

BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

2.1 Twitter

Pada bulan Maret 2006, media sosial dengan nama Twitter secara resmi diluncurkan oleh Jack Dorsey dengan konsep *micro-blogging*. Disebut *micro-blogging* sebab Twitter memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan secara terbuka seperti pada konsep penggunaan blog yang sudah berkembang sebelumnya. Pesan tersebut kemudian dinamakan sebagai *tweet* yang merupakan teks tertulis dengan batasan maksimal sejumlah 140 karakter yang berisi informasi tertentu sesuai dengan keinginan pengguna. Dengan pesan yang dituliskan secara singkat tersebut membuat pengguna menjadi lebih mudah untuk menulis serta membaca informasi yang tersedia.

Cikal bakal lahirnya Twitter bermula dari proyek bertajuk *twtr* yang digagas oleh Jack Dorsey saat ia masih bekerja di sebuah perusahaan penyiaran (*podcasting*) bernama Odeo yang berbasis di San Francisco, Amerika. Pada awalnya Jack Dorsey dan rekan-rekannya hanya menggunakan Twitter sebagai layanan internal perusahaan hingga kemudian versi lengkap dari Twitter diperkenalkan ke publik pada 15 Juli 2006. Jack Dorsey sebagai pendiri memilih penggunaan nama Twitter sebab memiliki makna yang unik sekaligus menarik yakni “ledakan informasi yang tidak penting” dan “celotehan burung”.



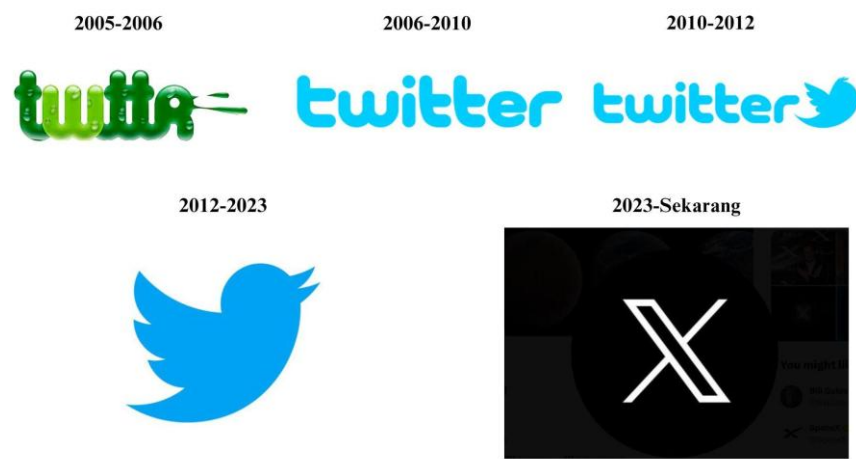
Gambar 2.1 Sketsa Awal Cikal Bakal Twitter oleh Jack Dorsey

Sumber: Waller (2014)

Pada awalnya, Twitter dioperasikan oleh perusahaan Twitter Corp namun pada tahun 2022, Elon Musk, CEO dari perusahaan Tesla mengakuisisi Twitter dengan membeli *platform* media sosial tersebut seharga \$44 miliar dolar. Melansir unggahan dari New York Times (2022), Elon Musk menetapkan tujuan yang ambisius setelah berbulan-bulan melakukan negosiasi hingga menghadapi tuntutan hukum untuk mendapatkan persetujuan akuisisi Twitter yakni dengan mengubah aplikasi tersebut menjadi "*everything app*" atau aplikasi serba ada yang disebut sebagai X. Setelah diakuisisi, Twitter secara resmi berganti nama menjadi X pada 31 Juli 2023 yang menandai era baru Twitter dalam naungan Elon Musk. Meskipun telah melakukan pergantian logo dan nama namun mayoritas pengguna masih menggunakan istilah Twitter untuk menyebut sosial media tersebut.

