

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada saat ini telah memasuki generasi 4.0 yang berfokus pada *internet of things* tentunya sangat berpengaruh pada seluruh sektor kehidupan khususnya dalam hal berkomunikasi. Seperti yang dikemukakan McLuhan (1962) yaitu *technology has changed the way communicate* yang berarti bahwa teknologi merubah cara manusia untuk berkomunikasi. Menurut Shannon dan Weaver (1949) komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain yang disengaja maupun tidak disengaja, tidak terbatas pada bentuk-bentuk komunikasi. Setelah adanya internet memudahkan penggunaannya untuk membuka kapan saja dan dimana saja melalui *smartphone* atau perangkat lainnya guna mempermudah pekerjaan manusia baik dalam hal berkomunikasi, mencari maupun berbagi sebuah informasi.

Berdasarkan data dari TiNews.Com ada 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2022 dari total jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah 273 juta jiwa atau 70% penduduk Indonesia telah menggunakan Internet. Sehingga dapat diartikan 70% penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial.

Menurut W. S. R. Putri dkk (2017) penggunaan internet khususnya penggunaan media sosial dapat diamati berdasarkan pada intensitas penggunaannya. ICCA (*Indonesian Contact Center Association*) mengungkapkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia menghabiskan waktu sebanyak kurang lebih 3 jam dalam sehari untuk mengakses media sosial.

Media Sosial adalah media yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi serta gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Media sosial dapat digunakan dimana saja dan kapan saja tanpa adanya suatu batasan apapun. Bahkan saat ini media sosial tidak hanya digunakan sebagai media mencari informasi melainkan dapat menjadi tempat untuk mengurangi beban pikiran pada diri seseorang.

Lazarus dan Folkman menyatakan bahwa beban pikiran yang dialami seseorang akan menimbulkan efek kurang baik. Seseorang yang sudah merasakan hal tersebut tidak akan membiarkan efek negatif itu terus terjadi dan melakukan sebuah tindakan untuk mengatasinya. Tindakan tersebut dinamakan *coping*. Menurut Santrock (2007), *coping* adalah salah satu upaya seseorang untuk mengelola sebuah situasi yang membebani guna memperluas usaha dalam memecahkan masalah dan berusaha untuk mengatasi atau mengurangi *stress*.

Terdapat dua tipe *coping* yang biasanya digunakan untuk mengurangi *stress*, yakni *problem-focused coping* yang berfokus pada

emosi dengan mengambil tindakan untuk memecahkan masalah dan *emotion-focused coping* yaitu coping yang berfokus pada usaha menurunkan emosi negatif yang dirasakan ketika menghadapi masalah. *Coping stress* adalah suatu usaha atau upaya yang dilakukan untuk keluar serta mencoba mencari solusi dari setiap permasalahan yang ada untuk mengatasi, mengurangi, dan tahan terhadap tuntutan-tuntutan sehingga dapat bangkit menjalani kehidupan seperti biasanya.

Sering kali media sosial digunakan sebagai tempat untuk mendapatkan dukungan, motivasi dan melampiaskan keluh kesah terhadap permasalahan yang dimiliki oleh pengguna media sosial tersebut. Hadirnya media sosial dapat membantu penggunanya untuk masuk ke dalam sumber informasi, berhubungan dan mendapat dukungan dari banyak orang saat menghadapi tekanan-tekanan. Seperti halnya penggunaan media sosial *Twitter*.

Twitter adalah salah satu aplikasi media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. *Twitter* didirikan oleh Jack Dorsey pada bulan Maret 2006 dan situs jejaring sosial lainnya yang diluncurkan pada bulan Juli. Menurut pengertiannya, *Twitter* merupakan layanan jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengirimkan pesan yang berbasis teks. *Twitter* dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter, Inc.* yang berbasis di San Francisco, dengan kantornya yang berada di New York City, Boston dan San Antonio.

Twitter dijadikan sebagai objek penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan diantaranya sejak diluncurkannya *Twitter* pada tahun 2006 pertumbuhan dan perkembangan *Twitter* berjalan begitu cepat dan pesat sehingga penggunaannya sudah mencapai 15,7 juta orang. *Twitter* digunakan untuk berkirim pesan dan membaca pesan yang tidak lebih dari 140 karakter. Namun sejak tahun 2017 *Twitter* mengumumkan menambah jumlah karakter menjadi 280. Sehingga memungkinkan penggunaannya lebih leluasa untuk berkirim dan membaca pesan yang disebut *tweet* atau dalam bahasa Indonesia disebut kicauan. Selain digunakan untuk berkirim dan membaca pesan untuk mendapatkan sebuah informasi, *Twitter* juga dapat digunakan sebagai media untuk mengirim foto, video dan tempat untuk mempromosikan sesuatu. Selain itu *Twitter* juga dijadikan sebagai media atau wadah untuk mengurangi tekanan-tekanan permasalahan hidup sehari-hari dan *stress*.

Akun *Twitter* @nksthi merupakan salah satu akun yang berisi tentang keluhan – keluhan seseorang tentang permasalahan hidup yang dihadapinya setiap hari. Nksthi sendiri merupakan singkatan dari kalimat nanti kita *sambat* tentang hari ini. Akun *Twitter* @nksthi dibuat sejak bulan Desember 2018 yang telah memiliki pengikut (*followers*) sebanyak 2 Juta pengguna dan mengikuti (*following*) sebanyak 204 orang pengguna. Jumlah *tweets* pada akun *Twitter* @nksthi saat ini sudah mencapai 52.5 ribu *tweets*. Jumlah tersebut menandakan akun *Twitter* dapat mempengaruhi khalayak untuk mempercayai dan mengakui keberadaan akun tersebut.

