. jadi sebagai pengguna sosial media saya juga harus lebih teliti dan perlu kewaspadaan dan kehati-hatian agar dapat memilah dan memilih dan sebaiknya kita *research* terlebih dahulu. karena ga semua orang yang memiliki niat baik.”

Pendapat dari UH yang merupakan seorang mahasiswa Universitas Islam Riau juga tidak jauh berbeda, dimana UH mengatakan :

“Dampak positifnya pasti banyak yak arena kan emang gerakan ini tujuannya untuk meminta pertolongan dan saling membantu. Kalau dampak negative nya sih paling ada beberapa informasi palsu dan bahkan penipuan jadi kita harus lebih teliti lagi dalam menanggapi unggahan di gerakan ini.”

Pendapat lainnya juga peneliti dapatkan melalui wawancara dengan salah satu informan lainnya, yaitu HK:

“Dampak positifnya yakni dapat membantu orang-orang yang butuh pertolongan tanpa harus mengeluarkan banyak usaha (seperti melaporkan kepada polisi saat ada kasus kekerasan, atau membuat banyak brosur/poster saat ada orang yang hilang). Untuk turut membantu, kita hanya perlu ikut membagikan utas suatu fenomena *#twitterpleasedoyourmagic* kepada pengguna lain agar diharapkan dapat menjangkau orang-orang yang nantinya bisa memberikan dampak yang riil. Dampak negatifnya yakni penyalahgunaan oleh orang-orang yang berniat jahat. Mereka dapat menyebarkan suatu isu palsu untuk kemudian mengambil keuntungan dari pengguna twitter yang minim literasi dalam bermedia sosial.”

Pendapat lainnya juga disampaikan oleh AP :

“Dampak positifnya jadi viral dan banyak yang tahu sehingga membantu tapi bisa jadi *boomerang* terhadap yang menyebarkan jika hal tersebut *hoax* atau sekedar mencari perhatian publik”

Berbeda dengan keempat pendapat diatas, MAJ menyampaikan pendapatnya atas pertanyaan tersebut dengan :

“Bagi saya, selama saya melihat geraka ini saya selalu melihat hal hal yang positif, bahkan saya belum pernah melihat dampak negative nya.”

Gerakan *‘Twitter please do your magic’* ini merupakan gerakan yang sudah tidak asing lagi ditelinga para pengguna Twitter. Gerakan ini mendapat banyak perhatian dari segala kalangan di tiap daerah. Walaupun, tingkat ketertarikan di tiap-tiap dari pasti berbeda dengan daerah lainnya. Peneliti mengajukan pertanyaan “Apakah menurut anda gerakan ini

banyak menarik perhatian atau banyak digunakan oleh para remaja khususnya di pekanbaru?” untuk mengetahui ketertarikan remaja di Pekanbaru terhadap gerakan ini.

LS yang merupakan seorang pelajar berusia 17 Tahun dan berdomisili di Pekanbaru memberikan jawabannya mengenai pertanyaan ini :

“Kalau menarik perhatian sih iya tapi kalau digunakan sama remaja di Pekanbaru kayanya belum ada ya. Seenggaknya belum ada yang sampai viral.”

Menurut RAF sendiri gerakan ini tentu saja menarik perhatian dan lumayan banyak digunakan oleh para remaja di Pekanbaru, hal ini ia jelaskan melalui jawabannya :

“Ya lumayan banyak digunakan pada remaja yang ingin membantu sesama atau membantu keluarganya, untuk di kota Pekanbaru sendiri saya kurang tau juga namun beberapa kali saya melihat ada beberapa *user* dari pekanbaru yang memakai fenomena itu dan banyak menarik perhatian orang-orang yang ingin membantu.”

Sedangkan menurut UH selama ia mengikuti gerakan ini ia belum pernah melihat unggahan yang berasal dari kota Pekanbaru, setidaknya tidak ada yang sampai viral. Berikut jawaban dari UH :

“Saya rasa hampir semua orang yang menggunakan twitter pasti tau gerakan ini jadi saya rasa remaja Pekanbaru juga tau dan tertarik sama gerakan ini apalagi jika ada kasus-kasus yang sampe viral. Tapi saya belum pernah liat kasus viral yang asalnya dari Pekanbaru sih.”

Pertanyaan lainnya yang peneliti ajukan mengenai gerakan ini adalah “Apakah anda memiliki pengalaman dengan gerakan 'twitter please

do your magic' ini? (Misalnya : pernah tertarik dengan salah satu kasus di gerakan ini, atau pernah memposting sesuatu pada gerakan ini)". Melalui pertanyaan ini peneliti juga menerima berbagai macam jawaban. Salah satunya adalah jawaban dari HK :

“Kalau ngikutin banget sih enggak ya, tapi pernah denger beberapa kasus viral dari gerakan ini kaya ada yang pernah ketipu dari gerakan ini trus ada juga anak hilang yang akhirnya ketemu karena gerakan ini.”

Jawaban lainnya juga peneliti terima dari RAF :

“Kalau untuk pengalaman sejauh ini saya sering melihat di *Timeline* saya, ada beberapa kasus yang membuat saya tertarik agar kasusnya terus di *up* dan mendapatkan apa yang sebenarnya *user* tersebut inginkan, seperti kasus pelecehan seksual yang sering kali di *up* dan juga ada kasus seperti penipuan dll. untuk memposting fenomena *twitter please do your magic* mungkin saya belum pernah buat *speak up* sesuatu disana”

Sedangkan MAJ sendiri mengaku dia belum pernah mengikuti gerakan '*Twitter please do your magic*' ini. Hal ini ia jelaskan melalui jawabannya :

“Oh tidak, saya belum pernah mengikuti gerakan *twitter pleased do your magic* ini karena memang saya kurang aktif menggunakan gerakan gerakan seperti ini.”

Jawaban lain yang peneliti terima mengenai pertanyaan ini adalah jawaban dari UH :

“Kalau untuk posting sesuatu saya belum pernah ya, tapi kalau mengikuti beberapa kasus pernah. Seperti ada salah satu kasus yang baru tahun lalu kejadian. Jadi ada salah satu akun yang mengaku kalau ibunya yang seorang penjual kue baru saja ditipu oleh seorang konsumen fiktif. Postingannya banyak di *retweet* orang bahkan ada beberapa yang udah transfer uang eh ternyata itu semua bohong. Banyak yang ngerasa janggal sama postingannya jadi di

cari tau dan ketauan deh kalo dia Cuma bohong biar orang kasian dan transfer uang kedia.”

Sedangkan satu orang informan lainnya yaitu LS memberikan jawabannya yaitu :

“Tidak, saya belum pernah mengunggah apapun di gerakan ini. Tetapi, saya pernah ikut berdonasi untuk sebuah kasus dimana ia memiliki adik yang sedang sakit parah dan mengharapkan bantuan berupa dana untuk melakukan operasi.”

Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan dengan 5 orang informan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa hampir semua pengguna Twitter mengenal dan mengetahui tentang gerakan ‘*Twitter Please do Your Magic*’. Ke-6 informan pada penelitian ini juga mengaku beberapa kali aktif mengikuti kasus-kasus yang sempat viral melalui gerakan ini. Dimana berdasarkan pendapat para informan gerakan ‘*twitter please do your magic*’ ini merupakan sebuah wadah yang memungkinkan para pengguna Twitter untuk membagikan cerita, mencari simpati, dan meminta pertolongan kepada pengguna Twitter lainnya.

Tetapi, menurut wawancara diatas dapat pula peneliti simpulkan bahwa tidak semua pengguna Twitter memutuskan untuk membagikan masalah dan meminta pertolongan melalui gerakan ini. Ke-6 informan peneliti mengaku belum pernah mengunggah apapun pada gerakan ini dan mereka merasa kalau gerakan ini belum terlalu sering digunakan oleh remaja-remaja di Pekanbaru, hal ini juga dilihat dari belum adanya unggahan-unggahan dari kota Pekanbaru yang *viral*.

