

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

TNI (Tentara Nasional Indonesia) sebagai institusi yang memiliki peran penting dalam menjaga keamanan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dari berbagai tekanan. Untuk diketahui, TNI merupakan perkembangan organisasi yang berawal dari Badan Keamanan Rakyat (BKR). Selanjutnya pada tanggal 5 Oktober 1945 menjadi Tentara Keamanan Rakyat (TKR), dan untuk memperbaiki susunan yang sesuai dengan dasar militer international, dirubah menjadi Tentara Republik Indonesia (TRI).

Dalam perkembangan selanjutnya usaha pemerintah untuk menyempurnakan tentara kebangsaan terus berjalan, seraya bertempur dan berjuang untuk tegaknya kedaulatan dan kemerdekaan bangsa. Untuk mempersatukan dua kekuatan bersenjata yaitu TRI sebagai tentara regular dan badan-badan perjuangan rakyat, maka pada tanggal 3 Juni 1947 Presiden mengesahkan dengan resmi berdirinya Tentara Nasional Indonesia (TNI) (dikutip pada halaman <http://www.tni.mil.id> pada tanggal 5 Agustus 2017).

Di masa sekarang ini, TNI banyak mendapat perhatian khusus dari masyarakat mulai yang pro mendukung gerakan dan kegiatan dari TNI maupun yang kontra dengan sikap oknum-oknum TNI yang dirasakan mempunyai tingkat

arogansi yang tinggi dalam menghadapi masyarakat bahkan tak jarang masyarakat mengecam sikap dari oknum TNI tersebut.

Banyak kasus yang beredar di masyarakat dan juga media massa mengenai sikap oknum anggota TNI yang kerap memunculkan sikap arogansi, seperti yang terjadi di Medan, penganiayaan yang dilakukan oleh Oknum TNI AU yang sebelumnya dterjadi bentrokan yang dipicu oleh TNI dan warga yang merasa dirugikan oleh pihak TNI dalam sengketa tanah sehingga memakan 9 warga luka serta 2 orang wartawan yang tak luput dari kekerasan oleh oknum TNI (dikutip dalam halaman <http://regional.kompas.com/read/2016/08/15/20382041/warga.medan.bentrok.dengan.tni.au.11.orang.terluka.termasuk.jurnalis> pada tanggal 5 Agustus 2017).

Di balik sikap-sikap arogansi oknum TNI AU tersebut, terdapat kepercayaan positif yang terbentuk di masyarakat melalui pola-pola komunikasi yang dibangun oleh TNI AU, baik secara personal maupun dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, salah satu diantaranya yaitu melalui media sosial. Dikatakan Effendy, untuk mencapai tujuan dalam penyampaian pesan komunikasi, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) dapat berbeda sewaktu - waktu bergantung dari situasi dan kondisi (Effendy, 2003:301).

Komunikasi tidak pernah lepas dari perkembangan kehidupan manusia. Untuk bertahan hidup bahkan melewati evolusi kehidupannya manusia sangat

memerlukan komunikasi. Komunikasilah yang membantu manusia membangun peradabannya. Seiring dengan era teknologi informasi yang terus berkembang seperti saat ini, pola komunikasi yang terjadi antara individu semakin berkembang pula. Hal ini tidak terlepas dari penggunaan teknologi komunikasi yang membantu manusia dalam berkomunikasi. Pada tahapan ini terlihat bahwa penggunaan teknologi komunikasi yang semakin canggih membuat perubahan besar pula bagi komunikasi manusia itu sendiri. Salah satu teknologi komunikasi yang merubah wajah dari komunikasi adalah internet.

Besarnya kekuatan internet mampu melahirkan akses komunikasi yang semakin mudah dan pintar di jaman sekarang hasil yang sangat dekat dengan masyarakat adalah media sosial. Media sosial pada dasarnya merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi *web* baru berbasis *internet*, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online* (Zarella, 2010: 2-3).