Akun *Twitter* @nksthi disebut sebagai akun yang berisi tentang kalimat – kalimat keluhan. Kata *sambat* sendiri berasal dari Bahasa Jawa, yang jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia berarti mengeluh. Jika berbicara tentang mengeluh tidak terlepas dari keluhan-keluhan tentang *stress* menghadapi kehidupan, pekerjaan, sekolah dan masih banyak lagi. Semua orang di dunia ini pasti pernah mengeluh tentang suatu hal, namun semua bisa diatasi dengan bagaimana cara seseorang mencari solusi, mengolah serta merefleksikan agar keluhan tersebut dapat tersampaikan. Akun *Twitter* @nksthi dalam penyampaian kontennya menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa yang terkadang terdapat kata-kata yang bersifat kasar. Namun jumlah pengikut (*followers*) akun *Twitter* @nksthi semakin bertambah setiap harinya. Tingginya angka pengikut (*followers*) menandakan bahwa konten yang di *upload* oleh akun *Twitter* @nksthi mendapatkan banyak atensi atau perhatian pengguna aktif *Twitter*. Akun *Twitter* @nksthi dijadikan sebagai media atau wadah bagi seseorang untuk penghilang *stress* ketika dirinya merasa sedang lelah dan tidak baik-baik saja dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana penggunaan akun *twitter* @nksthi di kalangan *followers* ?
2. Bagaimana pemenuhan kebutuhan *coping stress followers* akun *twitter* @nksthi?

3. Sejauhmana pengaruh penggunaan akun *twitter* @nksthi terhadap pemenuhan kebutuhan *coping stress* di kalangan *followers* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

- a. Mendeskripsikan penggunaan akun *twitter* @nksthi di kalangan *followers*.
- b. Mendeskripsikan pemenuhan kebutuhan *coping stress followers* akun *twitter* @nksthi.
- c. Mengidentifikasi pengaruh penggunaan akun *twitter* @nksthi terhadap pemenuhan kebutuhan *coping stress* di kalangan *followers*

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah tercapainya tujuan dan terjawabnya rumusan masalah secara tepat dan akurat. Manfaat yang dapat diambil pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan teoretis mengenai kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan *Twitter* dan pemenuhan kebutuhan *coping stress*.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan gagasan atau saran yang terkait dengan penggunaan *Twitter* dalam pemenuhan kebutuhan *coping stress*.

E. Landasan Teori

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini, menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan untuk menyelesaikan penelitian ini. Penelitian terdahulu memudahkan peneliti dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis untuk menyusun penelitian dari segi teori dan konsep. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun Penelitian	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian, Persamaan, Perbedaan
1	Pengaruh Media Sosial <i>Twitter</i> @womenfeeds_id Terhadap Perilaku Konsumtif <i>Followers</i> , oleh Sherly Novitasari, Universitas Riau (2020)	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh media sosial <i>twitter</i> @womenfeeds_id terhadap perilaku konsumtif <i>followers</i> .	Hasil penelitian ini adalah <i>Twitter</i> @womenfeeds_id berpengaruh terhadap perilaku konsumtif <i>followers</i> -nya. Persamaan pada penelitian ini adalah keduanya meneliti

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun Penelitian	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian, Persamaan, Perbedaan
		Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis dengan teknik statistik.	Tentang media sosial yang sama. Adapun perbedaan penelitian ini meneliti tentang perilaku konsumtif <i>followers</i> sedangkan penulis meneliti tentang kebutuhan <i>coping stress</i> .
2	Penggunaan Akun <i>Auto Base Twitter</i> di Kalangan Mahasiswa (Studi Korelasi Antara Motif, Pola Penggunaan, dan Kepuasan dalam Menggunakan Akun <i>Auto Base Twitter @UNSFess_</i> di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi S1 Reguler FISIP UNS Angkatan 2017-2019	Tujuan penelitian ini adalah mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara motif menggunakan akun <i>auto base twitter @UNSFess_</i> , pola penggunaan dengan kepuasan menggunakan akun <i>auto base twitter @UNSFess_</i> . Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif.	Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara motif penggunaan dan kepuasan menggunakan akun <i>auto base twitter @UNSFess_</i> . Persamaan pada penelitian ini adalah keduanya meneliti media sosial yang sama yaitu <i>twitter</i> .
3	Pengaruh Akun <i>Twitter @collegemenfess</i> Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa di Makassar oleh Rizki alyah Nurwahidah Jafar, Universitas Muslim Indonesia (2021)	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh elemen-elemen penggunaan media sosial <i>Twitter</i> yaitu <i>context, communication, collaboration</i> dan <i>connection</i> terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tugas akhir. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.	Hasil penelitian ini adalah berdasarkan perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai koefisien menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang t antara variabel <i>context, communication, collaboration</i> dan <i>connection</i> terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tugas akhir yaitu sebesar 28,8% sedangkan sisanya 71,2% dipengaruhi

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun Penelitian	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian, Persamaan, Perbedaan
			faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Pada penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif sedangkan peneliti menggunakan kuantitatif
4	Motif Penggunaan Akun <i>Twitter</i> Komunitas Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Deskriptif Motif Penggunaan Akun <i>Twitter @ais_bdg</i> dalam pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada <i>Followers</i> Non Anggota AIS Bandung), oleh Andrian Pratama Ekajati, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung (2019)	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif penggunaan akun <i>Twitter @ais_bdg</i> dalam sebuah komunitas guna memenuhi kebutuhan informasi. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian ini adalah terdapat berbagai kebutuhan yang mendasari para <i>followers</i> non anggota AIS Bandung menggunakan <i>twitter @ais_bdg</i> yaitu sebagai media untuk mencari informasi, sarana hiburan dan interaksi satu sama lain. Persamaan pada penelitian ini adalah keduanya meneliti tentang media sosial yaitu <i>Twitter</i> . Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah hanya meneliti motif saja sedangkan peneliti lebih luas lagi pembahasannya tidak hanya tentang motif.