Walaupun begitu, seperti salah satu informan pada penelitian ini yaitu LS yang mengaku pernah ikut berdonasi untuk salah satu kasus yang ada di gerakan ini maka dapat disimpulkan bahwa remaja-remaja di Pekanbaru masih aktif dalam mengikuti kasus-kasus yang ada memberi bantuan sesuai dengan kapasitas masing-masing. Bantuan yang diberikan tidak perlu berupa dana tetapi juga dapat dilakukan dengan membagikan unggahan tersebut agar dapat mencapai lebih banyak orang.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan beberapa postingan yang berasal dari kota Pekanbaru. Hal ini membuktikan bahwa pengguna Twitter yang berasal dari kota Pekanbaru juga ikut serta dalam menggunakan gerakan “*Twitter please do your magic*” ini.

**Gambar 2.7** Unggahan ‘*Twitter Please do Your Magic*’ dari kota Pekanbaru



Sumber :

[https://twitter.com/search?q=twitter%20please%20do%20your%20magic%20pekanbaru&t=4FhUOVs\\_xxa5rXg7YTxB9w&s=09](https://twitter.com/search?q=twitter%20please%20do%20your%20magic%20pekanbaru&t=4FhUOVs_xxa5rXg7YTxB9w&s=09) diakses pada 11

Maret 2022

Seperti yang ditampilkan pada gambar 2.12 di atas. Dimana pada gambar tersebut terlihat beberapa contoh postingan ‘*Twitter Please do Your Magic*’ yang berasal dari kota Pekanbaru. Hal ini dapat diketahui melalui lokasi yang dicantumkan pada unggahan tersebut. Ada beragam jenis unggahan permintaan bantuan yang berasal dari kota Pekanbaru di gerakan ini. Contohnya seperti berita hewan hilang, orang hilang, dan penggalangan dana.

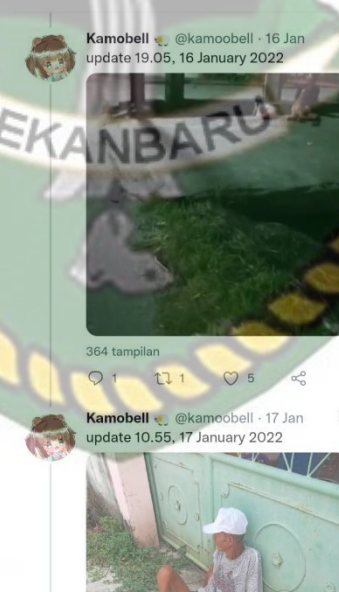
Dari gambar 3.1 di atas dapat kita lihat pula bahwa unggahan-unggahan tersebut mendapat respon yang cukup baik berupa *likes*, *retweet*, dan komentar. Pada salah satu unggahan di atas terdapat sebanyak 8 komentar, 279 *retweets*, dan 247 suka. Hal ini merupakan angka yang cukup banyak walaupun tidak semua unggahan mendapatkan respon sebanyak unggahan ini. Hal ini dapat kita lihat pada salah satu unggahan pada gambar di atas dimana unggahan tersebut hanya mendapat 1 komentar dan 1 suka.

Tetapi hal ini bukan berarti tidak memungkinkan bagi pengguna Twitter yang berdomisili di Pekanbaru untuk mendapatkan bantuan yang mereka butuhkan melalui gerakan ini. Salah satu kasus diatas yaitu kasus

yang diunggah oleh akun @kamoobell adalah bukti bahwa gerakan ‘*Twitter Please do Your Magic*’ dapat di realisasikan di kota Pekanbaru.

Melalui unggahannya ia menjelaskan bahwa ada seorang bapak-bapak yang sudah lumpuh berkeliaran disekitar kota Pekanbaru. Ia menjelaskan kondisi bapak tersebut yang sangat memprihatinkan dan berharap pengguna Twitter dapat membantu bapak tersebut.. Akun tersebut juga aktif meng*update* keadaan bapak tersebut. Oleh sebab itu, para pengguna Twitter lainnya lebih yakin dan percaya dengan informasi yang ia sebarakan.

**Gambar 2.8 Thread pada gerakan ‘*twitter please do your magic*’**



Sumber : Akun Twitter @kamoobell

Pada gambar 2.12 dapat dilihat bahwa akun dengan nama pengguna @kamoobell aktif dalam mengunggah kabar terbaru tentang

bapak tersebut. Hal ini ia lakukan agar menarik perhatian lebih banyak orang dan meyakinkan orang-orang untuk membantu bapak tersebut.

Setelah beberapa saat, unggahan tersebut mulai direspon oleh beberapa pengguna dan mulai *diretweet* oleh para pengguna Twitter lainnya dengan berbagai komentar.

**Gambar 2.9 respon pengguna Twitter**



Sumber : Thread dari akun @kamoobell

Pada gambar 2.13 dapat dilihat bahwa beberapa akun Twitter ikut *mengetag* beberapa akun besar dan meminta pertolongan akun-akun tersebut untuk ikut menyebarkan *thread* tersebut. Ada pula komentar yang menanyakan tentang informasi lokasi pasti dari bapak tersebut agar dapat memberi bantuan lebih lanjut.

Respon-respon yang ditinggalkan pada unggahan tersebut memungkinkan unggahan tersebut untuk mencapai lebih banyak pengguna Twitter lainnya. Walaupun paar pengguna tersebut tidak bisa memberikan bantuan secara nyata tetapi hanya dengan merespon dan membagikan unggahan tersebut sudah sangat membantu.

**Gambar 2.10** *update* kabar dari kasus sebelumnya



Sumber : *Thread* pada akun @kamoobell

Pada gambar 2.14 dapat dilihat *update* terbaru mengenai kabar dari bapak tersebut. Dimana berkat unggahan dan respon pengguna Twitter lainnya bapak tersebut mendapatkan bantuan yang layak untuk ia terima yaitu bapak tersebut dibawa ke rumah sakit dan dipindahkan ke sebuah panti jompo.

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil adalah beberapa pengguna Twitter yang berdomisili di Pekanbaru ikut aktif mengunggah informasi di

gerakan ‘*Twitter Please do Your magic*’ ini. Tetapi, hingga saat ini masih belum ada kasus dari kota Pekanbaru yang *viral*. Oleh sebab itu, pengguna Twitter lainnya termasuk ke-6 informan pada penelitian ini belum pernah melihat postingan yang berasal dari kota Pekanbaru.

Tetapi, walaupun begitu hal ini tidak menutup kemungkinan untuk unggahan-unggahan yang berasal dari kota Pekanbaru agar mendapatkan bantuan yang mereka butuhkan. Karena melalui hasil observasi yang peneliti lakukan masih banyak pengguna-pengguna Twitter di Pekanbaru yang aktif dalam gerakan ini.

#### **b. Literasi Media**

Literasi Media merupakan hal yang sangat dibutuhkan tiap individu dalam bermedia sosial. Dengan adanya kemampuan literasi media, maka tiap individu dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Literasi media juga dapat membatasi kita agar tidak terkena dampak negative dari penggunaan media sosial. Banyak pengguna media sosial yang belum memahami literasi media dan tidak menganggap kemampuan literasi media ini penting.

Oleh sebab itu peneliti bermaksud untuk melihat dan meneliti tanggapan para pengguna media sosial dalam hal ini para remaja di Pekanbaru yang menggunakan media sosial Twitter mengenai pengetahuan mereka tentang literasi media dan sepenting apakah literasi media menurut mereka.