Twitter merupakan suatu situs web yang merupakan layanan dari *microblog*, yaitu suatu bentuk blog yang membatasi ukuran setiap post-nya, yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk dapat menuliskan pesan dalam *twitter update* hanya berisi 140 karakter. *Twitter* merupakan salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara luas (Zarella, 2010: 31).

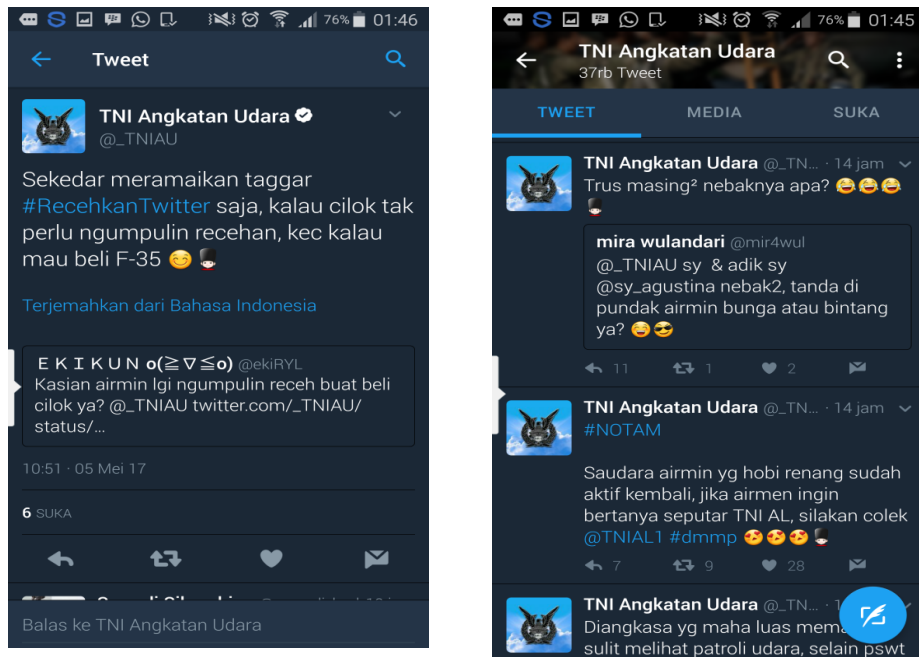
Hal tersebut menjadikan jumlah pengguna *Twitter* menjadi di puncak teratas pengguna internet di dunia. Menurut data yang dari situs SemioCast Dot Com, jumlah tweets di Indonesia sebanyak 19,5 juta orang. Jumlah tersebut menempati posisi kelima dunia setelah Amerika Serikat (sekitar 107 juta pengguna), Brasil (33 juta pengguna), Jepang (29 juta pengguna), dan Inggris (24 juta pengguna).

Sementara itu Indonesia menjadi negara ketiga terbanyak di dunia dalam menulis tweet, yakni sebesar 11,39%. Peringkat pertama diduduki Amerika Serikat dengan jumlah *tweet* sebanyak 27%, peringkat kedua dipegang Brazil dengan tweet sebesar 24 %. Peringkat ketiga, Inggris dengan 6%, dan Belanda sebesar 4%. Sementara itu, data yang dirilis situs *A World of Tweets Dot Com* untuk tingkat benua Asia, Indonesia di posisi pertama dengan meraih 53,97%, disusul Jepang 14,5%, Malaysia 8,96%, Korea Selatan 4,36% dan Turki 4,08% (sumber : <http://blog.ub.ac.id/dwiki/2012/03/10/>).

Jika mengacu pada penjelasan di atas pengguna *twitter* yang cukup besar di Indonesia memiliki dampak positif maupun negatif terhadap situasi bangsa. Dalam hal ini TNI AU memanfaatkan dampak positif dari *twitter* sebagai alat media komunikasi dengan khalayak.



