

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi secara luas kerap didefinisikan sebagai kegiatan saling tukar-menukar pendapat. Hubungan antara individu maupun kelompok juga dapat disebut komunikasi. Komunikasi adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh manusia sebagai bagian dari kehidupan dan perilaku manusia. Mengenai beberapa sumber istilah komunikasi berawal dari kata Latin *communis* yang bermakna ‘menciptakan kebersamaan’ atau ‘membuat kebersamaan antara dua atau lebih orang’. Berbagi adalah asal kata dari *communico* akar kata *communis*. Berbagi dalam konteks ini berarti mengirimkan pesan kepada orang lain. (Soyomukti, 2010)

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Harold Lasswell mengatakan : *Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?* Menyatakan bahwa sebagai tanggapan atas pertanyaan yang diutarakan, ada lima komponen dalam komunikasi :

- Komunikator (*communicator, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel, Media*)
- Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*)
- Dampak, efek atau pengaruh (*effect, impact, influence*)

Menurut pernyataan diatas, komunikasi adalah metode dimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan yang dapat mendatangkan efek tertentu dengan melalui media. Dengan kata lain, komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses yang melibatkan setidaknya empat faktor yang menjadi prasyarat komunikasi, elemen-elemen ini meliputi :

- 1) Komunikator, adalah seseorang yang memulai komunikasi dengan mengambil inisiatif dengan nama lain komunikator adalah pihak pengirim pesan.

- 2) Pesan, adalah setiap informasi yang mau disampaikan melalui tanda atau simbol, seperti kata-kata tertulis atau lisan, gambar, angka dan gerakan.
- 3) Media, merupakan wadah untuk menyebarkan pesan atau informasi yang dikirim.
- 4) Komunikan yaitu pihak penerima informasi

2.1 Media Sosial

2.1.1 Definisi Media Sosial

Media sosial adalah *platform* digital yang memungkinkan penggunaannya untuk ikut serta dalam membuat, berbagi, berkomentar dan menyebarkan berbagai jenis informasi dalam beragam format termasuk teks, gambar, dan video secara layanan dalam jaringan (*online*). Boyd (2009) menafsirkan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan setiap personal atau komunitas guna berinteraksi, berkumpul, bertukar informasi dan sesekali bekerja sama atau bermain satu sama lain. (Nasrullah, 2015). Menurut definisi tersebut menggambarkan media sosial digunakan sebagai alat berkomunikasi yang memudahkan pengguna berinteraksi baik secara individu maupun kelompok dengan menggunakan jaringan internet.

Melihat perkembangan media sosial di seluruh dunia menggambarkan jelas bahwa *platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, dan lainnya banyak digunakan untuk berkomunikasi. Jenis komunikasi ini dapat terjadi baik dalam kelompok maupun individu. Sebagian besar orang menggunakan media sosial untuk tetap berhubungan dengan teman dan juga untuk membangun hubungan sosial. Media sosial sendiri mencakup berbagai bentuk media seperti gambar, audio dan video.

Media sosial sering dikaitkan dengan kemudahan penggunaannya. Setiap pengguna yang terhubung ke internet dapat mengaksesnya tanpa kesulitan terhadap media sosial untuk mencari, menerima, menggunakan dan menikmati berbagai informasi yang tersedia pada platform kebebasan untuk berkomunikasi. Penggunaanya juga tidak terbagi dalam kelompok seperti sosial, ekonomi dan

lainnya. Media sosial memberikan peluang untuk membangun dan memperluas hubungan antar individu maupun kelompok dengan menggunakan jaringan internet dan media sosial tanpa adanya status sosial.