Untuk menjawab hal tersebut maka peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang relevan. Yang pertama peneliti menanyakan pengetahuan mendasar mereka tentang literasi media. Hal ini peneliti ajukan dengan pertanyaan “Apa yang kamu ketahui tentang literasi media?”. Melalui pertanyaan ini ke-6 informan memberikan jawaban mereka masing-masing seusai dengan pengetahuan yang mereka miliki. Salah satunya adalah jawaban dari RAF :

“Literasi Media adalah pemahaman seseorang dalam menangkap sebuah pesan informasi yang disampaikan oleh sebuah media.”

Jawaban lainnya yang peneliti terima adalah jawaban dari MAJ yang merupakan seorang mahasiswi di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

“Saya tau secara umum tentang literasi media. Menurut saya literasi media merupakan kemampuan kita dalam menganalisis, mengakses, mengkomunikasikan informasi dari berbagai media yang kita gunakan. Jadi, bagi saya literasi media merupakan pembelajaran yang harus di lakukan oleh setiap orang agar bisa lebih bijak dalam menggunakan media sosial.”

LS juga ikut memberikan tanggapan nya mengenai pengetahuannya tentang Literasi media :

“Literasi media adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan media, dimana itu mencakup menganalisis, mencerna, dan menyebarkan informasi di media.”

Sedangkan menurut HK, Literasi media merupakan :

“Literasi media adalah kemampuan seorang individu dalam mehami dan mengolah infromasi-informasi yang didapatkan melalui media.”

Peneliti menemukan bahwa tidak semua pengguna media sosial memahami istilah “literasi media” seperti salah satunya UH, dimana ia awalnya tidak memahami istilah ini tetapi setelah peneliti memberi gambaran umum tentang literasi media ia dapat memberikan jawabannya, yaitu :

“Saya awalnya kurang mengetahui ya tentang istilah literasi media. Tapi seperti yang saya tangkap dari penjelasan peneliti tadi bahwa literasi media itu singkatnya adalah kemampuan seseorang dalam mengakses informasi-informasi yang ada di media media.”

Hal yang sama peneliti alami saat mewawancarai AP, dengan beberapa penjelasan AP dapat memberikan jawabannya yaitu :

“Saya tau pengertian umum nya doang sih ya, setau saya itu adalah cara kita menggunakan media sosial dan cara kita mencerna informasi yang ada di media sosial.”

Peneliti sendiri menganggap bahwa literasi media ini merupakan kemampuan yang sangat penting untuk dimiliki oleh tiap individu yang memutuskan untuk menggunakan dan menerima informasi melalui media-media yang ada. Karena, literasi media dapat memberikan banyak manfaat saat kita menggunakan media terlebih lagi media sosial yang dapat dengan bebas diakses oleh siapapun dan tidak memiliki batasan dalam menyebarkan informasi.

Peneliti juga mengajukan pertanyaan berupa “Agar terhindar dari dampak negatif penggunaan sosial media, tentu saja dibutuh literasi media. Menurut anda sepenting apakah literasi media dalam bermedia sosial? Apakah setiap individu harus memiliki kemampuan bermedia sosial?”

Mengapa?” untuk mengetahui pendapat dari para informan tentang pentingnya literasi media dalam kehidupan bermedia sosial. HK yang merupakan seorang mahasiswa di Universitas Riau berpendapat bahwa literasi media sama pentingnya seperti pentingnya internet untuk membuka media sosial. Hal ini ia sampaikan melalui jawabannya, yaitu :

“Tidak semua individu harus memiliki kemampuan bermedia sosial, hanya mereka yang menggunakan media sosial saja. Menurut saya literasi media pentingnya sama seperti pentingnya internet untuk membuka media sosial. Karena tidak ada untungnya sama sekali mengakses informasi yang tumpah ruah di media sosial tanpa kemampuan mencerna dan memahami informasi-informasi tersebut.”

Pendapat yang serupa juga disampaikan oleh UH dimana ia merasa kemampuan literasi media ini harus dijadikan kemampuan mendasar jika seseorang ingin menggunakan media sosial. Berikut jawaban lengkap yang diberikan oleh UH :

“Saya rasa harusnya memang setiap orang memiliki kemampuan literasi media ya, seharusnya ini dijadikan kemampuan mendasar jika seseorang ingin menggunakan media sosial. Karena kita bisa lihat sekarang dengan kurangnya kemampuan literasi media maka orang tidak akan berhati hati dan akan lebih semena mena dalam menggunakan media sosial. Padahal media sosial itu merupakan media yang diciptakan untuk memberi manfaat dan dampak positif bagi hidup kita. Jadi sayang sekali kalau media sebaik itu malah menimbulkan dampak yang negative hanya karena kita tidak menggunakannya dengan tepat.”

Penjelasan lainnya peneliti terima dari AP :

“Menurut saya jika kita tidak memahami literasi media, pasti akan ketinggalan jaman, apalagi di era digital saat ini, media sosial merupakan hal yang penting dan pasti dimiliki setiap individu karena dapat mengoptimalkan potensi komunikasi yang ada dikalangan masyarakat sehingga bermanfaat dan meningkatkan prestasi generasi muda dalam mencapai kesuksesan.”

LS juga memiliki pendapat pribadi mengenai pentingnya literasi media dalam bermedia sosial, seperti yang ia sampaikan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“Sangat penting literasi dalam bermedia sosial karna jika tak membaca dahulu apa yg sedang terjadi maka akan bisa menyebabkan kesalah pahaman. Dalam bermedia sosial tak perlu punya kemampuan yg khusus untuk memainkannya, cukup hanya menjadi pintar dalam menelaah berita “

Menurut RAF sendiri saat ini informasi-informasi yang tersebar di media sosial tidak bisa dikatakan sepenuhnya benar. Oleh sebab itu, RAF merasa tentu saja literasi media harus dimiliki oleh setiap individu. Berikut jawaban lengkap dari RAF :

“Menurut saya sangat penting setiap individu ada literasi dalam bermedia sosial di dalam dirinya, karena apapun yang pada saat ini tersebar di media sosial tidak bisa kita katakan bahwa sepenuhnya benar, kita sebagai remaja yang sudah dapat membedakan mana yang baik dan buruk harusnya dapat memilah apa yang sedang kita baca, lagi lagi perlu kebijaksanaan lebih untuk kita ber media sosial. Seharusnya di era yang seperti ini setiap kita harus meningkatkan literasi dalam penggunaan media sosial dan mengecek kebenarannya, tidak hanya melihat dari satu sisi saja,”

Selaras dengan subjek pada penelitian ini yaitu remaja di Pekanbaru. Maka, peneliti juga mengajukan pertanyaan berupa “Menurut anda bagaimana keadaan kemampuan literasi media para remaja khususnya di kota Pekanbaru?”. Pertanyaan ini peneliti ajukan demi mengumpulkan pandangan-pandangan dari remaja-remaja di Pekanbaru tentang keadaan literasi media di Pekanbaru.

Jawaban yang peneliti dapatkan melalui pertanyaan juga beragam. Beberapa informan merasa lingkungan remaja Pekanbaru disekitarnya

memiliki literasi media yang baik tetapi ada juga informan yang merasa bahwa keadaan literasi media remaja di Pekanbaru belum cukup baik.

Seperti yang disampaikan oleh LS :

“Sangat kurang karna remaja sekarang kadang malas membaca, hanya ingin perlu langsung ke intinya saja”

Pendapat serupa lainnya juga disampaikan oleh UH :

“Saya rasa sama seperti kota kota lainnya ya. Namanya juga remaja salah satunya saya kalau ada berita yang sedang panas kadang tanpa pikir panjang langsung percaya dan ikut menyebarkan bahkan terkadang ada beberapa orang yang sampai langsung menghujat orang lain tanpa mencari kebenaran. Tentu saja, bukan cuma remaja yang seperti itu.”