Gambar 1.1 Akun Twitter @_TNIAU



Gambar 1.2 Gaya Penyampaian Pesan Komunikasi Interaktif yang Dibangun oleh akun twitter @_TNIAU

Jika dilihat dari tujuan dari dibangunnya gaya penyampaian pesan komunikasi interaktif tersebut seperti dikutip dalam halaman www.bbc.com, Kepala Dinas Penerangan (Kadispen) TNI AU Marsma Dwi Badarmanto mengatakan pendekatan pola komunikasi tersebut memang sengaja dilakukan. TNI AU mengajak (pengguna) untuk berbicara dengan santun, tanpa harus mencaci-maki, dan tanpa harus marah-marah. Marsma juga mengatakan akun *Twitter* TNI AU tersebut pada prinsipnya dibuat untuk mempublikasikan apa saja yang dikerjakan TNI dan agar mendapat respon balik dari netizen. (http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/03/160331_trensosial_tni_au, diakses pada tanggal 12 November 2016).

Ketertarikan masyarakat yang cukup besar terhadap media *twitter* turut dimanfaatkan oleh Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara (TNI AU) dengan membuat akun *twitter* @_TNIAU. Terdapat beberapa hal yang menjadi daya tarik akun *twitter* yang telah dibuat sejak tahun 2012 tersebut, salah satunya yaitu gaya penyampaian pesan komunikasi interaktif yang dibangun oleh akun @_TNIAU berbeda dengan akun-akun *twitter* lembaga Negara lainnya. Yaitu dengan menggunakan kalimat-kalimat yang tidak formal, dan lebih interaktif dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan masyarakat.

Selain itu juga, hingga Desember 2017 jumlah *followers* @TNI_AU telah mencapai angka 240.000 pengikut, yang jika dibandingkan dengan akun-akun institusi lainnya terpaut cukup jauh. Seperti akun @_TNIAL_ dengan jumlah *followers* 29.000, dan @TNI_AD yang memiliki *followers* 62.000. Dengan itu

maka akun @TNI_AU memiliki angka *followers* yang masih cukup tinggi dibandingkan dengan akun-akun institusi lainnya. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang opini *followers* terhadap gaya penyampaian pesan rwitter akun @_TNIAU pada tahun 2016-2017.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Opini *Followers* Terhadap gaya penyampaian Pesan *Twitter* Akun @_TNIAU pada Tahun 2016-2017?

C. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah mendeskripsikan opini followers terhadap gaya penyampaian pesan twitter akun @_TNIAU

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan gaysa penyampaian pesan komunikasi melalui media sosial twitter.

2. Manfaat Praktis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfungsi sebagai bahan informasi.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta bahan evaluasi bagi pihak TNI AU dalam menyampaikan pesan komunikasi melalui media twitter

E. Kerangka Teori

1. Opini

a. Pengertian Opini

Dijelaskan oleh West dan Turner suatu opini merupakan pernyataan dari sikap yang dapat berubah-ubah dalam hal intensitas maupun stabilitasnya (West dan Turner dalam Morissan,2013:526). Sedangkan jika mengacu pada pendapat Noelle-Neumann bahwa opini merupakan derajat persetujuan atau derajat kesepakatan dari suatu masyarakat tertentu. Maka dengan demikian opini dapat mengacu pada perasaan bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu.

Opini merupakan kata yang berarti tanggapan atau jawaban terhadap sesuatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, bisa juga berupa perilaku, sikap, tindakan, pandangan, dan tanggapan. Sedangkan pendapat lain mengatakan opini adalah ekspresi sikap dengan melalui jawaban positif untuk informan yang mendukung, jawaban netral dan negatif untuk jawaban yang tidak mendukung, artinya apabila seseorang beropini positif tandanya orang tersebut mendukung, dan apabila seseorang beropini negatif artinya orang tersebut menolak (Abdullah, 2001:14).

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi opini

Sebelum terbentuknya opini, terdapat beberapa hal yang menjadi faktor yang dapat mempengaruhi opini seperti yang dijelaskan Anwar Arifin yaitu :

1. Sejumlah orang menyadari suatu situasi dan masalah yang dianggap perlu dipecahkan. Maka orang-orang ini mencari beberapa alternatif sebagai pemecahan masalahnya, hal mana didasarkan pada fakta yang diperolehnya.