Berdasarkan pada tabel penelitian terdahulu di atas disimpulkan bahwa persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah menggunakan media sosial sebagai objek penelitian karena penggunaanya lebih menyeluruh. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah

penelitian terdahulu hanya berfokus pada motif saja sedangkan peneliti lebih menyeluruh dengan menggunakan teori *uses and gratification*.

2. Kajian Teori

Kehidupan manusia tidak bisa terlepas dari yang dinamakan komunikasi. Sebab komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia sebagai makhluk sosial. Adanya komunikasi manusia dapat berinteraksi, bertukar ide dan gagasan untuk memenuhi semua kebutuhan manusia.

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Sedangkan menurut Cherry dalam Stuart (1983), komunikasi berasal dari kata *communico* yang berarti membagi (Nasir dkk, 2011).

Komunikasi secara umum yaitu sebuah proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri manusia dan dua atau lebih dengan maksud serta tujuan tertentu. Jika proses-proses tersebut telah sesuai dengan napa yang dimaksud maka akan timbul sebuah *feedback* atau respon.

Menurut Effendy (2005), komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau merubah sikap berbentuk komunikasi, pendapat atau perilaku baik langsung lisan maupun tidak langsung melalui media. Menurutnya, ada empat fungsi utama komunikasi yaitu : (a) *to inform*; (b) *to educate* (c) *to*

entertain; (d) *to influence*. Menginformasi (*to inform*) yaitu memberikan informasi kepada orang lain tentang ide, gagasan, peristiwa, masalah maupun komentar serta segala tingkah laku orang lain dan apa yang disampaikan orang lain. Mendidik (*to educate*) yaitu komunikasi dijadikan sebagai suatu sarana informasi yang mendidik dan menyebarkan sebuah kreativitas. Tidak hanya sekedar memberi hiburan, tetapi komunikasi bisa digunakan sebagai sarana pendidikan yang memberikan wawasan yang luas agar masyarakat semakin maju dan berkembang. Menghibur (*to entertain*) yaitu selain mempunyai fungsi sebagai media informasi, komunikasi juga mempunyai fungsi hiburan untuk bersenang-senang dan bersosialisasi. Menyampaikan informasi melalui lagu, bunyi-bunyian maupun gambar dan bahasa. Mempengaruhi (*to influence*) yaitu komunikasi dijadikan sebagai sarana untuk mempengaruhi masyarakat luas, memberikan motivasi, dorongan, ajakan untuk mengikuti perkembangan zaman melalui apa yang dilihat, dibaca dan didengar. Serta komunikasi digunakan juga untuk memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah pandangan masyarakat luas ke arah yang lebih baik dan maju.

Dari pengertian dan fungsi komunikasi diatas dapat dilihat bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan dari manusia ke manusia yang lain atau lebih untuk menyampaikan maksud dan tujuan guna memenuhi seluruh kebutuhan manusia. Saat berkomunikasi manusia membutuhkan suatu alat atau sarana yang digunakan untuk penyampaian pesan yang disebut sebagai media.

Kehadiran media di dunia ini, maka seseorang akan mudah terbantuan, sehingga segala sesuatu yang sedang dilakukan akan mudah terselesaikan. Bahkan, media bisa mengurangi terjadinya kesalahpahaman antara pemberi informasi atau penerima informasi. Selain itu, media bisa dimanfaatkan untuk kita belajar, semakin banyak kita belajar semakin bertambah pengetahuan dan wawasan yang dimiliki oleh seseorang.

Seiring dengan perkembangan zaman, media mengalami perkembangan juga, yang tadinya media hanya dalam bentuk kertas saja, sekarang media sudah bisa diakses melalui alat elektronik, seperti *handphone*, komputer, laptop, dan sebagainya, kemudian dapat disebut sebagai media baru atau *new media*.

New Media atau media baru merupakan proses penyampaian sebuah informasi lewat teknologi digital. Dahulu informasi hanya bisa didapat melalui koran atau majalah, kini informasi tersebut bisa di akses melalui perangkat komunikasi yang terhubung menggunakan internet. *New Media* merupakan media yang menggunakan internet yang berbasis teknologi, fleksibel, interaktif serta dapat berfungsi *privat* maupun *public* (Mcquail, 2011).

Secara umum, sebuah media baru digunakan tidak hanya untuk menjembatani perbedaan beberapa media, namun juga perbedaan mengenai sebuah batasan kegiatan komunikasi pribadi dan kegiatan

publik. Karakteristik *New Media* yang berbasis digital memudahkan dalam bertukar informasi dan berkomunikasi.

New Media atau media baru yaitu sebuah bukti perkembangan teknologi komunikasi yang semakin modern dan dapat kita rasakan manfaatnya secara langsung. Media baru merupakan perkembangan dari teknologi media yang sudah ada sebelumnya. Salah satu contoh *new media* yang sekarang dapat kita rasakan manfaatnya yaitu Internet. Menurut Randall dan Latulipe dalam Nafisah mendefinisikan apa yang kita kenal dengan internet sebagai jaringan global yang terdapat dalam jaringan komputer. Internet diibaratkan sebagai jaringan global yang terdiri dari beberapa jaringan komputer yang dapat diakses dimana saja (2001).