RAF juga memberikan pendapat nya mengenai keadaan literasi media para remaja di Pekanbaru. Walaupun ia menjelaskan kalau ia juga tidak terlalu mengetahui keadaan pasti literasi media para remaja di Pekanbaru tetapi ia berpendapat :

“Kalau ditanya literasi remaja di kota Pekanbaru saya kurang tau gimana"nya tapi yang saya lihat disekitar, sejauh ini menurut saya permasalahan utama kita adalah rendahnya literasi orang-orang seperti kemauan membaca, mencari tahu, dan belajar kalah jauh dengan kecepatan jari dalam berkomentar di media sosial dan juga menurut opini saya kemauan untuk intropeksi diri dan lapang dada saat menerima koreksi kalau seseorang salah masih kurang juga. karena rendahnya literasi seseorang salah sattu faktor yang membuat banyak orang sering gagal paham dalam menerima sebuah informasi yang beredar di media sosial.”

Berbeda dengan ketiga jawaban diatas, HK berpendapat :

“Karena saya berada di lingkungan pergaulan akademisi, maka remaja2 yg di sekitar saya hampir semuanya memiliki literasi media yang baik.”

Jawaban serupa juga disampaikan oleh AP :

“Bisa terbilang memadai dan mumpuni karna mereka pasti memiliki potensi komunikasi yang menimbulkan manfaat terhadap kesadaran masing” dalam menggunakan media sosial”

Kurangnya literasi media dalam menggunakan media sosial tentu saja dapat menyebabkan para pengguna nya terpapar efek negative dari media sosial. Karena, walaupun media sosial memiliki banyak dampak positif tetapi media sosial juga tentu saja memiliki dampak negatif. Hampir seluruh pengguna media sosial pernah merasakan dampak negative dari penggunaan media sosial ini, baik berdampak kecil maupun berdampak besar bagi kehidupannya.

Oleh sebab itu, peneliti menanyakan pertanyaan “Media sosial seperti contohnta Twitter tentu saja tidak hanya memiliki dampak positif tapi juga dampak negatif, pernahkah anda terpapar dampak negatif dari penggunaan media sosial? Jika ya, seperti apa dampak yang anda rasakan?”. RAF menjawab pertanyaan ini dengan :

“Pastinya pernah,mungkin dulu pada saat saya baru pertama kali mengakses media sosial ini ,saat masih duduk di bangku SMP. Saat itu saya yang masih belum bisa mencerna sebuah informasi dengan baik dan masih menelan mentah-mentah informasi yang sebenarnya belum valid benar adanya, untuk dampak yang saya rasakan mungkin lebih ke maraknya informasi hoax yang dulu pernah saya sebar, dan masalah juga tedampak dalam masalah kesehatan.”

Salah satu dampak negatif yang paling sering dialami oleh para pengguna media sosial adalah termakan dengan berita atau informasi-informasi hoaks. Sama seperti pengalaman yang pernah dialami oleh UH yang ia sampaikan melalui jawabannya :

“Pernah pastinya walaupun bukan dampak yang sangat berpengaruh gitu, tapi saya dan kayanya hampir semua orang pernah tertipu dengan berita berita hoax yang tersebar di media sosial bahkan saya pernah beberapa kali secara tidak sadar ikut menyebarkan berita palsu tersebut karena saya tidak meneliti dan mencari kebenaran berita tersebut sebelum ikut menyebarkannya”

Dampak negatif lainnya adalah banyaknya konten-konten yang sebenarnya tidak bermanfaat dan membuang-buang waktu kita yang seharusnya bisa dipakai untuk melakukan hal yang lebih bermanfaat. Seperti yang dikatakan oleh LS :

“Pernah, dampak yg saya rasakan dalam bermain Twitter yaitu membuang buang waktu saya dalam beraktivitas”

Begitupula yang disampaikan oleh HK yang mengaku pernah terpapar efek negatif dari penggunaan media sosial :

“Dampak negatif yang saya rasakan adalah banyaknya konten negative yang saya konsumsi.”

Setelah melakukan wawancara dengan para informan peneliti menemukan ada 6 tahapan yang dilakukan oleh para informan dalam menerapkan literasi media pada kehidupan bermedia sosial. 6 tahapan ini antara lain membaca, mencerna, memverifikasi, menyebarkan, mengimplementasikan, dan mengklarifikasi. Hal ini peneliti dapatkan melalui pertanyaan “Tahapan literasi media apa saja yang anda lakukan ketika menerima informasi pada media sosial?”

Walaupun tidak semua informan melakukan ke-6 tahapan ini tetapi tahapan ini adalah tahapan-tahapan yang umum dilakukan. Salah satu

informan pada penelitian ini yaitu HK mengaku melakukan ke-6 tahapan tersebut. Hal ini ia sampaikan melalui jawabannya :

“Hal yang akan saya lakukan adalah tentu saja membaca dan mencerna informasi yang saya terima tersebut dengan sebaik-baiknya karena kalau saya tidak membaca informasi tersebut dengan cermat dan tidak mencernanya terlebih dahulu takutnya akan ada kesalahpahaman. Setelah saya mengerti isi dari informasi nya saya harus memverifikasi informasi tersebut, apakah informasi tersebut akurat atau tidak. Setelah saya yakin barulah saya bisa mengimplementasikannya ke kehidupan saya atau mungkin menyebarkan nya ke khalayak ramai. Tapi, kalau ternyata informasi tersebut tidak akurat maka sebisa mungkin saya akan mengklarifikasikan nya disertai dengan informasi yang lebih akurat.”

RAF juga mnegaku melakukan hampir seluruh tahapan-tahapan yang telah disebutkan di atas. Ia menjelaskan :

“ketika saya menerima informasi dari media sosial tentu saja saya akan membaca secara menyeluruh informasi tersebut tidak hanya sepenggal-sepenggal informasinya aja, kemudian saya akan memastikan apakah informasi tersebut dapat dipercaya, setelah itu barulah saya menerapkan informasi tersebut kekehidupan saya jika itu merupakan informasi yang berguna.”

Pendapat lainnya mengenai tahapan literasi media juga disampaikan oleh MAJ :

“Tahapan yang akan saya lakukan tentu saja membaca dengan cermat, setelah itu memverifikasi kebenaran dari informasi tersebut, kalau saya rasa itu akurat maka saya akan menyebarkan informasi tersebut atau saya dapat menggunakan informasi tersebut ke keseharian saya sendiri. Kalau ternyata informasi tersebut tidak valid maka saya akan menyampaikannya kepada orang-orang disekitar saya. Tentu saja itu saya lakukan dengan penjelasan-penjelasan yang relevan dan lebih akurat.”

Selain itu, juga terdapat informan yang hanya melakukan 3 tahapan saja dalam menerapkan literasi media ini, informan tersebut adalah LS :

“Tahapan yang saya lakukan adalah membaca, memastikan kebenarannya, lalu menyebarkannya.”

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan 5 orang informan di atas maka kesimpulan yang dapat peneliti tarik adalah bahwa hampir seluruh informan memiliki pengetahuan mendasar tentang literasi media. Ke-6 informan juga memiliki pendapat yang selaras tentang pentingnya literasi media dalam bermedia sosial. Walaupun dengan alasan dan penjelasan yang berbeda tetapi mereka sama-sama merasa bahwa literasi media merupakan hal yang sangat penting untuk dimiliki jika kita ingin menggunakan media sosial agar terhindar dari dampak negatif media sosial.

Melalui wawancara di atas pula dapat peneliti simpulkan bahwa remaja di Pekanbaru masih banyak yang tidak memiliki kemampuan literasi media yang baik. Dimana, para remaja di Pekanbaru masih malas untuk membaca dan menganalisis kembali informasi-informasi yang mereka terima di media sosial. Tetapi, tentu saja tidak semua remaja di Pekanbaru mengalami hal serupa. Khususnya para remaja-remaja yang berada di lingkungan akademis cenderung memiliki kemampuan literasi media yang lebih baik.