2. Beberapa alternatif lain sebagai saran pemecahan masalahnya diketemukan, sehingga terjadilah diskusi tentang kemungkinan penerimaan salah satu atau alternatif.

3. Pengambilan keputusan berdasarkan pilihan terhadap salah satu atau beberapa alternatif yang disetujui bersama melalui pelaksanaan keputusan yang telah diambil, terbentuklah suatu pengelompokan baru dan dipupuklah kesadaran kelompok.

4. Berdasarkan keputusan dirumuskanlah suatu perincian pelaksanaan dan tindakan dalam bentuk program sebagai konsep kerja yang mencari dukungannya lebih luas, bukan saja dalam kelompok yang telah menerimanya, akan tetapi juga di luarnya sehingga terjadilah diskusi secara menjaral di kelompok-kelompok lain (Arifin, 2010:96)

c .Tahap-tahap pembentukan opini

Asal mula pembentukan opini terletak dalam sebuah persoalan yang menimbulkan perselisihan yang memiliki potensi untuk berkembang menjadi isu yang akan menangkap perhatian orang banyak. Sebenarnya setiap orang memiliki keluhan dan harapan yang banyak menimbulkan perselisihan. Akan tetapi, seperti yang dikemukakan Davison, suatu isu mulai berakar hanya jika dikomunikasikan dari satu orang ke orang kedua, yang kemudian dilanjutkan dalam percakapan sendiri (Nimmo,2001:20) .

Suatu isu menjadi umum jika permasalahannya menyebabkan dampak negatif kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Tahap pertama pempublikasian sebuah layanan ialah munculnya *emoticon* pada media sosial yang

memiliki potensi menjadi isu. Yang kedua *emoticon* yang muncul pada media sosial tersebut menggambarkan sebuah budaya pada golongan yang tidak sesuai dengan norma-norma yang ada. Hal tersebut merangsang komunikasi melalui saluran massa, interpersonal, dan organisasi, maka terbukalah fase ketiga yakni pembentukan sebuah opini.

d. Karakteristik Opini

Opini merupakan cara individu mengekspresikan informasi yang diperoleh berdasarkan pada pemahaman individu itu sendiri sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan, individu menyadari adanya kehadiran suatu stimulus, namun individu itu menginterpretasikan stimulus tersebut. Dalam definisi ini mengandung makna :

1. Opini itu tergantung pada sensasi-sensasi yang didasarkan pada informasi sensori dasar. Yang dimaksud dengan informasi dasar adalah informasi yang sesungguhnya terjadi sampai pada alat indera kita. Untuk membuat sesuatu agar lebih bermakna diperlukannya adanya keterlibatan aktif dengan aktifitas indrawi yang berhubungan dengan pengamatan interpretasi.

2. Sensori-sensori itu menimbulkan interpretasi agar persepsi dapat terjadi. Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, pada dasarnya opini atau cara pandang manusia terjadi menjadi dua, yaitu :

A. Opini terhadap objek

Opini setiap dalam menilai suatu objek atau isu permasalahan tidak selalu sama. Terkadang dalam mengopinikan permasalahan, seseorang

dapat melakukan kekeliruan, sebab terkadang indera seseorang menipu diri orang tersebut, hal tersebut disebabkan karena :

- a. Kondisi yang mempengaruhi pandangan seseorang, seperti keadaan cuaca yang membuat orang melihat fatamorgana, pembiasan cahaya seperti dalam peristiwa ketika seseorang melihat tongkat yang dimasukkan kedalam air terlihat bengkok padahal sebenarnya tongkat tersebut lurus. Hal inilah yang disebut ilusi.
- b. Latar belakang pengalaman yang berbeda antara seseorang dengan orang lain.
- c. Budaya yang berbeda.
- d. Suasana psikologis yang berbeda juga membuat perbedaan persepsi seseorang dengan orang lain dalam mempersepsi suatu objek atau isu permasalahan.