Kehidupan sosial manusia mengalami berbagai perubahan karena adanya perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi saat ini mempunyai berbagai ciri khas selain baru, pemakaian teknologi dapat digunakan dengan proses digitalisasi serta didukung adanya internet yang mencakup berbagai aspek untuk penggunaan bersifat pribadi sebagai alat komunikasi. Hal tersebut memudahkan individu untuk berkomunikasi mengirimkan pesan jarak jauh ke semua orang.

Sesuai karakteristiknya internet termasuk ke dalam media baru. Internet memiliki teknologi, lingkup layanan, cara penggunaan, isi dan gambaran tersendiri. Internet tidak dimiliki atau dikelola sebuah badan melainkan internet merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung

secara langsung, intens dan saling berkaitan satu sama lain antar pengguna internet. Terdapat banyak sekali aplikasi yang dapat di akses menggunakan internet. Salah satunya adalah aplikasi *Twitter*.

Twitter merupakan layanan jejaring sosial dan *microblogging* (blog ringkas) yang memungkinkan para penggunanya untuk berkirim pesan dan membaca pesan yang tidak lebih dari 140 karakter. Istilah yang digunakan untuk mengirim pesan disebut dengan *tweet*. Karena pesan yang dikirim *Twitter* sangat dibatasi hanya 140 karakter maka *Twitter* bisa juga disebut dengan SMS internet. Namun pada 07 November 2017 ditambah menjadi 280 karakter (Sulianta, 2011). Selain membuat *tweet*, *Twitter* juga dimanfaatkan untuk berbagai hal seperti kampanye, media belajar, berbagi pendapat atau pandangan serta masih banyak lagi.

Twitter bisa juga disebut dengan SMS internet. Namun pada 07 November 2017 ditambah menjadi 280 karakter. Pengguna dapat melihat *tweet* dari penulis lain yang dikenal maka harus disertakan simbol “@” kemudian nama pengguna (Hadi, 2010).

Menurut *twitter.com* aplikasi media sosial *Twitter* didirikan oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, dan Evan Williams pada 21 Maret 2006 di San Francisco, Amerika Serikat. *Twitter* pertama kali diperkenalkan oleh Odeo (sebuah perusahaan *podcast*). Jack Dorsey adalah seorang mahasiswa di Universitas New York yang mengemukakan gagasannya

mengenai penggunaan layanan pesan singkat untuk berkomunikasi dalam sebuah kelompok kecil sehingga timbul sebuah interaksi.

Dalam aplikasi *Twitter* terdapat beberapa fitur-fitur yaitu (a) *followers*; (b) *following*; (c) *tweet spaces*; (d) *like*; (e) *comment*; (f) *retweet*; (g) *share*; (h) *tweet*; (i) *mention* (j) *hashtag*; (k) *direct message*. Semua fitur-fitur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut. *Followers* (Pengikut) adalah fitur kebalikan dari *following*. Bila *following* adalah mengikuti orang lain, maka *Follower* ini adalah orang yang mengikuti akun. *Following* (Mengikuti) adalah fitur yang memungkinkan seseorang untuk mengikuti orang lain dan secara otomatis menjadi pengikut orang lain. *Tweet* (Kicauan) adalah fitur yang digunakan oleh pengguna untuk membagikan tulisan, foto, video maupun gif kepada publik. *Spaces* (Percakapan Audio) adalah cara untuk melakukan percakapan audio langsung di aplikasi *Twitter*. *Like* (Suka) adalah fitur yang digunakan untuk penanda bahwa pengguna yang lain menyukai *Tweet* yang telah diunggah oleh pengguna yang lain. *Comment* (Komentar) adalah kegunaan dari *comment* dalam fitur *Instagram* adalah pengguna dapat berkomentar pada unggahan *Tweet* di aplikasi *Twitter*. *Retweet* (Membagikan kembali *tweet*) adalah istilah yang dibuat *Twitter* untuk membagikan ulang kiriman yang pernah di buat. *Share Tweet* (Membagikan *tweet*) merupakan tombol untuk membagikan *tweet* ke aplikasi media sosial lain. *Mention* (Menyebutkan) istilah yang digunakan untuk menyebutkan akun *Twitter* seseorang pada *Tweet*. *Hashtag* (Tagar) adalah tanda yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi *trend – trend*

tertentu. *Direct Message* (Pesan Langsung) adalah pesan pribadi pada aplikasi *Twitter*.

Saat ini penggunaan aplikasi *Twitter* tidak hanya sebatas untuk mencari informasi saja mengenai berita-berita yang sedang hangat diperbincangkan. Tetapi juga digunakan sebagai wadah atau tempat untuk menyampaikan segala perasaan, masalah-masalah yang sedang dialami bahkan dapat digunakan sebagai penghilang *stress*.

Stress adalah bagian penting dan alami dari kehidupan manusia, tetapi apabila berat dan berlangsung lama akan berakibat fatal bagi kesehatan. Manusia bereaksi terhadap *stress* dengan cara yang berbeda-beda. Hans Selye dalam Sary (2015) menyatakan bahwa *stress* adalah respon tubuh yang sifatnya nonspesifik terhadap setiap tuntutan beban atasnya. Jika telah mengalami *stress* atau gangguan pada satu atau lebih organ tubuh sehingga yang bersangkutan tidak lagi dapat menjalankan fungsi pekerjaannya dengan baik, maka dapat disebut mengalami *distress*. Pada *stress*, gejala yang dikeluhkan penderita didominasi oleh keluhan-keluhan fisik, tetapi dapat pula disertai keluhan-keluhan psikis. Tidak semua bentuk *stress* mempunyai konotasi negatif, cukup banyak yang bersifat positif, hal tersebut dikatakan *eustress*.