**c. Literasi Media Remaja di Pekanbaru Dalam Menanggapi Gerakan ‘*Twitter Please Do Your Magic*’**

Dalam menanggapi dan menerima informasi yang ada pada gerakan ‘*Twitter Please do Your Magic*’ diperlukan analisis lebih

mendalam dan kemampuan literasi media yang baik. Hal ini dikarenakan tidak ada yang dapat menjamin bahwa informasi-informasi yang diterima dari unggahan-unggahan yang ada pada gerakan ini seluruhnya benar.

Gerakan *'Twitter please do your magic'* merupakan gerakan yang dikenal oleh hampir seluruh pengguna Twitter sebagai wadah untuk meminta pertolongan. Tidak dapat dipungkiri, masih ada oknum-oknum yang memanfaatkan gerakan baik ini demi mendapat keuntungan pribadi dengan merugikan individu lain.

Peneliti ingin melihat bagaimana tanggapan para remaja di Pekanbaru dan bagaimana para remaja ini mencerna informasi-informasi yang mereka dapatkan melalui gerakan *'Twitter please do your magic'*. Untuk mengetahui hal ini maka peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang relevan kepada 6 orang informan yang telah peneliti tentukan sebelumnya.

Salah satu pertanyaan yang peneliti ajukan adalah “Menurut anda apakah di gerakan Twitter please do your magic terdapat hoaks atau penipuan? Berikan contoh yang pernah anda lihat.”. Ada banyak variasi jawaban yang peneliti terima melalui pertanyaan ini tetapi semuanya setuju berpendapat bahwa dalam gerakan ini memungkinkan adanya berita hoaks dan peneipuan yang dilakukan oleh beberapa oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Seperti yang disampaikan oleh RAF :

“Tidak semua gerakan twitter please do your magic terdapat hoaks ataupun penipuan, tapi ada beberapa oknum yang menyalahgunakan gerakan ini untuk mendapatkan sebuah keuntungan, contohnya pada salah satu oknum yang tweet

mengenai jualan orang tua nya, ternyata setelah diselidiki ia mengambil foto yang ada di pinterest, dan beberapa orang sudah ada yang memberikan bantuan berupa uang tunai.”

MAJ juga berpendapat bahwa pasti ada saja oknum yang akan menyalahgunakan gerakan baik seperti gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ ini. Hal ini ia sampaikan melalui jawabannya :

“Bagi saya bisa saja terjadi. Tetapi, saya lumayan jarang ya ngeliatin gerakan ini jadi saya gabisa kasih contohnya. Bagi saya, gerakan ini bisa dimanipulasi dan bisa menjadi jalan orang untuk melakukan kejahatan seperti penipuan. Karena, gerakan ini kan biasanya dipakai untuk mencari bantuan jadi pasti ada saja oknum yang menyalahgunakan gerakan ini.”

UH juga berpendapat bahwa :

“Tentu saja ada ya, karena memang gerakan ini bisa jadi sasaran empuk buat orang-orang yang mau melakukan penipuan dan memang sudah ada beberapa kasus penipuan di gerakan *twitter please do your magic* ini.”

Pengalaman lainnya juga pernah dialami oleh HK, dimana ia pernah melihat sebuah kasus penipuan yang menggunakan gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ ini. Ia menjelaskan bahwa :

“Iya ada, contoh yang pernah saya lihat adalah ada suatu akun yang saya sudah lupa nama pengguna nya tetapi ia membagikan sebuah unggahan dimana didalam unggahan tersebut terdapat foto dan informasi yang mengatakan bahwa ada seorang anak yang kemasukan kelabang kedalam telinga nya dan membutuhkan duit secepatnya untuk melakukan pengobatan. Pemilik akun juga menambahkan informasi tentang nomor rekening nya agar pengguna Twitter dapat memberikan donasi melalui rekening tersebut. Dan, setelah di cek oleh pengguna Twitter lainnya no rekening yang di *claim* sebagai nomor rekening ibu dari anak tersebut ternyata atas nama seorang laki-laki dan setelah di riset lagi ternyata foto-foto tersebut diambil dari berita tahun-tahun sebelumnya.”

LS mengaku bahwa ia belum pernah melihat kasus penipuan yang terjadi di gerakan ini tetapi ia percaya bahwa hal itu memungkinkan untuk terjadi. Berikut jawaban yang dipaparkan oleh LS :

“ Walaupun saya belum pernah melihat penipuan di gerakan ini tapi kemungkinan nya pasti ada.”

Adanya penipuan yang dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab ini malah membuat para pengguna Twitter tidak menanggapi dan enggan untuk menolong orang-orang yang memang membutuhkan pertolongan. Salah satu hal yang dapat mencegah kita dari penipuan-penipuan ini adalah Literasi media. Peneliti menanyakan pertanyaan seupa kepada para informan dengan pertanyaan “Apakah literasi media dapat mencegah kamu dari penipuan tersebut?”

Para informan-informan pada penelitian ini memberi pendapat yang hampir sama yaitu mereka setuju kalau literasi media dapat mencegah mereka dari penipuan tersebut. Hal ini salah satunya disampaikan oleh UH :

“Iya bisa. Karena kalau kemampuan literasi media kita bagus maka kita pasti lebih teliti lagi saat menerima informasi.”

HK juga menyetujui jika literasi media dapat mencegahnya dari penipuan-penipuan yang ada pada gerakan ini. Ia menjelaskan :

“Saya rasa literasi media tentu dapat mencegah kita agar terhindar dari hoaks-hoaks dan orang-orang tak bertanggung jawab yang menggunakan media-media sosial untuk menipu dan mengambil keuntungan dengan merugikan orang lain. Karena, dengan literasi media kita dapat membedakan informasi yang sekiranya bermanfaat dan betul-betul perlu diberi perhatian atau mana informasi yang sekiranya tidak *valid* dan tidak bertanggung jawab.”

MAJ berpendapat bahwa literasi media dapat mencegah kita dari penipuan tetapi hal tersebut juga tergantung dari individu masing-masing.

Hal ini ia sampaikan melalui jawabannya :

“Literasi media tentu saja bisa mencegah nya tetapi balik lagi ke individu nya apakah individu tersebut dapat mengaplikasikan literasi media ini dengan baik atau tidak.”

LS juga berpendapat bahwa :

“Tentu saja. Malah literasi media merupakan faktor terpenting agar kita dapat terhindar dari penipuan yang ada di sosial media.”

Jawaban lainnya berasal dari AP :

“Membantu, jadi bisa tau apakah unggahan tersebut merupakan penipuan apa bukan”

Karena banyaknya penipuan yang terjadi di gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ ini maka kita harus memastikan terlebih dahulu apakah informasi tersebut valid dan bukan merupakan penipuan. Ada berbagai macam cara yang dapat dilakukan dalam memastikan apakah informasi tersebut bukan hoaks atau penipuan. Hal ini tentu saja berbeda-beda tergantung pada individu masing-masing.

Oleh sebab itu untuk mengetahui bagaimana cara para informan dalam memastikan apakah informasi yang mereka terima melalui gerakan ini bukan hoaks atau penipuan peneliti mengajukan pertanyaan “Apa yang dapat kamu lakukan untuk memastikan apakah informasi yang tersebar di gerakan ini bukan hoaks atau penipuan?”

Ada beberapa metode yang dapat dilakukan menurut para informan-informan tersebut. Salah satunya adalah seperti yang disampaikan oleh HK :

“Banyak yang bisa dilakukan. Salah satunya dengan melakukan riset dan *crosscheck* atas informasi-informasi tersebut. Tetapi, jujur saya sendiri jarang melakukan hal tersebut saya hanya membaca

komentar-komentar dari orang-orang yang saya rasa lebih ahli daripada saya.”