B. Opini manusia terhadap persepsi sosial

Opini sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang dialami seseorang dalam lingkungan orang tersebut. Menurut Bremm dan Kassin opini manusia adalah penilaian-penilaian yang terjadi dalam upaya manusia memahami orang lain. Opini sosial merupakan sumber penting dalam pola interaksi antar manusia, karena opini sosial seseorang menentukan hubungan seseorang dengan orang lain (Mulyana,2000:121). Untuk memahami opini seseorang dan publik tersebut,

menurut R. P. Abelson bukanlah perkara mudah, karena mempunyai kaitan yang erat dengan (Ruslan,2008:66) :

- a. Kepercayaan dengan sesuatu (belief)
- b. Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikapnya (attitude)
- c. Persepsi (perception), yaitu suatu proses memberikan makna, yang berakar dari berbagai faktor, yakni:

1. Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat-istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat.

2. Pengalaman masa lalu seseorang/kelompok tertentu menjadi landasan atas pendapat atau pandangannya.

3. Nilai-nilai yang dianut (moral, etika, dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat). Berita-berita, dan pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita-berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentuk opini masyarakat.

2. Unsur-Unsur Opini

Opini mempunyai unsur sebagai molekul opini, yaitu (Sunarjo, 1997:89).

a. Kepercayaan tentang sesuatu

Kepercayaan adalah sistem penyimpanan yang berisi pengalaman kita dimasa lalu, meliputi pikiran, ingatan, dan interpretasi terhadap sesuatu (pertanyaan

b. Apa sebenarnya dirasakan seseorang

Suatu prediposisi (keadaan yang mudah terpengaruh) terhadap seseorang, ide atau obyek yang berisi komponen-komponen pengertian, perasaan atau emosi, dan perilaku, dimana komponen ini juga merupakan komponen dari sikap.

c. Persepsi

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan untuk memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2003:167).

3. Jenis-Jenis Opini

a. Opini Individual

Sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya, opini individual adalah pendapat seseorang secara perorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat itu bisa setuju bisa juga tidak setuju. Baru diketahui bahwa orang-orang lain yang sependapat dan ada yang tidak sependapat dengan dia, setelah ia memperbincangkannya dengan orang lain. Maka sesuatu yang terjadi kini menjadi objek opini publik, jadi opini publik itu perpaduan dari opini-opini individual. Pendapat menjadi opini karena sesuatu yang terjadi dalam masyarakat tadi menimbulkan pertentangan yang ada pro dan kontra.

b. Opini Pribadi

Opini pribadi adalah pendapat asli seseorang mengenai suatu masalah sosial. Opini pribadi timbul apabila seseorang tanpa dipengaruhi orang lain

menyetujui atau tidak suatu masalah sosial, kemudian berdasarkan nalarnya ia sampai kepada suatu kesimpulan sebagai tanggapan masalah sosial itu tadi, dan apabila dikomunikasikan kepada orang lain dalam suatu obrolan maka ia telah menyampaikan opini pribadinya.

c. Opini kelompok

Opini kelompok adalah pendapat sekelompok mengenai suatu masalah sosial yang menyangkut kepentingan orang banyak.

d. Opini mayoritas

Opini mayoritas adalah pendapat orang-orang terbanyak dari mereka yang berkaitan dengan suatu masalah yang pro dan kontra. Biasanya opini mayoritas itu dibawa kepada suatu forum terbuka dalam bentuk lembaga misalnya parlemen.

e. Opini minoritas

Merupakan kebalikan dari opini mayoritas. Opini minoritas adalah pendapat orang-orang yang relatif jumlahnya sedikit dibandingkan dengan jumlah yang lainnya yang terkait dengan suatu masalah sosial.

f. Opini massa

Opini massa merupakan kelanjutan dari opini publik. Opini massa adalah pendapat seluruh masyarakat sebagai hasil perkembangan pendapat yang berbeda mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum.

g. Opini umum

Opini umum adalah pendapat yang sama dari semua orang dalam suatu masyarakat mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum.