Penggunaan logo burung berwarna biru yang dikenal sebagai "*Larry the Bird*" bertahan hingga 10 tahun dan dipaksa untuk berganti pada tahun 2023 karena Elon Musk yang telah mengakuisisi Twitter melakukan *rebranding* secara besar-

besaran. Pergantian nama diiringi dengan perubahan logo yang berganti menjadi notasi huruf X berwarna putih dengan latar belakang berwarna hitam. Logo tersebut melambangkan masa depan, ekspresi, eksplorasi, serta eksperimen. Berikut adalah gambaran lengkap perubahan logo Twitter dari waktu ke waktu:



Gambar 2.2 Evolusi Logo Twitter

Sumber: Twitter, data diolah peneliti (2024)

Sebagai bagian dari internet, Twitter memfasilitasi pertukaran dan penyebaran berita dari berbagai penjuru dunia. O'Reilly & Milstein (2012) mengungkapkan Twitter telah menjadi surat kabar daring dunia secara *real time* sejak Juli 2008 saat masyarakat mulai menyadari bahwa unggahan Twitter terkait gempa di Los Angeles tersebar sepuluh menit lebih cepat dibandingkan laporan dari media berita mainstream. Informasi menyebar secara cepat melalui Twitter,

unggahannya mampu membantu pengguna lain untuk mengkonfirmasi apa yang sedang terjadi bahkan membentuk ruang untuk bertukar pikiran dalam diskursus.

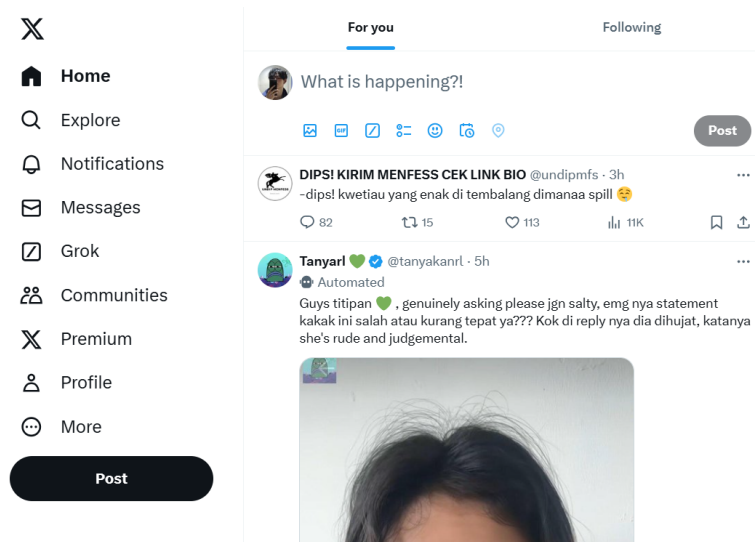
Saat ini Twitter tidak hanya menjadi media sosial ataupun surat kabar digital yang memfasilitasi interaksi dalam dunia maya. Lebih dari itu, dari sisi akademik dan keilmuan, Twitter kini memiliki fungsi utama sebagai alat komunikasi sains yang mampu membantu persebaran ilmu pengetahuan kepada khalayak, menjembatani interaksi antara jurnalis, pakar dan masyarakat, mengembangkan berbagai komunitas, dan meningkatkan dampak dari adanya publikasi ilmiah (Denia, 2021). Weller et.al (2013) turut menyatakan bahwa dengan pengguna yang sangat beragam, komunitas dengan berbagai bahasa dan subkultur yang sangat majemuk membuat Twitter menjadi situs yang sangat kaya untuk dijadikan sebagai bahan analisis dan penelitian baik dengan menggunakan pendekatan kualitatif, etnografi maupun menggunakan pendekatan *big data*.

2.2 Fitur Twitter

2.2.1 Home

Beranda merupakan halaman pertama yang muncul setelah penggunaan melakukan *log-in* (masuk) atau *sign-up* (mendaftar) pada aplikasi Twitter. Pengguna Twitter umumnya menyebut Beranda atau Home pada aplikasi Twitter dengan sebutan *timeline* yang menampilkan aliran *tweet* dari berbagai akun yang diikuti oleh pengguna maupun *tweet* populer yang disajikan berdasarkan hasil perhitungan algoritma Twitter. Beranda Twitter umumnya dibagi menjadi dua kelompok. Pengguna dapat memilih kelompok beranda yang menampilkan *tweet*

yang disarankan untuknya (*for you*) ataupun *tweet* khusus yang bersumber dari akun-akun yang telah diikuti (*following*). Berikut adalah contoh tampilan *timeline* pada media sosial Twitter:



Gambar 2.3 Tampilan Beranda Twitter

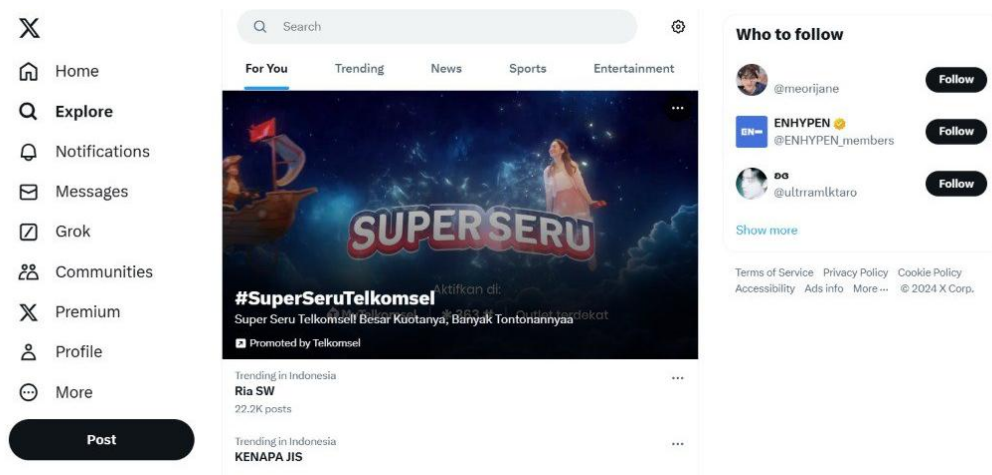
Sumber: Twitter, Dokumentasi Pribadi Peneliti (2024)

Beranda menampilkan *tweet* populer dan telah disesuaikan dengan minat dari masing-masing pengguna. *Tweet* yang disajikan dalam *timeline* ini dapat berupa *tweet* orisinil dari pengguna lain, *tweet* yang diunggah kembali (*retweet*), diunggah kembali dengan menambahkan komentar (*quote tweet*), disukai maupun *tweet* yang memuat unsur media seperti foto, video, audio maupun *polling* jajak pendapat. Dalam *timeline* juga dapat disajikan suatu utas atau lebih umum disebut dengan *thread* yakni *tweet* bersambung yang mampu menghubungkan satu *tweet* dengan *tweet* lain sehingga informasi dapat diunggah secara lengkap dan meminimalisir kesalahpahaman dalam memahami informasi. Beranda dapat diperbarui setiap waktu sehingga dapat terus terhubung dengan topik-topik terkini.

Melalui beranda, pengguna dapat menulis dan mengunggah *tweet* miliknya sendiri. Sebelum mengunggah suatu *tweet*, pengguna mampu menambahkan pengaturan tambahan pada *tweet* tersebut mulai dari jenis konten, siapa saja yang dapat membalas hingga penambahan keterangan lokasi. Pengguna juga dapat membalas *tweet* yang ditampilkan dalam beranda secara langsung (*reply*) dan terlibat dalam diskusi umum dengan pengguna lain. Di lain sisi, pengguna dapat menyebut pengguna lain dalam unggahannya dengan menambahkan simbol @ yang diikuti *username*. Interaksi ini disebut dengan *mention* yang bersifat publik.

2.2.2 Explore

Untuk memaksimalkan pengalaman pengguna dalam menjelajah internet, Twitter menyediakan fitur *Explore* dengan berfungsi untuk melakukan pencarian baik itu pencarian akun, topik dan *tweet* yang lebih spesifik melalui bilah pencarian. Berikut merupakan contoh tampilan fitur *Explore* pada aplikasi Twitter:



Gambar 2.4 Tampilan *Explore* Twitter

Sumber: Twitter, Dokumentasi Pribadi Peneliti (2024)

Dengan menggunakan bilah pencarian yang tersedia, pengguna dapat melakukan pencarian terhadap akun milik pengguna lain dengan menuliskan *username* maupun *display name*. Bilah pencarian juga dapat difungsikan untuk melakukan penelusuran topik atau *tweet* yang lebih spesifik dengan menuliskan kata kunci berupa kata, frasa, maupun kalimat yang mampu merepresentasikan topik. Pengguna juga mampu mengatur hasil pencarian dengan membisukan atau memblokir akun maupun kata tertentu dan penyortiran terhadap konten sensitif.