Stress yang terjadi pada seseorang dapat disebabkan oleh banyak faktor seperti faktor keluarga, faktor ekonomi dan faktor lingkungan. Dampak *stress* yang negatif seringkali berupa gejala-gejala fisik maupun

psikis dan akan menimbulkan gejala-gejala tertentu. *Stress* terjadi ketika seseorang tidak dapat mengatasi masalah yang disebabkan karena masalah yang dialami. Untuk mengurangi tekanan-tekanan yang terjadi seseorang cenderung akan mengambil tindakan *fight or flight* yang berarti menghadapinya atau meninggalkannya.

Seseorang yang mengalami *stress* akan menunjukkan berbagai respon yaitu respon emosional, respon fisiologi dan respon behavioral. Ketiga respon tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut. Respon emosional yang meliputi marah, sedih, cemas, takut, murung dan dukacita. Respon fisiologi meliputi *fight or flight response*, *the general adaptation syndrome* serta *brain-body pathway*. Respon behavioral (tingkah laku atau aktivitas) terhadap *stress* umumnya melibatkan *coping*, yaitu segala bentuk upaya untuk mengurangi, menuntaskan tuntutan-tuntutan yang menyebabkan *stress*, penggunaan *coping* sering diterapkan dalam upaya-upaya yang bersifat sehat.

Stress yang berkepanjangan akan berakibat pada kelelahan fisik maupun mental yang pada akhirnya akan memunculkan berbagai keluhan atau gangguan pada diri seseorang. Tanpa disadari seseorang akan menggunakan caranya sendiri untuk mengurangi tekanan-tekanan tersebut dengan kurang tepat. Namun sebaliknya jika seseorang mampu menggunakan cara-cara penyesuaian diri yang tepat *stress* akan bisa

dihadapi. Menurut Siswanto (2007) penyesuaian diri menghadapi *stress* dalam konsep kesehatan mental dikenal dengan istilah *coping*.

Kata *coping* berasal dari kata *cope* yang berarti menghadapi, melawan atau mengatasi. Pengertian *coping* hampir sama dengan penyesuaian (*adjustment*), bedanya penyesuaian mengandung pengertian yang lebih luas dibandingkan *coping*, yaitu semua reaksi terhadap tuntutan baik berasal dari luar lingkungan maupun dalam diri seseorang yang dikhususkan pada bagaimana seseorang mengatasi tuntutan tersebut untuk mencari jalan keluar. *Coping* lebih mengarah pada segala sesuatu yang dilakukan untuk mengatasi tekanan-tekanan. Atau dengan kata lain *coping* adalah bagian reaksi seseorang ketika menghadapi *stress* atau sedang dalam tekanan.

Berdasarkan konsep teori-teori diatas dapat disimpulkan bahwa *coping stress* adalah suatu bentuk usaha yang dilakukan untuk keluar serta mencoba mencari sebuah solusi dari setiap permasalahan yang ada untuk mengatasi, mengurangi dan tahan terhadap tuntutan-tuntutan sehingga seseorang mampu bangkit untuk menjalani kehidupan seperti semula.

Menurut Lazarus dan Folkman (1986) mengidentifikasi dua fungsi *coping* yaitu : *Emotional-Focused Coping* dan *Problem-Focused Coping*. *Emotional-Focused Coping* bertujuan untuk melakukan sebuah kontrol terhadap respon emosional yang disebabkan oleh *stress*, baik dalam pendekatan secara behavioral maupun kognitif. Individu cenderung

menggunakan *Emotional-Focused Coping* pada saat memiliki sebuah pemikiran bahwa faktor-faktor penyebab *stress* yang muncul tidak dapat diatasi. *Problem-Focused Coping* merupakan cara untuk mengurangi dampak dari situasi *stress* atau memperbesar daya dan usaha untuk menghadapi *stress*. Individu cenderung menggunakan *Problem-Focused Coping* ketika individu merasa bahwa faktor penyebab *stress* dapat diatasi.

Jenis-jenis *coping stress* baik secara *Emotional-Focused Coping* maupun *Problem-Focused Coping* menurut Lazarus dan Folkman (1986) yaitu : (a) *Planful problem solving*; (b) *Confrontive coping*; (c) *Seeking social support*; (d) *Accepting responsibility*; (e) *Distancing*; (f) *Escape-avoidance*; (g) *Self-control*; (h) *Positive reappraisal*. *Planful problem solving* adalah sebuah usaha untuk mengubah situasi guna memecahkan sebuah masalah, dimana seseorang menganalisa masalah - masalah yang sedang dihadapi untuk menghasilkan sebuah solusi. Dalam menyelesaikan permasalahannya, individu akan menyusun perencanaan secara hati-hati dan bertahap yang telah dipikirkan secara matang. *Confrontive coping* merupakan suatu usaha agresif untuk mengubah situasi, mencari penyebabnya dan mengambil risiko. Seseorang akan bertindak apapun dalam menghadapi permasalahan meskipun disertai dengan emosi bahkan dapat bertindak menggunakan kekerasan serta merusak agar permasalahan tersebut bisa terselesaikan. *Seeking social support* merupakan usaha untuk mencari sumber dukungan informasi, dukungan sosial dan dukungan emosional dari lingkungan sekitar, termasuk di dalamnya untuk mencari