Dari definisi tersebut jelas terdapat persamaan dengan opini massa yaitu bahwa kedua-duanya semua orang mempunyai pendapat yang sama. Perbedaannya ialah jika pada opini massa pendapat yang sama ini merupakan hasil perkembangan dari opini publik, pada opini umum tidak. (Onong, 1992:89-90).

4. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Secara garis besar media sosial bisa dikatakan sebagai sebuah media online, di mana para penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan serta mendorong pada hal-hal baru (Mulyanti, 2014:25).

Saat ini media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat berupa jejaring sosial, *blog*, dan wiki. Merbaknya situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan biaya yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Akan tetapi ada pula dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta aturan.

b. Sejarah Media Sosial

Sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas tentang pengertian media sosial, yakni sebuah media *online* artinya pengguna media online tersebut dapat berkomunikasi tanpa harus tatap muka. Awal munculnya media sosial pada abad 70-an, tepatnya tahun 1978, saat sistem papan buletin atau bulletin board *system* (BBS) ditemukan oleh Ward Christensen dan Randy Suess yang merupakan pecinta dunia komputer. Sistem papan ini memungkinkan pengguna(*user*) untuk bisa berhubungan dengan orang lain memakai surat elektronik atau mengunggah dan mengunduh melalui perangkat lunak yang tersedia saat itu.

Ini merupakan awal sebuah komunitas virtual dalam lingkup terbatas (Mulyati,2014:19). Dengan seiring waktu berjalan munculah berbagai media sosial dengan seabrek keunggulan, keunikan, karakteristik, dan segmentasi yang beragam. Kemunculan sejumlah situs jejaring sosial itu pada intinya bermula dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari berbagai latar belakang yang ada di seluruh belahan bumi. Dalam perkembangan lebih lanjut, media sosial kini menjadi sarana aktifitas yang masuk kategori digital marketing, karena banyak dijejali kemasan dan muatan pemasaran.

Salah satu mendasar yang ada pada situs-situs media sosial tersebut adalah fungsi dan layanan jejaring sosial. Layanan jejaring sosial memberikan jasa koneksi aktifitas melalui situs, platform dan saran yang berfungsi memfasilitasi pembentukan jaringan atau hubungan sosial diantara beragam orang yang

mempunyai ketertarikan, minat (interest), kegiatan, latar belakang, maksud, kepentingan, tujuan, atau korelasi dunia nyata yang sama.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada dasarnya membahas konsep teoritik terkait dengan kelebihan dan kelemahan dalam sebuah karya ilmiah yang dilanjutkan dengan pemilihan metoda yang digunakan (Muhadjir,2002:3). Metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu data-data yang dihasilkan tidak diwujudkan dengan angka-angka, akan tetapi dideskripsikan dengan kata-kata berdasarkan data-data yang didapat di lapangan. Deskriptif yaitu data-data yang dikumpul berupa kata-kata, gambar, bukan angka-angka yang dapat diberi gambaran dalam penyajian laporan. Sedangkan tujuan untuk memberi gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. (Moleong, 2016:6).

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan cara mengamati dan mencatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 1986:14). Data ini didapat dari hasil wawancara dengan *followers* akun twitter @_TNIAU terkait opini isi pesan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, namun didapat dari buku-buku, *website*, majalah,

brosur dan dokumen-dokumen lainnya yang relevan dengan permasalahan yang akan dikaji (Marzuki, 1986:15).

3. Teknik Pemilihan Informan

Informan adalah orang-orang yang bermanfaat untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Pemilihan informan adalah yang dianggap sesuai dengan kerangka kerja penelitian sehingga penelitian ini bersifat purposive sampling (subjek bertujuan). Untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan mendalam, peneliti mencari informan yang memahami permasalahan yang akan diteliti (Sugiyono, 2015:338).