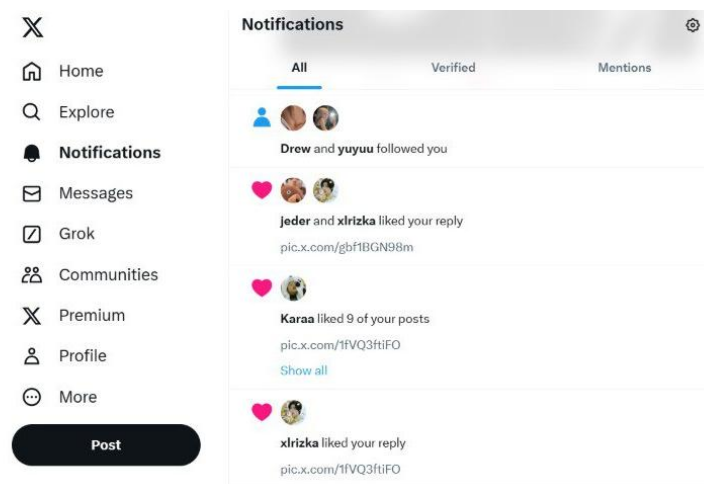
Dalam *Explore* Twitter ini dapat diamati *trending topics* atau topik yang sedang menjadi perbincangan banyak orang yang selalu berubah menyesuaikan dengan kondisi terkini. *Trending topics* ini dapat berbentuk kata, frasa maupun tagar yang diawali dengan penggunaan simbol # (*hashtag*). Tren atau *trending topics* yang muncul dalam *Explore* pengguna akan berbeda-beda yang disebabkan oleh algoritma yang menyesuaikan tren sesuai dengan minat pengguna, akun yang diikuti serta lokasi pengguna.

Ketika pengguna menekan salah satu frasa yang ada dalam barisan *trending topics* maka akan muncul seluruh *tweet* yang mengandung kata kunci sesuai yang ada dalam *trending topics*. Pengguna dapat mengelompokkan hasil pencarian atau *tweet* yang muncul berdasarkan pada *tweet* terpopuler (*top*), *tweet* terbaru (*latest*), akun pengguna lain yang relevan (*people*), *tweet* yang mengandung unsur foto maupun video (*media*), dan juga mengelompokkan hasil pencarian berdasarkan daftar (*list*) tertentu. Hal ini turut berlaku pada saat penggunaan melakukan

pencarian melalui bilah pencarian yang hasil pencariannya telah dikelompokkan secara otomatis oleh Twitter.

2.2.3 Notification

Notifikasi merupakan menu yang diperuntukkan untuk melihat informasi terbaru terkait interaksi yang dilakukan dengan sesama pengguna. Pengguna dapat melihat *tweet* yang disukai, di-*retweet*, maupun di-*reply* oleh pengguna lain termasuk juga dengan penambahan pengikut baru. Selain itu, menu notifikasinya juga memungkinkan pengguna untuk melihat *tweet* pengguna lain dengan cara melakukan *mention* atau menyebut pengguna lain dalam interaksinya. Berikut adalah tampilan notifikasi pada Twitter yang diakses menggunakan browser:



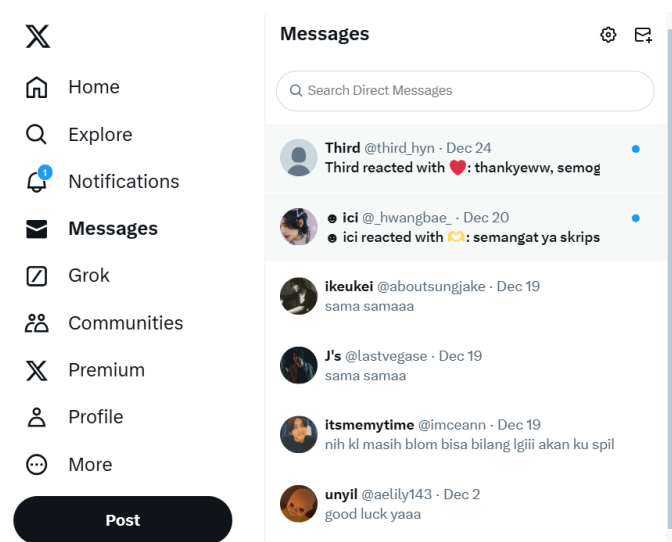
Gambar 2.5 Tampilan Notifikasi Twitter

Sumber: Twitter, Dokumentasi Pribadi Peneliti (2024)

2.2.4 Direct Message

Pengguna Twitter dapat melakukan interaksi yang lebih privat dengan menggunakan menu *Direct Message* atau DM. DM memungkinkan pengguna

berinteraksi secara privat melalui pertukaran pesan pribadi. Pengguna Twitter bahkan dapat membuat grup yang terdiri atas dua atau lebih pengguna dan melakukan pertukaran pesan secara daring dalam kelompok tersebut. Jenis pesan yang dapat dikirimkan melalui *Direct Message* ini mencakup pesan teks, *voice note* atau audio, berbagi tautan, maupun media lain seperti gambar dan dokumen yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan percakapan. Berikut adalah tampilan *Direct Message* aplikasi Twitter:



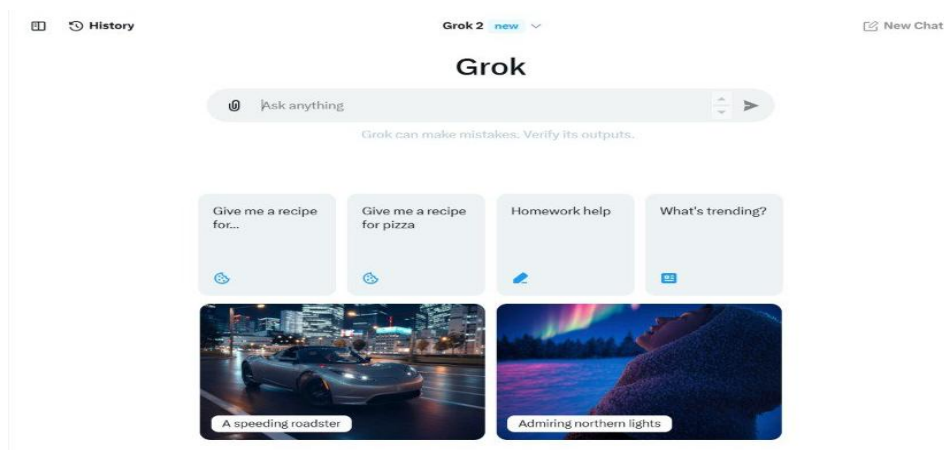
Gambar 2.6 Tampilan *Direct Message* Twitter

Sumber: Twitter, Dokumentasi Pribadi Peneliti (2024)

2.2.5 Grok

Grok merupakan fitur terbaru berupa *chatbot* AI (*Artificial Intelligence*) yang dikembangkan oleh xAI yang dirilis pada tahun 2024. Seperti halnya kecerdasan buatan pada umumnya, Grok mampu menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh pengguna. Grok memiliki kemampuan untuk memberikan rangkuman terkait topik yang sedang menjadi perbincangan sehingga pengguna

dapat tetap terhubung secara *real-time* dengan informasi dan isu-isu yang sedang disoroti oleh pengguna Twitter yang lain. Berikut adalah tampilan menu Grok atau AI yang ada pada aplikasi Twitter:

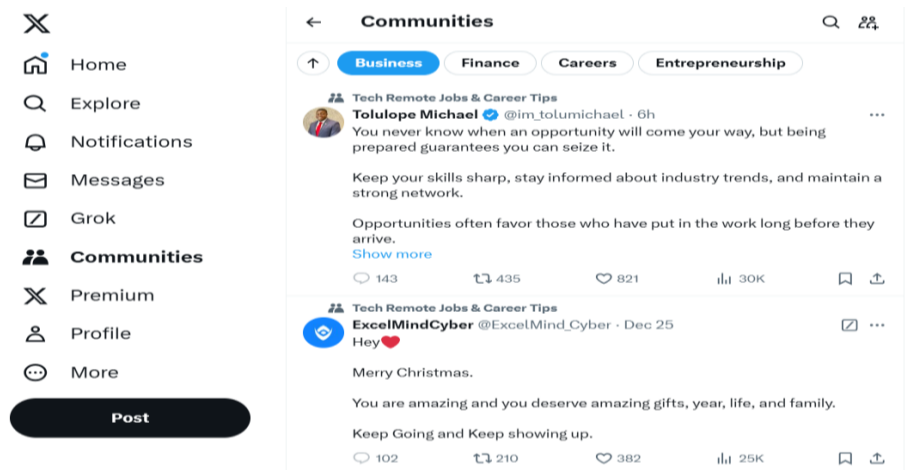


Gambar 2.7 Tampilan AI Grok Twitter

Sumber: Twitter, Dokumentasi Pribadi Peneliti (2024)

2.2.6 Communities

Communities atau komunitas memungkinkan pengguna Twitter untuk membentuk sebuah komunitas yang besar dengan pengguna lain yang memiliki kesamaan minat, tujuan, maupun latar belakang. Untuk bergabung dengan suatu komunitas, pengguna dapat masuk pada menu *Communities* dan mencari nama komunitas sesuai keinginan dan bergabung. Terdapat komunitas terbuka yang memungkinkan siapa saja untuk bergabung tetapi terdapat pula komunitas tertutup yang memerlukan persetujuan pengelola komunitas terlebih dahulu untuk bergabung. Pengguna dapat bergabung dengan lebih dari satu komunitas dan *tweet* dalam komunitas tersebut dapat dilihat melalui beranda pengguna. Berikut adalah tampilan menu *Communities* pada aplikasi Twitter:

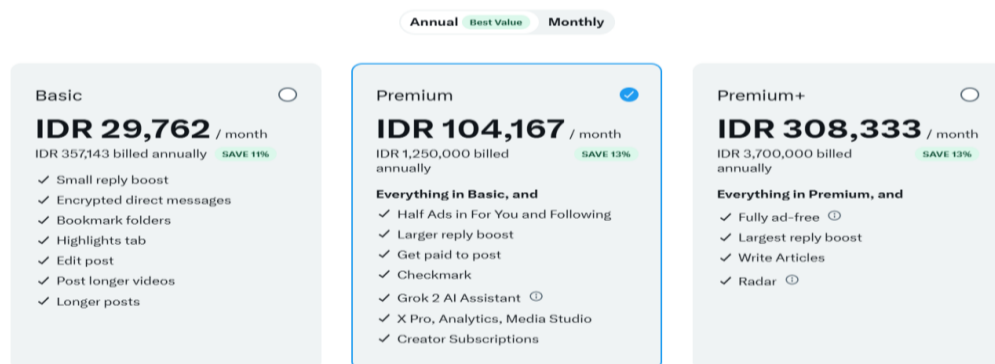


Gambar 2.8 Tampilan Fitur Komunitas Twitter

Sumber: Twitter, Dokumentasi Pribadi Peneliti (2024)

2.2.7 Premium

Twitter menawarkan adanya layanan berlangganan premium yang dapat meningkatkan kualitas dan kenyamanan bagi penggunaannya melalui fitur Twitter Premium. Pengguna dapat berlangganan untuk mendapatkan manfaat sehingga mendapat pengalaman menggunakan media sosial yang lebih mutakhir.