RAF juga memiliki metode nya sendiri dalam menentukan validitas dari informasi-informasi yang ia terima, yaitu :

“Tentunya harus research terlebih dahulu dan memastikan apakah tweet yang di sebarakan itu benar atau tidak, dan membaca dengan teliti.”

Pendapat lainnya disampaikan oleh UH :

“Yang penting jangan langsung menyebarkan atau malah memberi bantuan kepada gerakan tersebut, walaupun niatnya pasti baik karena mau membantu tapi mendingan di cek dulu kebenarannya. Yang paling gampang sih caranya lihat foto atau bukti yang disertakan setelah itu lihat juga respon akun-akun lainnya.”

Jawaban yang peneliti terima saat melakukan wawancara dengan MAJ juga tidak jauh berbeda. MAJ mengatakan bahwa :

“Kalau saya memastikan apakah informasi ini hoaks atau tidak dengan cara memantau dulu selama beberapa hari. Ada atau tidak komentar orang yang mencurigai gerakan ini.”

AP yang merupakan salah satu informan pada penelitian ini juga memberikan pendapat nya :

“Cari lebih dalam mengenai berita tersebut disertai bukti agar tidak terpengaruh hanya dengan komenan netizen saja”

Selanjutnya peneliti juga mengajukan pertanyaan “Apa yang dapat kamu lakukan jika ternyata informasi yang tersebar tersebut merupakan hoaks/penipuan?” kepada para informan. Pertanyaan ini peneliti ajukan untuk mengetahui respon seperti apa yang akan informan berikan jika ia mendapati bahwa informasi yang ia terima merupakan hoaks atau penipuan. LS menjawab pertanyaan ini dengan :

“Menyebarkan informasi kalau unggahan tersebut adalah penipuan kepada pengguna Twitter lainnya.”

Hal serupa juga dilakukan oleh HK, dimana ia menjelaskan :

“Bila ternyata informasi tersebut ternyata penipuan maka saya akan memberi tau kepada teman-teman terdekat saya atau orang-orang disekitar saya agar semoga mereka tidak termakan oleh berita hoaks tersebut.”

Jawaban dari ke-6 informan memang tidak jauh berbeda. Mereka mengatakan bahwa hal pertama yang akan mereka akan lakukan adalah memberikan informasi bahwa unggahan tersebut merupakan penipuan kepada pengguna Twitter lainnya. UH juga menambahkan metode tambahan lainnya yang memungkinkan untuk dilakukan, yaitu :

“Mungkin kita bisa bantu *report* unggahan dan akun tersebut terus kita beri komentar di postingan tersebut kalau informasi tersebut hoaks dan kalau bisa disertakan dengan penjelasan dan alasan kenapa kita menganggap kalau informasi tersebut adalah hoaks.”

RAF juga mengaku akan melakukan hal serupa jika ia mengetahui bahwa informasi yang ia terima merupakan penipuan. Ia menjelaskan bahwa :

“Yang pastinya stop menyebarkan informasi tersebut seperti retweet, like dll, dan harus report tweet tersebut.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa walaupun gerakan '*Twitter please do your magic*' merupakan gerakan yang bertujuan baik dan diharapkan dapat memberikan dampak positif tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa ada beberapa oknum-oknum yang menyalahgunakan gerakan baik ini untuk melakukan kegiatan penipuan dan menyebarkan informasi palsu.

Demi mencegah penipuan ini terjadi maka sangat diperlukan literasi media karena dengan literasi media kita dapat membedakan dan menganalisis terlebih dahulu informasi mana yang valid dan informasi mana yang merupakan informasi palsu. Dalam memastikan validitas informasi tersebut pun ada berbagai macam metode yang dapat dilakukan. Seperti contohnya menganalisis bukti dan informasi yang diunggah apakah ada kejanggalan dari informasi tersebut, atau kita juga dapat melihat dan membaca komentar-komentar yang diberikan oleh orang-orang yang lebih ahli dan lebih mengetahui tentang informasi tersebut.

Jika ternyata kita mengetahui bahwa informasi tersebut merupakan penipuan maka kita harus memberitahukan bahwa informasi tersebut merupakan penipuan kepada orang-orang terdekat dan para pengguna Twitter lainnya dengan cara *meretweet* atau memberi komentar pada unggahan tersebut dengan penjelasan dan alasan mengapa kita menganggap bahwa unggahan tersebut palsu. Hal lainnya yang setidaknya dapat kita lakukan adalah *me-report* unggahan tersebut dengan harapan Twitter akan menghapus unggahan tersebut.

Melalui observasi yang telah peneliti lakukan peneliti menemukan salah satu contoh kasus penipuan yang terjadi pada gerakan '*Twitter please do your magic*'. Dimana salah satu akun Twitter dengan nama pengguna @grumpysfd menyebarkan sebuah unggahan yang berisi cerita tentang ibunya yang baru saja ditipu pelanggan fiktif dan mengharapkan agar pengguna Twitter lainnya memberi donasi kepada ia dan ibunya.

Gambar 2.11 salah satu unggahan penipuan di gerakan ‘*Twitter please do your magic*’



Sumber : akun Twitter @grumpysfd

Gambar 2.15 merupakan salah satu contoh unggahan penipuan yang ada pada gerakan ‘*Twitter please do your magic*’. Pada unggahan tersebut dapat dilihat bahwa akun dengan nama pengguna @grumpysfd menceritakan tentang ibunya yang baru saja ditipu, diikuti dengan beberapa foto-foto kue yang ia akui sebagai foto kue buatan dari ibunya.

Tetapi setelah ditelusuri lebih dalam, ternyata unggahan tersebut merupakan penipuan. Dimana cerita tersebut sebenarnya tidak pernah terjadi dan foto-foto yang ia sebarakan merupakan foto-foto yang berasal dari Pinterest. Hal ini dapat diketahui karena beberapa pengguna Twitter lainnya menemukan kejanggalan di unggahan tersebut.

Gambar 2.12 Unggahan penjelasan tentang penipuan pada gerakan *'Twitter please do your magic'*



Sumber : Akun Twitter @millaaoktaviaa

Pada gambar 2.16 diperlihatkan sebuah unggahan yang mengatakan bahwa unggahan dari akun @grumpysfd merupakan sebuah penipuan. Unggahan dari akun @millaaoktaviaa ini juga disertai dengan penjelasan-penjelasan mengapa ia menganggap bahwa unggahan tersebut adalah penipuan.

Setelah unggahan tersebut mulai ramai direspon oleh pengguna-pengguna Twitter lainnya, para pengguna Twitter lainnya juga mulai ikut *me-retweet* dan menyebarkan informasi mengenai penipuan yang telah dilakukan oleh akun @grumpysfd.

Gambar 2.13 Respon pengguna Twitter terhadap penipuan di gerakan ‘*Twitter*

*please do your magic*’



Sumber : Akun Twitter @rozirozuru

Gambar 2.17 merupakan salah satu metode yang dapat dilakukan oleh pengguna Twitter ketika mendapati bahwa salah satu unggahan di gerakan ‘*Twitter please do your magic*’ merupakan penipuan. Akun dengan nama pengguna @rozirozuru ikut menyebarkan *tweet* yang menjelaskan bahwa unggahan tersebut merupakan penipuan dan mengharapkan agar pengguna Twitter lainnya dapat lebih berhati-hati.

### C. PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti akan menganalisis literasi media remaja di Pekanbaru melalui gerakan ‘*Twitter Please Do Your Magic*’. Dalam bab pembahasan penelitian ini peneliti akan menjabarkan tentang gerakan

'*Twitter Please Do Your Magic*' dan Literasi media remaja di Pekanbaru melalui gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*' ini.

a. Gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*'.