Moleong menyebutkan bahwa ada lima persyaratan yang harus dimiliki oleh seorang agar layak dijadikan subjek penelitian (Moleong, 2006:132), yaitu :

- 1.Orang tersebut harus jujur dan bisa dipercaya
- 2.Orang tersebut memiliki kepatuhan pada peraturan
- 3.Orangnya suka berbicara, bukan orang yang sukar berbicara apalagi pendiam
- 4.Orang tersebut bukan termasuk anggota salah satu kelompok yang bertikai dalam latar penelitian
- 5.Orangnya memiliki pandangan tertentu tentang peristiwa yang terjadi

Dalam penelitian ini peneliti telah menetapkan pengguna twitter yang mengikuti atau juga disebut *Followers* aktif akun twitter @_TNIAU sebagai informan yang dipilih untuk mengumpulkan data dan informasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan suatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang diolah dan dianalisis dengan suatu metode tertentu yang selanjutnya akan menghasilkan suatu hal yang dapat menggambarkan atau mengindikasikan sesuatu (Herdiansyah, 2014:116). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data penelitian diantaranya melalui :

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada hampir semua penelitian kualitatif. Karena seringnya wawancara digunakan dalam penelitian kualitatif, wawancara kerap menjadi ikon dalam metode penelitian data kualitatif. Menurut Moleong wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moleong dalam Herdiansyah, 2014:118).

b. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi juga merupakan cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2014:146). Pengumpulan data penelitian ini

diperoleh dari buku-buku, literatur, surat kabar dan juga mengutip data-data dari berita, foto, buku-buku serta sumber informasi lainnya.

5. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya (Moleong, 2002:190). Dijelaskan oleh Herdiansyah agar mendapatkan hasil penelitian yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan, seorang peneliti harus mampu melakukan analisis data secara tepat dan sesuai prosedur yang ditentukan (Herdiansyah, 2014:158).

Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2015:336) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data jenuh. Aktivitas dalam analisis data adalah :

a. Data Reduction (Reduksi Data)

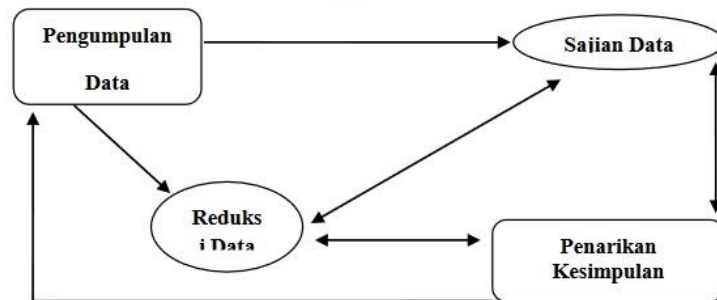
Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan kedamaian wawasan yang tinggi. Dalam mereduksi data setiap peneliti dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan pola sesuai dengan permasalahan peneliti.

b. Data Display (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan, antara kategori dan sejenisnya. Dengan melihat penyajian kita dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

c. *Verification* (Kesimpulan)

Tahap ketiga adalah dengan menarik kesimpulan yang menjadi pokok-pokok di rumusan masalah. Kesimpulan ini digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang didapatkan dari penyajian data.



Model Analisis Interaktif (Miles dan Huberman, 2007:16-21)

d. Uji Validitas

Dijelaskan oleh Neuman (2000) dalam bukunya mendefinisikan validitas “*Validity means truthful. It refers to the bridge between a construct and the data*”. Validitas dapat pula diartikan sebagai kesesuaian antara alat ukur dengan sesuatu yang hendak diukur, sehingga hasil ukur yang didapat akan mewakili dimensi ukuran yang sebenarnya dan dapat dipertanggungjawabkan (Herdiansyah, 2014:190)

Teknik yang digunakan dalam proses uji validitas data yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi. Analisis triangulasi yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Disini jawaban subjek di cross-check dengan dokumen yang ada (Kriyantono, 2006: 72). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Hal yang dapat dicapai dengan cara :

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
- c) Membandingkan dengan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