nasihat, mencari pertolongan, dukungan moral dan empati. *Accepting responsibility* yaitu individu berusaha mengakui adanya peran diri sendiri dalam sebuah masalah dengan menyadari adanya sebuah tanggung jawab dan peran diri sendiri dalam permasalahan yang sedang dihadapinya, menerimanya untuk dianggap lebih baik. *Distancing* adalah menggunakan suatu usaha untuk melepaskan dirinya, menarik diri dari lingkungan yang sedang bermasalah, memberikan perhatian lebih kepada hal yang dapat menciptakan suatu pandangan positif tentang semua permasalahan-permasalahan dalam dirinya hanya dianggap sebagai lelucon saja. *Escape-avoidance* yaitu melakukan sebuah tingkah laku untuk lepas atau menghindar, mencoba untuk memikirkan masalah dari keinginan orang yang bersangkutan atau *wishful thinking* atau dorongan untuk menghindar dari situasi yang menekan, misalnya dengan makan, merokok, minum alkohol dan lain-lain. *Self-control* merupakan sebuah usaha untuk mengatur tindakan dan perasaan diri sendiri memberikan dorongan pribadi untuk mengatur perasaan dirinya sendiri agar bisa keluar dari beban masalah. *Positive reappraisal* yaitu sebuah usaha untuk menciptakan hal-hal yang bersifat positif dengan memusatkan pada diri sendiri dan juga menyangkut religiusitas guna memberikan dorongan untuk mencari makna positif dari pengalaman yang dialami dengan memfokuskan diri pada pengembangan.

Pengguna aplikasi *twitter* dapat memanfaatkan akun *twitter* @nksthi sebagai wadah atau tempat pelarian ketika sedang tidak baik-baik saja. Pengguna *twitter* menyukai bahkan sampai mengomentari unggahan-

unggahan dari akun @nksthi yang dirasa pas dengan keadaan pengguna *twitter*.

Menurut Lometti, Reeves dan Bybee (1977) penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu : (a) jumlah waktu; (b) isi media; (c) hubungan media dengan individu. Jumlah waktu dapat berkaitan dengan waktu, durasi dan intensitas yang digunakan dalam mengakses suatu media. Isi media pada teori ini berkaitan dengan cara individu memilih sebuah media agar pesan dalam media dapat dikomunikasikan dengan baik. Hubungan media dengan individu adalah keterkaitan pengguna media sosial dengan media sosial itu sendiri.

Penggunaan media sosial saat ini tidak bisa luput dari kegiatan sehari-hari manusia. Pada beberapa tahun silam perkembangan *internet* belum terlalu pesat, sehingga media yang digunakan mungkin hanya sebatas TV, radio, surat kabar, majalah dan buku. Namun, setelah perkembangan zaman, media menjadi lebih kompleks. Membludaknya berbagai macam situs *internet* menuntut para pengguna untuk dapat mengambil keputusan memilih situs *internet* yang tepat, guna memenuhi kebutuhan masing-masing setiap manusia. Dalam hal ini dikenal dengan *uses and gratifications*.

Teori *Uses and Gratifications* atau teori penggunaan dan kepuasan merupakan teori yang berfokus pada perbedaan individu yang mencari, menggunakan, dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara

berbeda-beda yang disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan diperjelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu (Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala, 2009).

Menurut Effendy (2005), teori *uses and gratifications* mengalami pergeseran fokus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikan. Teori ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak. Riset teori *uses and gratifications* ini menjelaskan tentang bagaimana khalayak menggunakan sebuah media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan (Aan, 2013).

Teori *uses and gratifications* memandang manusia sebagai konsumen media yang mempunyai kebebasan dalam memperlakukan media yang digunakannya. Manusia sebagai pengguna memutuskan bagaimana, lewat media apa saja yang akan digunakan serta bagaimana media dapat berdampak pada diri masing-masing manusia.

Elihu Katz, Jay G Blummer dan Michael Guruvitch (1974) mengemukakan bahwa *uses and gratifications* meneliti kebutuhan secara psikologi dan sosial yang menimbulkan sebuah harapan dari media massa yang membawa pola media yang berlainan dan menimbulkan pemenuhan

kebutuhan dan akibat lainnya. Mereka juga mengasumsikan dasar-dasar teori ini : (a) khalayak dianggap aktif; (b) khalayak bebas memilih media; (c) media bukan satu-satunya sumber pemuas; (d) tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; (e) pencegahan signifikansi nilai kultural.

Asumsi-asumsi dasar teori tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

Khalayak dianggap aktif merupakan bagian penting dari pengguna media massa. Karena khalayak diasumsikan mempunyai tujuan dalam pemilihan suatu media.

Khalayak bebas memilih media yang pada prinsipnya secara bebas memilih dan menyeleksi media dan program-program yang akan digunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Khalayak memilih untuk menonton acara berita yang ada di televisi jika sedang membutuhkan sumber informasi begitu sebaliknya, khalayak akan menonton tayangan komedi apabila sedang membutuhkan suatu hiburan.

Media bukan satu-satunya sumber pemuas untuk dijadikan sarana memuaskan kebutuhan khalayak. Media harus mampu bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, kegunaan dan perhatian dalam memuaskan khalayak. Khalayak dapat memuaskan kebutuhannya tanpa media dengan cara pergi berlibur, olahraga, menari, memancing dan sebagainya.

Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Individu dianggap cukup paham untuk melaporkan motif dan kepentingan pada situasi-situasi tertentu. Khalayak melakukan pilihan secara sadar mengenai penggunaan media yang digunakannya.

Pencegahan signifikansi nilai kultural dari media massa harus dicegah. Program atau muatan media yang disajikan harus bersifat global karena akan ditangkap oleh khalayak yang beragam dari kultur berbedabeda pula agar tidak timbul konflik atau masalah-masalah yang berkelanjutan. Situasi sosial juga dapat turut terlibat dalam mendorong kebutuhan khalayak terhadap suatu media.