2.1.2 Manfaat Media Sosial

(Rohmadi, 2016) Menyatakan bahwasanya media sosial mempunyai banyak manfaat sebagaimana berikut:

1. Memperoleh informasi, salah satu topik yang paling populer dan dibicarakan di media sosial adalah informasi beasiswa, lowongan kerja, agama, politik dan inspirasi.
2. Membentuk komunitas, orang-orang dengan minat dan hobi yang sama dapat berkumpul dan berinteraksi sebagai sebuah komunitas. Secara tidak langsung dapat berinteraksi, berkontribusi pada koordinasi, dan *sharing*.
3. Kegiatan sosial, pengguna media sosial dapat dengan mudah menggalang dana untuk kegiatan sosial. Pasalnya, informasi mengenai penggalangan dana dapat dengan cepat menjangkau banyak orang.
4. *Branding*, *branding* adalah upaya komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat mereknya dikenali orang. *Branding* saat ini tidak hanya dilakukan oleh perusahaan tetapi juga dapat dilakukan secara personal (individu), yang biasanya dikenal sebagai *personal branding*.
5. Promosi, ketersediaan media sosial dapat mempermudah bagi penggunanya untuk memasarkan barang atau jasa yang dimiliki, jika sebelumnya menjual harus dilakukan dipinggir jalan. Kini, kehadiran media sosial penggunanya dapat memanfaatkan untuk berjualan dari rumah pun bisa.

2.1.3 Penggunaan Media Sosial

Menurut Chris Heuer dalam buku (Solis, 2010) mengidentifikasi diperoleh empat C dalam pemakaian media sosial (Jafar, 2021), sebagaimana berikut :

1. *Context*: “*How we frame our stories.*”, metode untuk menyusun informasi (pesan) dengan memperhatikan kata-kata dan substansi informasi yang ingin disampaikan.

2. *Communication*: “*The practice of sharing our sharing story as well as listening, responding, and growing.*”, yaitu metode pertukaran informasi (pesan) sama halnya mendengarkan, bereaksi, dan tumbuh dalam bermacam metode untuk menjadikan pengguna merasa nyaman dan terlaksana dengan baik.
3. *Collaboration*: “*Working together to make things better and more efficient and effective.*”, hal-hal yang baik dibuat lebih efektif dan efisien melalui kolaborasi antara akun atau perusahaan dengan para penggunanya di media sosial.
4. *Connection*: “*The relationships we forge and maintain.*”, semuanya tergantung pada menjaga hubungan yang telah terjalin sebelumnya, melalui tindakan berkelanjutan. Akibatnya, hal itu bisa membuat orang lebih dekat dengan perusahaan yang menggunakan media sosial.

2.2.4 Jenis-jenis Media Sosial

Menurut (Nasrullah, 2015) dalam bukunya yang berjudul Media Sosial menjabarkan media sosial menjadi enam kelompok besar sebagaimana berikut :

1. *Social Networking*

Social networking adalah sarana dimana interaksi terjadi, serta akibat dari interaksi pada dunia *virtual*. Sasaran utama dari situs jejaring sosial yaitu memungkinkan pengguna untuk membangun pertemanan baru. Terbentuknya pertemanan baru karena orang-orang memiliki minat yang serupa, sebagaimana dalam kecocokan hobi. Seperti dari jejaring sosial adalah Facebook dan Instagram.

2. *Blog*

Blog adalah *platform* media sosial dimana seseorang dapat bertukar informasi, memberi komentar, tautan web dan konten lainnya dengan pengguna lain serta dapat mempublikasikan aktivitas sehari-hari.

3. *Microblogging*

Microblogging yaitu jenis media sosial dimana individu dapat memposting, berbagi aktivitas dan pemikiran mereka. Secara historis, kehadiran media sosial semacam ini dimulai dari lahirnya media sosial Twitter yang memberi fasilitas terhadap penggunaannya dengan jumlah karakter untuk menulis sebuah *tweet* yaitu sebanyak 140 karakter.

4. *Media Sharing*

Pengguna *platform* jejaring sosial ini dapat bertukar dan menyimpan file media termasuk dokumen, video, musik musik dan foto secara *online*. Contoh dari Media sosial ini meliputi Youtube, Flickr, Photobucket, dan Snapfish.