Gerakan *Twitter Please Do Your Magic* merupakan gerakan yang terkenal di media sosial Twitter. Gerakan ini merupakan wadah yang disediakan bagi para pengguna Twitter untuk mencari simpati dan meminta pertolongan kepada pengguna Twitter lainnya.

Twitter memungkinkan penggunanya untuk lebih menemukan kumpulan unggahan-unggahan dengan *keyword* tertentu. Pengguna hanya perlu mengetik *keyword* tersebut lalu akan muncul kumpulan unggahan-unggahan yang menggunakan *keyword* tersebut pada unggahan mereka. Salah satu *keyword* yang sering digunakan di Twitter adalah '*Twitter Please Do Your Magic*'.

Gerakan ini digunakan oleh segala kalangan dari berbagai daerah di Indonesia sejak tahun 2019. Bermula dari salah satu unggahan yang meminta pertolongan dana untuk bencana alam di Palu dan Donggala, hingga akhirnya gerakan ini menjadi *viral* dan banyak diikuti oleh pengguna Twitter lainnya.

Bantuan yang dapat diberikan oleh pengguna Twitter lainnya tidak hanya harus berupa dana tetapi juga dapat diberikan dengan cara menyebarkan unggahan tersebut menggunakan fitur yang telah disediakan oleh Twitter yaitu fitur '*re-tweet*'.

Melalui wawancara dan observasi yang telah peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa sebagian besar pengguna Twitter pasti mengetahui dan mengenal gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*'.ini. Beberapa dari mereka juga sering aktif mengikuti kasus-kasus yang ada di gerakan ini. Bahkan, tidak jarang mereka memutuskan untuk ikut membantu baik berupa *retweet* atau memberi bantuan dana. Seperti penuturan dari salah satu informan yaitu LS yang menjelaskan bahwa ia pernah ikut memberikan bantuan dana pada salah satu kasus yang ia temui di gerakan ini.

Gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*'. Merupakan gerakan yang memiliki banyak sekali manfaat positif karena gerakan ini sejak awal diciptakan agar dapat membantu orang-orang yang sedang membutuhkan bantuan. Dengan adanya gerakan ini mereka dapat lebih mudah mencapai khalayak ramai.

Tetapi, tidak dapat dipungkiri juga bahwa masih ada beberapa oknum-oknum yang menyalahgunakan gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*'. Ini untuk melakukan tindak kejahatan seperti penipuan.

Beberapa informan pada penelitian ini mengaku juga pernah menemui kasus penipuan yang ada di gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*'. Ini. Karena banyaknya oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab ini maka diperlukanlah literasi media agar kita dapat terhindar dari penipuan-penipuan tersebut.

- b. Literasi media remaja di Pekanbaru melalui gerakan '*Twitter Please Do Your Magic*' ini.

Literasi media merupakan kemampuan seseorang dalam menggunakan media sosial, hal ini mencakup kemampuan dalam menerima, mencerna, dan menganalisis informasi yang kita terima melalui media-media dalam hal ini khususnya media sosial. Hal ini berkenaan dengan pendapat Potter tentang literasi media, dimana ia menganggap bahwa literasi media merupakan perspektif pengguna media saat mengakses sebuah media dan menginterpretasikan informasi yang didapatkan (Potter, 2011)

Literasi media merupakan suatu hal yang seharusnya harus dipahami oleh seluruh pengguna media dalam hal ini media sosial. Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan dapat terlihat bahwa para informan sudah cukup memahami pengetahuan mendasar tentang Literasi media.

Secara teoritis, Literasi media dibedakan menjadi 3 tingkatan, yaitu (1) Awal, (2) Menengah, dan (3) Lanjut. (Istiyanto, 2019) Dimana tingkatan awal pada literasi media berarti pengguna telah mengenal media media tersebut, terutama pada bagian efek positif dan negatif yang dapat diterima melalui media. Tingkat menengah berarti pengguna media telah menumbuhkan kecakapan dalam menggunakan media dan memahami pesan yang disebarkan melalui media. Dan, tingkat lanjutan berarti literasi media telah

melahirkan *output* kecakapan memahami media yang lengkap hingga pada tahap produksi pesan, struktur pengetahuan terhadap media yang relative lengkap, dan pemahaman kritis pada level aksi, seperti memberi kritik dan masukan pada media. (Ratna Amelia, 2015)

Berdasarkan wawancara dengan ke-6 informan dapat peneliti simpulkan bahwa 6 orang informan pada penelitian ini berada pada tingkatan menengah. Hal ini dapat peneliti simpulkan karena berdasarkan hasil wawancara tidak hanya mereka memahami pengertian dan penjelasan mengenai Literasi media tetapi mereka juga memahami akan pentingnya literasi media dalam kehidupan bermedia sosial.

Tetapi walaupun mereka mengetahui dan memahami literasi media dan pentingnya literasi media, para informan pada penelitian ini masih tidak selalu mengaplikasikan literasi media pada kehidupan mereka. Oleh sebab itu menurut peneliti ke-6 informan ini masih belum mencapai tingkat lanjutan.

**Table 5 Tingkatan literasi media informan**

No	Informan	Tingkatan
1	Informan 1 (RAF)	Menengah
2	Informan 2 (MAJ)	Menengah

3	Informan 3 (UH)	Menengah
4	Informan 4 (HK)	Menengah
5	Informan 5 (LS)	Menengah
6	Informan 6 (AP)	Menengah

Dalam menerapkan literasi media terdapat beberapa tahapan yang dapat dilakukan. Melalui wawancara yang peneliti lakukan menurut informan-informan pada penelitian ini mereka melakukan setidaknya 6 tahapan, yaitu :

1) Membaca

Tahapan ini merupakan tahapan awal yang tentu saja dilakukan oleh hampir semua orang yang menerima informasi pada media sosial. Dimana pada tahapan ini para pengguna media sosial akan membaca secara menyeluruh informasi yang disebarkan. Memang, tidak jarang beberapa orang hanya membaca setengah dari informasi yang disebarkan. Hal ini lah yang dapat memicu penyebaran berita palsu di media sosial. Oleh sebab itu tahapan ini merupakan tahapan yang sangat penting untuk dilakukan. Dari 6 orang informan yang peneliti wawancarai semua informan mengaku melakukan tahapan ini.

## 2) Mencerna

Pada tahapan ini pengguna media akan mencerna secara hati-hati maksud dari isi informasi yang mereka terima. Karena, sebuah informasi dapat menyebabkan kesalahpahaman jika kita tidak mencernanya dengan baik. Banyak pengguna media yang menyepelekan dan melewatkan tahapan ini padahal tahapan ini tidak kalah pentingnya dengan tahapan lainnya. melalui wawancara yang telah peneliti lakukan terdapat 2 orang informan yang melakukan tahapan ini.

## 3) Memverifikasi

Pada tahapan ini pengguna media diharapkan memastikan kebenaran dan keabsahan data dan informasi yang telah diterima. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan dalam memverifikasi informasi seperti mengecek tanggapan pengguna lain melalui kolom komentar atau mencari informasi yang relevan melalui sumber yang lebih terpercaya. Tahapan ini tentu saja sangat penting agar menghindari tersebarnya berita hoaks dan penipuan. Menurut ke-6 informan pada penelitian ini mereka semua melakukan tahapan ini ketika menerima informasi melalui media sosial.

#### 4) Membagikan

Setelah kita yakin akan kebenaran dari informasi yang kita terima maka kita boleh melanjutkan ke tahapan selanjutnya yaitu membagikan informasi tersebut kepada orang-orang terdekat atau pengguna media lainnya. ke-6 informan pada penelitian ini juga mengaku sering menyebarkan informasi yang mereka dapatkan melalui media sosial kepada orang-orang disekitar mereka.