Gambar 2.9 Jenis Paket Layanan Berlangganan Twitter Premium

Sumber: Twitter (2024)

Pada laman resminya, Twitter memperlihatkan tiga jenis layanan berlangganan yang dapat dibeli oleh pengguna sesuai dengan kebutuhannya. Tiga jenis paket berlangganan tersebut adalah *Basic*, *Premium*, dan *Premium+* yang memiliki rentang harga yang berbeda-beda. Semakin tinggi harga dari paket berlangganan tersebut, semakin banyak pula manfaat yang akan didapatkan. Dengan berlangganan Twitter melalui fitur premium, pengguna memperoleh keuntungan seperti tambahan fitur edit untuk *tweet* yang diunggah, dapat mengunggah *tweet* dengan karakter dan durasi video yang lebih panjang, membuat komunitas, tanda centang biru, hingga *timeline* yang bebas iklan. Namun fitur premium ini adalah fitur yang bersifat opsional sehingga pengguna diberikan kebebasan untuk berlangganan maupun tidak berlangganan.

2.2.8 Profile

Menu *profile* pada aplikasi Twitter memuat seluruh informasi tentang penggunaannya selaku pemilik akun tersebut. Terdapat *username* yang selalu diawali dengan simbol @ yang diikuti karakter atau nama unik yang berbeda pada setiap penggunanya. Tercantum pula nama pengguna (*display name*), foto profil, lokasi, tanggal lahir, situs web, tanggal bergabung dan juga bio yang merupakan informasi tambahan tentang penggunaan. Informasi ini dapat diubah dan disesuaikan dengan keinginan pengguna. Selain itu, ditampilkan pula jumlah *followers* (pengguna lain yang mengikuti) dan *following* (pengguna lain yang diikuti). Followers pada Twitter umum disebut sebagai *mutual*.



Gambar 2.10 Tampilan Profil Pengguna Twitter
Sumber: Twitter, Dokumentasi Pribadi Peneliti (2024)

Dalam menu profil ini, pengguna dapat menyematkan satu *tweet* yang telah diunggah agar *tweet* tersebut selalu berada di bagian paling atas pada laman profilnya. Ketika melihat profil pengguna juga dapat disaksikan aktifitas dari pengguna tersebut seperti halnya kegiatan *tweet*, *quotes*, *replay*, maupun *retweet* yang telah dilakukan. *Likes* atau tanda suka yang diberikan oleh pengguna juga dapat dilihat melalui menu profil ini, tetapi pengguna lain tidak dapat melihat *tweet* yang disukai oleh pengguna lain selain miliknya sendiri.

2.2.9 *More*

Dalam rangka mewujudkan *branding* barunya sebagai "*everything app*" maka terdapat fitur lain yang ditambahkan pada aplikasi Twitter. Fitur ini dapat ditemukan pada menu *More* atau Lainnya yang memuat banyak fitur dengan kegunaan yang berbeda-beda. **Pertama**, terdapat fitur *List* yang memiliki fungsi

untuk melakukan pengelompokan terhadap akun akun yang diikuti. **Kedua**, terdapat fitur *Bookmark* atau markah yang fungsinya adalah menandai *tweet* sehingga *tweet* dapat disimpan dan mudah untuk diakses kembali oleh pengguna.

Ketiga, fitur *Monetization* atau monetisasi yang dapat diaktifkan oleh pengguna untuk mendapatkan penghasilan dari *tweet* yang diunggah baik itu melalui konten eksklusif bagi pengikutnya maupun dalam bentuk bagi hasil pendapatan iklan. **Keempat**, Twitter menawarkan fitur *Verification Organization* dalam menu sebagai layanan yang dikhususkan bagi semua jenis organisasi baik dari sektor bisnis, pemerintah maupun nirlaba untuk mendaftarkan akun Twitter resminya dan memiliki kontrol penuh terhadap keberadaan akun resmi tersebut.

Kelima, *Ads* atau iklan yang merupakan fitur berbayar yang dapat diakses oleh pengguna Twitter untuk melakukan promosi. **Keenam**, fitur *Job* atau lowongan pekerjaan yang ditujukan bagi para pencari kerja sehingga pengguna dapat mencari dan mendaftar pekerjaan melalui aplikasi Twitter. **Ketujuh**, *Space* atau fitur untuk melakukan interaksi dengan membangun suatu ruang percakapan audio secara langsung dengan pengguna lain yang ada di media sosial tersebut. **Kedelapan**, *Setting and Privacy* yang merupakan pusat kendali dari akun Twitter sehingga pengguna dapat mengelola akun pribadinya sesuai dengan kebutuhan seperti mengubah kata sandi dan *username*, mengatur izin pengiriman pesan, privasi akun dan sebagainya.