Persepsi terhadap media, waktu akses terhadap penggunaan media karakter dan harapan individu akan menuntun individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media. Kebutuhan hanya salah satu dari faktor penyebab terjadinya penggunaan media. Hubungan antara penggunaan dan keputusannya dalam memperhitungkan isi media dapat dikategorikan dengan motif penggunaan. Menurut McQuail (1991) terdapat beberapa kategori motif penggunaan media yaitu (a) informasi; (b) identitas pribadi; (c) integritas dan interaksi sosial; (d) hiburan. Kategori kelompok motif penggunaan media tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut. Motif penggunaan media sebagai informasi yaitu untuk mencari sebuah peristiwa yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat

bahkan hingga dunia. Motif penggunaan media sebagai identitas diri yaitu menemukan sebuah penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan dan mengidentifikasi model perilaku diri dengan nilai-nilai lainnya dalam media guna meningkatkan pemahaman kepada diri sendiri. Motif penggunaan media selanjutnya yaitu untuk integritas dan interaksi sosial untuk memperoleh pengetahuan tentang kondisi orang lain guna meningkatkan rasa memiliki satu sama lain. Memperoleh dan menemukan teman untuk melakukan sebuah interaksi guna menjalankan peran sosial. Motif penggunaan media yang terakhir yaitu motif hiburan untuk bersantai, mengisi waktu luang, menyalurkan emosi tentang permasalahan-permasalahan diri untuk memperoleh ketenangan jiwa. Pengguna media dapat menggunakan media sebagai sarana *coping* dan mencari dukungan-dukungan sosial di dunia maya. Media sosial dapat memberikan kesenangan dengan adanya respon yang diberikan oleh sesama pengguna, seperti *likes* dan *comment*. Khalayak bercerita mengenai masalah yang sedang dihadapinya di media sosial kemudian mendapatkan dukungan dari pengguna lain, hal ini menjadi alasan mengapa media sosial dapat dijadikan salah satu cara terhadap pemenuhan kebutuhan *coping stress*.

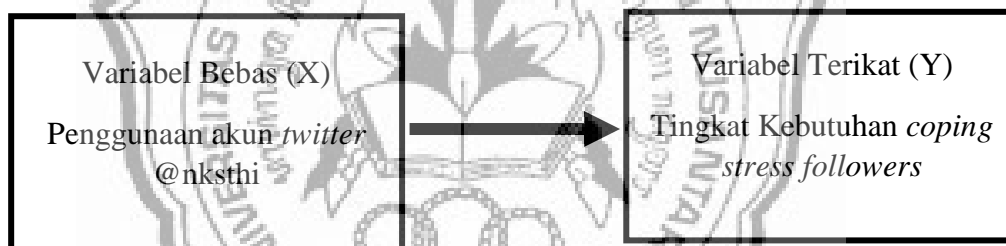
F. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah atau belum tentu kebenarannya sehingga harus diuji empiris (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan kerangka teori yang telah disebutkan di atas maka yang menjadi hipotesa dari penelitian ini adalah :

HI : Ada pengaruh penggunaan akun *twitter* @nksthi terhadap pemenuhan kebutuhan *coping stress* di kalangan *followers*.

HO : Tidak ada pengaruh penggunaan akun *twitter* @nksthi terhadap pemenuhan kebutuhan *coping stress* di kalangan *followers*. Dalam penelitian ini menggunakan hubungan asimetris, yaitu apabila satu variabel berhubungan dengan variabel lain. Dapat dipastikan variabel mana yang terjadi lebih dahulu (Variabel Bebas) dan mana yang terjadi kemudian (Variabel Terikat).



Gambar 1.1 Diagram Hubungan Antara Variabel Independen dan Variabel Dependen

G. Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan batasan terhadap masalah-masalah variabel yang dijadikan pedoman dalam penelitian sehingga akan memudahkan peneliti dalam mengoperasionalkannya di lapangan. Untuk memudahkan dan memahami dalam menafsirkan teori-teori yang ada dalam penelitian ini, maka akan ditentukan beberapa definisi konsep yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti yaitu antara lain :

1. Penggunaan Akun *Twitter* @nksthi

Penggunaan akun *twitter* @nksthi adalah besarnya penggunaan yang dilakukan oleh pengguna *twitter* dalam mengakses atau membuka akun *twitter* @nksthi yang dapat dilihat dari jumlah waktu akses, isi media, hubungan media dengan individu dan motif penggunaan *twitter*.

2. Kebutuhan *Coping Stress*

Coping stress adalah suatu bentuk usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk keluar serta mencoba mencari sebuah solusi dari setiap permasalahan yang ada untuk mengatasi, mengurangi dan tahan terhadap tuntutan-tuntutan sehingga seseorang mampu bangkit dan menjalani kehidupan seperti semula.

H. Operasionalisasi

Definisi operasional adalah spesifikasi *procedure*, yang merupakan penegasan ada atau tidaknya realitas tertentu sebagaimana digambarkan menurut konsepnya.

Tabel 1.2

Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator
1	Penggunaan Akun <i>Twitter</i> @nksthi	a. Jumlah Waktu (Waktu akses media, durasi atau lama waktu akses dan intensitas penggunaan media) b. Isi Media c. Hubungan media dengan individu d. Motif penggunaan media
2	Tingkat Pemenuhan Kebutuhan <i>Coping Stress</i>	a. <i>Planful problem solving</i> ; b. <i>Confrontive coping</i> ;

No	Variabel	Indikator
		c. <i>Seeking social support</i> ; d. <i>Accepting responsibility</i> e. <i>Distancing</i> ; f. <i>Escape-avoidance</i> ; g. <i>Self-control</i> ; <i>Positive reappraisal</i>

I. Metode Penelitian

1. Lokasi atau Obyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) lokasi penelitian merupakan tempat dimana situasi sosial tersebut akan diteliti. Lokasi atau obyek yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian terletak di media sosial *Twitter* @nksthi. Berfokus hanya pada *followers* atau pengikut pada akun *twitter* @nksthi.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data berupa statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan .

3. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *followers* akun *Twitter* @nksthi yang berjumlah 2 juta pengikut.

4. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi (Martono Nanang, 2011). Metode sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Dikatakan *simple* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara sederhana tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Peneliti memberikan sebuah pertanyaan pada awal kuesioner yang mana jika subyek tidak memenuhi spesifikasi maka secara otomatis subyek tidak akan melanjutkan untuk kuesioner selanjutnya. Karena ini berhubungan dengan *tweet* pada akun *twitter* @nksthi maka subyek harus memenuhi kriteria sebagai pengikut akun *twitter* @nksthi.

Penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

1 = angka konstan

e^2 = standar *error*

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan standar *error* 9%, dengan nilai standar *error* semakin kecil maka sampel semakin mewakili dan apabila masih dalam *range* batas maksimal yang ditetapkan yaitu kurang dari 10%, maka dianggap cukup untuk mewakili jumlah populasi. Sehingga jumlah sampel yang akan diambil yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{2.000.000}{1 + 2.000.000 (0,09^2)}$$

$$n = \frac{2.000.000}{1 + 2.000.000 (0,0081)}$$

$$n = \frac{2.000.000}{16.201}$$

$$n = 123$$

Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 123, hal tersebut sudah dianggap cukup dengan didasarkan oleh pendapat Roscoe yang dikutip kembali oleh (Juliansyah, 2013) yang menyatakan jumlah sampel antara 30 sampai 500 sudah dianggap cukup untuk kebanyakan penelitian.

5. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan yaitu peneliti memilih teknik *sampling* probabilitas. Probabilitas adalah sampel melalui teknik *random* atau acak. Menurut Kriyantono Rachmat (2010), sampel probabilitas yaitu sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas dimana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara sistematis. Peneliti memberikan sebuah pertanyaan pada awal kuesioner yang mana jika subyek tidak memenuhi spesifikasi maka secara otomatis subyek tidak akan melanjutkan untuk kuesioner selanjutnya. Karena ini berhubungan dengan *tweet* pada akun *twitter* @nksthi maka subyek harus memenuhi kriteria sebagai pengikut akun *twitter* @nksthi. Pada penelitian ini responden yang digunakan yaitu *followers* akun *Twitter* @nksthi.

6. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder yaitu sebagai berikut :

a. Data Primer

Menurut Cooper dan C. William Emory (1996) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yang dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dengan data primer peneliti dapat mengumpulkan secara teliti informasi yang mereka inginkan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan

hasil dari penyebaran kuesioner *online* yang dilakukan peneliti kepada *followers* akun *twitter* @nksthi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumentasi, publikasi, laporan penelitian maupun sumber data lainnya yang menunjang (Cooper, 1996). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, jurnal dan artikel *online* yang digunakan dalam menunjang data primer sebagai pendukung.

7. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

a. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan survei. Teknik ini dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan yang disediakan sebelumnya dengan maksud untuk mengumpulkan data dan informasi langsung dari responden yang bersangkutan.

b. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang dibuat berdasarkan pada indikator definisi operasional yang telah disusun. Kuesioner atau angket adalah sejumlah pertanyaan yang dibagikan kepada responden untuk dijawab guna memperoleh informasi tentang penelitian ini. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian

ini adalah kuesioner tertutup yang berarti peneliti menyediakan jawaban sehingga responden tinggal memilih jawaban yang paling sesuai.

8. Teknik Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai sebuah validitas yang tinggi. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya suatu validitas instrumen menunjukkan sejauhmana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara x dan y

x = nilai x

y = nilai y

n = banyak nilai

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiharto dan Situnjak (2006) uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya di lapangan. Menurut Ghozali (2016) pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas menggunakan suatu variabel yang dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Dengan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.
- b. Suatu variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60.

Rumus Alpha Cronbach adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas yang dicari
 n = jumlah item yang di uji
 $\sum \sigma_t^2$ = jumlah varian skor tiap-tiap item
 σ_t^2 = varian total

Jika nilai alpha > 0,60 adalah reliabilitas mencukupi sementara jika alpha > 0,70 menandakan bahwa item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat.

9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan upaya mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data dapat dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah dalam penelitian. Teknik analisis data diperoleh secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara menjabarkan, menyusun, membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain yang membaca.

a. Uji Rank Spearman-rho

Uji Rank Spearman-rho adalah pengujian untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yaitu penggunaan akun *twitter* @nksthi serta variabel dependen yaitu tingkat pemenuhan kebutuhan *coping stress*. Rumus Uji Rank Spearman-rho yaitu sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan :

d_i = selisih antara kedua peringkat dari setiap pengamatan

n = jumlah pengamatan

b. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian data untuk melihat sebuah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal akan memperkecil kemungkinan terjadinya sebuah praduga. Dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov Smirnov melalui program SPSS for *windows*.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan sebuah ilmu statistika yang digunakan untuk menguji suatu kebenaran pernyataan secara statistik untuk menarik kesimpulan. Uji hipotesis digunakan untuk mengambil sebuah keputusan yang didasarkan pada analisis data yang berpihak pada yang benar dari percobaan yang terkontrol maupun yang tidak terkontrol. Untuk mengetahui bentuk korelasi pada penelitian ini dapat menggunakan program SPSS *for windows*.