#### 5) Mengimplementasikan

Selain menyebarkan informasi yang telah di dapatkan melalui media sosial para pengguna media juga dapat mengimplementasikan atau menerapkan informasi tersebut ke kehidupan sehari-hari nya jika informasi tersebut dirasa dapat berguna pada kehidupannya. Baik secara sadar maupun tidak sadar pengguna media pasti pernah menerapkan informasi yang didapatkan melalui media sosial.

#### 6) Mengklarifikasi

Tahapan ini merupakan tahapan antisipasi jika informasi yang diterima merupakan informasi palsu atau berita hoaks. Dimana pada tahapan iini ketika kita sudah menyebarkan sebuah informasi lalu setelah itu baru mengetahui jika

informasi tersebut salah maka kita sebaiknya memberitahu kepada orang-orang yang telah kita sebarkan informasi tersebut bahwa informasi itu salah dan menyebarkan kembali informasi yang benar. Tidak semua pengguna media bersedia untuk melakukan tahapan ini. Tidak jarang para pengguna media bersikap tidak acuh. Dari 6 orang informan yang peneliti wawancarai hanya 2 orang informan yang melakukan tahapan literasi media ini.

**Table 6 Tahapan Literasi Media**



Pada tabel 2.2 dapat dilihat bahwa ada 6 tahapan literasi media yang digunakan para informan pada penelitian ini ketika menggunakan media sosial. Tahapan – tahapan yang telah dijelaskan diatas merupakan beberapa tahapan yang umumnya dan sebaiknya dilakukan oleh para pengguna media dalam menerapkan

literasi media. Ke-6 tahapan di atas sejalan dengan model literasi media yang dijelaskan oleh Potter. Model ini sering juga disebut dengan *'The Cognitive Model of Media Literacy'*

**Gambar 2.14** *The Cognitive Model of Media Literacy*



Sumber : Potter (2011)

Gambar 2.18 merupakan tahapan dari literasi media menurut Potter yang dituangkan dalam *The Cognitive Model of Media Literacy*. Jika pada penelitian ini terdapat 6 tahapan maka pada model literasi media dari Potter hanya terdapat 3 tahapan yaitu *Filtering* (menyaring informasi), *Meaning Matching* (pencocokan makna dari informasi tersebut/mencerna), dan *Meaning Construction* (pembangunan makna dari informasi).

Tahapan-tahapan ini sangat penting untuk diterapkan dalam menerima informasi melalui media sosial. Salah satunya saat kita ingin menerima informasi melalui gerakan *'Twitter Please Do your Magic'* karena walaupun gerakan ini merupakan gerakan yang diciptakan dengan maksud baik tapi tidak dapat dipungkiri bahwa

masih banyak oknum-oknum yang menggunakan gerakan ‘*Twitter Please Do your Magic*’ ini untuk melakukan penipuan.

Para informan juga sadar jika pada gerakan ‘*Twitter Please Do your Magic*’ ini memungkinkan untuk dilakukannya penipuan. Beberapa informan juga pernah melihat dan membaca sendiri beberapa kasus penipuan yang pernah terjadi pada gerakan ini. Memverifikasi kebenaran informasi pada gerakan ini merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan.

Menurut ke-6 informan ada beberapa metode yang dapat dilakukan dalam memverifikasi kebenaran dari informasi tersebut yaitu dengan melihat dan membaca komentar-komentar dari pengguna Twitter lainnya, mencari penjelasan lebih lanjut mengenai informasi tersebut di media sosial lainnya atau melalui Google, dan juga pengguna dapat memperhatikan kejanggalan-kejanggalan yang mungkin ada pada unggahan tersebut.

Para informan juga menjelaskan setelah mereka menemukan fakta bahwa unggahan tersebut merupakan penipuan maka hal yang dapat mereka lakukan adalah dengan *me-report* unggahan tersebut, memberi komentar pada postingan tersebut atau *me-retweet* unggahan tersebut disertai dengan penjelasan bahwa unggahan tersebut merupakan penipuan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai literasi media remaja melalui gerakan '*twitter please do your magic*' yang telah peneliti lakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa tingkatan literasi media remaja di Pekanbaru berada pada tingkatan menengah. Dimana mayoritas remaja di Pekanbaru sudah mengenal dan mengerti tentang makna dari literasi media. Tidak hanya itu saja, mereka juga paham mengenai pentingnya literasi media ini dalam bermedia sosial. Hal ini didapatkan dari hasil wawancara dan analisa yang telah peneliti lakukan. Dimana, dari 6 orang informan ke-6 informan tersebut digolongkan ke tingkatan menengah. Dimana dalam mengakses informasi yang berasal dari gerakan '*twitter please do your magic*' yang masih terdapat beberapa kasus penipuan di dalamnya ke-6 informan melakukan literasi media dalam 6 tahapan yaitu membaca, mencerna, memverifikasi, menyebarkan, mengimplementasikan dan mengklarifikasi.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan 6 orang informan yang telah peneliti tentukan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

### 1. Saran Praktis

- a. Setiap individu khususnya remaja yang merupakan pengguna aktif media sosial diharapkan memiliki kemampuan literasi media yang mumpuni. Hal ini diperlukan, agar para pengguna media sosial dapat lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial.
- b. Pengguna Twitter harus lebih berhati-hati lagi dalam menggunakan dan mengakses informasi yang ada di Twitter. Khususnya pada gerakann-gerakan seperti '*twitter please do your magic*' ini. Diharapkan para penggunanya dapat memanfaatkan gerakan mulia ini dengan lebih baik agar dapat membantu lebih banyak orang.

### 2. Saran Akademisi

- a. Peneliti berharap akan tetap ada orang-orang yang melakukan penelitian mengenai literasi media khususnya pada remaja di masa yang akan datang. Karena seiring dengan perkembangan zaman yang sangat cepat maka

keadaan literasi media tiap orang akan ikut dipengaruhi juga



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- Ahmadi, Rulam. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Mc. Quail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Potter, W. James. (2011). *Media Literacy. Fifth Edition*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Silverblatt, A. (2007). *Media Literacy, Keys to Interpreting Media Messages*. Westport: Praeger.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

### JURNAL :

- Bachri, B. S. (2010). *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.

- Damayanti, R. P. (2021). *Pengaruh kalimat “ twitter please do your magic ” terhadap sikap pengguna twitter* (Vol. 3, Issue 1).
- Fatmawati. (2019). *Fenomenologi Literasi Media Pada Remaja Di Kota Pekanbaru Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Kebanyakan kegiatan Pendidikan Literasi Media di Indonesia belum memiliki konsistensi yang*. 3, 12–22.
- Fauzi, M. (2017). Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin. *Pascasarjana Unhas, Ii*, 43–57.
- Handayani, shinta sri. (2018). regulasi emosi pada penggunaan media sosial. *ETH Zürich: Research Collection*, 437(01), 12–19.
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02(1998), 1–11.
- Istiyanto, S. dan B. (2019). *MODEL LITERASI MEDIA SOSIAL BAGI MAHASISWA*.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66.
- Nurhadi, Z. F. (2017). Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 539.
- Pramiyanti, A., Putri, I. P., & Nureni, R. (2014). Motif Remaja Dalam

Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung). In *KomuniTi: Vol. VI* (Issue 2).

Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).

Rani, D., & Setiawati, D. (n.d.). *Penyajian Jurnalistik Online Infobdg Untuk Menjadi Sumber Informasi Kredibel*.

Ratna Amelia, C. (2015). Literasi Media, Upaya Cerdas Dalam Mengkonsumsi Tayangan Televisi. In *Capture* (Vol. 7, Issue 1, pp. 26–36).

Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. In *Jurnal Ilmiah Matrik* (Vol. 16, Issue 1).

Silverblatt. (2007). *Media Literacy, Keys to Interpreting Media Messages*.

Zukhrufillah, I. (2018). Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 102.