G. Penelitian Terdahulu

Guna menunjang referensi dalam penelitian yang peneliti kembangkan, peneliti memiliki beberapa referensi penelitian terdahulu, pertama yaitu sebuah penelitian yang diteliti oleh Melisa Efendi dalam *eJournal Ilmu Komunikasi* Universitas Mulawarman (Unmul) , *Volume* 1, Nomor 2, 2013: 236-248 dengan judul penelitian Pembentukan Opini Publik Tentang Citra Polisi Di Harian Samarinda Pos. Peneliti menjelaskan asumsi awal yaitu proses pembentukan diawali dengan pembentukan persepsi dengan empat faktor yaitu pengalaman,

latar belakang budaya, nilai yang dianut, dan berita yang berkembang sehingga terbentuk opini, serta akan terbentuk opini setelah terbentuk konsensus.

Berbeda dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi terbentuk hanya dari pengalaman dan terpaan media massa sehingga membentuk opini. Pengungkapan opininya pun tidak serta merta menjadi opini publik, namun opini terpecah dahulu menjadi opini minoritas dan mayoritas. Hanya opini mayoritas lah yang membentuk konsensus dan menjadi opini publik.

Selanjutnya dalam penelitian ini peneliti turut mengacu pada penelitian yang ditulis oleh Megayanda Benazir K dari Universitas Airlangga (Unair) dengan judul penelitian Opini khalayak terhadap penggunaan bintang iklan ponds di televisi. Dalam penelitian tersebut peneliti menjelaskan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Focus Group Discussion* (FGD). Hal ini dilakukan peneliti untuk mendapatkan hasil opini yang beragam dari masing-masing kalangan. Penelitian ini menunjukkan bahwa opini khalayak terhadap penggunaan bintang iklan beragam, sesuai dengan latar belakang dari masing-masing responden. Hasil penelitian didapatkan bahwa opini khalayak terhadap penggunaan endorser pada iklan berpengaruh terhadap pilihan calon konsumen untuk memilih sebuah produk, tergantung kecocokan si bintang iklan dengan produk yang diiklankan.

Dan yang terakhir peneliti mengacu penelitian yang dilakukan oleh Fanny Aulia Putri dengan judul penelitian Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully di

Media Sosial (Studi Deskriptif Opini Siswa SMA Negeri 1 Medan Terhadap Tindakan Cyber Bully di Media Sosial). Dalam penelitian tersebut memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimanakah opini siswa SMA Negeri 1 Medan mengenai tindakan *cyberbullying* di media sosial.

Teori dalam penelitian tersebut ialah new media, media sosial, *cyberbullying* dan opini. Penelitian tersebut menggunakan metode deskripsi. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 1 Medan. Berdasarkan data yang diperoleh, siswa SMA Negeri 1 Medan yang terdaftar dalam tahun ajaran 2013/2014 yaitu sebanyak 1370 orang. Penentuan sampel digunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dan dengan tingkat kepercayaan 90% sehingga diperoleh sampel sebanyak 93 orang. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental Sampling* dan *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan yaitu studi kepustakaan (*library research*), dan studi lapangan (*field research*).

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memahami mengenai *cyberbullying* serta khasanah dalam penggunaan media sosial. Mayoritas responden juga mengaku bahwa tidak pernah menjadi pelaku dan juga korban dari tindakan *cyberbullying*. Sikap responden terhadap perilaku *cyberbullying*-pun cukup baik, hampir semua responden tidak setuju dengan perbuatan *cyberbullying*.

H. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini adanya sistematika penulisan berfungsi untuk mempermudah penulisan penelitian, yang terdiri dari empat bab yaitu :

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Menyajikan gambaran umum mengenai profil TNI AU, kemudian penjelasan mengenai akun media sosial twitter @_TNIAU.

Bab III Berisikan penyajian data dan analisis data yang telah diperoleh dengan penjelasan dan analisis persepsi.

Bab IV Penutup, yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran untuk TNI AU dalam memanfaatkan media sosial twitter sebagai alat penyampaian pesan.