2.3 Permendikbud Nomor 2 Tahun 2024

Permendikbud Nomor 2 Tahun 2024 tentang Standar Satuan Biaya Operasional Pendidikan Tinggi (SSBOPT) pada Perguruan Tinggi Negeri atau PTN di Lingkungan Kementerian Pendidikan Kebudayaan, Riset dan Teknologi diterbitkan oleh Menteri Pendidikan Kebudayaan, Riset dan Teknologi, Nadiem Anwar Makarim pada tanggal 19 Januari 2024. Dalam naskah yang terdiri atas 18 halaman tersebut, regulasi memuat 7 bab yang memuat 34 pasal beserta lampiran yang mengatur mengenai perhitungan biaya pendidikan yang harus diikuti oleh seluruh satuan pendidikan tingkat perguruan tinggi di Indonesia.

Regulasi ini menjadi regulasi salah satu regulasi yang kontroversial sebab muatannya membawa dampak besar bagi naiknya biaya pendidikan tingkat perguruan tinggi di Indonesia. Dengan aturan yang dimuat di dalamnya, regulasi ini menjadi cikal bakal naiknya biaya pendidikan tingkat perguruan tinggi yang meliputi Biaya Kuliah Tunggal (BKT), Uang Kuliah Tunggal (UKT), dan Iuran Pengembangan Institusi (IPI) yang naik secara drastis. Kenaikan tersebut mempersulit mahasiswa melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi.

Salah satu pasal yang adalah Pasal 11 ayat (1) yang menegaskan bahwa UKT dinyatakan pada saat mahasiswa telah diterima pada program studi di sebuah universitas. Pasal tersebut mampu meningkatkan kerentanan akan terjadinya komersialisasi pendidikan pada tingkat perguruan tinggi. Pasal lain yang dinilai bermasalah yakni pada Pasal 7 yang mengatur bahwa perguruan tinggi dapat menetapkan tarif UKT yang lebih besar dari besaran UKT pada program diploma dan sarjana. Dengan adanya pasal-pasal tersebut, maka kebijakan menjadi rentan

diinterpretasikan oleh perguruan tinggi sesuai dengan kemauannya sehingga mampu menimbulkan lonjakan biaya pendidikan tingkat perguruan tinggi yang drastis. Hal ini meningkatkan potensi perguruan tinggi menjadi sewenang-wenang dalam menaikkan besaran biaya kuliah yang dibayarkan oleh mahasiswa.

Regulasi yang diterbitkan oleh Kemendikbud Ristek tersebut kemudian menjadi bertentangan dengan Pasal 74 ayat (2) Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi yang mengamanatkan bahwa pemerintah bertanggung jawab penuh atas pendanaan pendidikan tinggi melalui pembentukan dana alokasi pendidikan dalam bentuk biaya operasional maupun biaya non-operasional. Dengan demikian, regulasi tersebut bertentangan dengan kebijakan pendahulunya dan meningkatkan potensi membebani universitas dengan standar biaya yang ketat serta adanya mengurangi otonomi dan kemampuan kampus untuk mengelola keuangan.

Banyaknya pihak yang terdampak dan dirugikan oleh kebijakan tersebut memicu aksi protes yang dilangsungkan untuk menolak kebijakan. Penolakan yang terjadi secara masif melalui berbagai media akhirnya ditanggapi oleh pemerintah melalui diselenggarakannya Rapat Dengar Pendapat oleh komisi X DPR RI yang turut mengundang perwakilan BEM Seluruh Indonesia. Pada akhirnya, upaya partisipatif yang dilakukan oleh masyarakat untuk memberikan respon dan mendesak pemerintah untuk mengkaji ulang kebijakan ditanggapi dengan pernyataan sikap dari Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi bahwa biaya pendidikan tingkat perguruan tinggi batal mengalami kenaikan. Sebagai tindak lanjut, Permendikbud No. 2 Tahun 2024 kemudian dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.