5. *Social Bookmarking*

Social Boormarking yaitu alat media sosial yang digunakan untuk mengelola, mengatur, menyimpan dan mencari informasi (pesan) secara *online*. Contoh *Social bookmarking* seperti Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan LintasMe Adalah beberapa situs *social bookmarking* yang paling populer.

6. *Wiki*

Wiki yang kerap dikenal sebagai media konten bersama yang merupakan situs web tempat orang-orang berkolaborasi dalam menciptakan konten. Setiap pengguna web dapat memperbarui atau mengubah konten yang telah diterbitkan sebelumnya.

Kemajuan teknologi tentunya berdampak pada segala hal termasuk media sosial yang semakin memudahkan penggunaannya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Saat ini, salah satu *platform* media sosial yang paling populer di kalangan pengguna media sosial adalah twitter.

2.2 Twitter

2.2.1 Definisi Twitter

Pada tahun 2006 Jack Dorsey, Evan Williams, Christopher Stone, dan Noah Glass. Meluncurkan situs jejaring sosial yang disebut dengan Twitter. Media ini

tentu saja erat kaitannya dengan kemajuan teknologi komunikasi. Twitter adalah salah satu alat komunikasi berbasis internet yang memfasilitasi komunikasi dua arah dengan memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain dan menciptakan sebuah informasi (Kusuma, 2009).

2.2.2 Sejarah Twitter

Sejak didirikan twitter telah mengalami banyak perubahan sampai akhirnya hingga akhirnya Elon Musk mengakuisisi Twitter. Elon Musk mengeluarkan peraturan-peraturan baru seperti jumlah maksimal karakter yang dapat diposting pengguna dalam satu tweet telah ditingkatkan dari yang semula hanya dapat mengunggah dengan jumlah kata maksimal 280 karakter sekarang pengguna dapat mengunggah tweet dengan jumlah maksimal 4.000 karakter.

Twitter menawarkan banyak keunggulan untuk penggunaannya salah satunya adalah Twitter memiliki fitur *top trending* dimana fitur itu memfasilitasi penggunanya untuk dengan mudah mengetahui *tweet* apa saja yang sedang hangat dibicarakan. Dibandingkan media sosial lainnya twitter termasuk media sosial yang dapat memuat informasi paling cepat. Penggunanya sering memanfaatkan untuk mencari informasi terkini seperti bencana alam, lalu lintas, berbagai peristiwa teraktual lainnya, bahkan dalam bidang edukasi seperti untuk mendapatkan jawaban dari informasi yang dibutuhkan penggunanya.

2.2.3 Fitur dan layanan yang ada Twitter

Twitter menggunakan berbagai istilah untuk menggambarkan fitur dan fasilitas yang diberikan (Rezeki, Restiviani, & Zahara, 2020). Berikut ini merupakan deskripsi dari Twitter untuk istilah-istilah yang paling kerap digunakan :

1. *Bio* : keterangan ringkas mengenai pemilik akun tidak boleh lebih dari 160 huruf atau bisa kurang dari 160.
2. *Connect* (hubungan) : fitur yang memungkinkan penggunanya guna menampilkan interaksi, *mentions*, pengikut (*follower*) baru, *retweet*, dan pengguna lain yang telah menandai *tweet* atau *me-retweet*.
3. *Favorites* : kumpulan *tweet* yang ditandai atau yang disukai.

4. *Follow* (ikut) : pengguna dapat terlibat untuk berinteraksi dan membaca *tweet* dari akun Twitter lainnya dengan cara mengikutinya (*following*).
5. *Follower* (pengikut) : pengguna Twitter lain yang telah mengikuti akun anda.
6. *Following* (mengikuti) : banyaknya akun tambahan yang telah diikuti oleh pengguna.
7. *Interactions* (interaksi) : merujuk pada interaksi secara timbal balik di Twitter. Ini mencakup *mention* dan *reply*, *retweet*, menambahkan ke sebuah daftar, menandai atau *me-retweet* suatu *tweet*.
8. *Mention* (memanggil) : *tweet* yang menyertakan tautan ke akun Twitter lain, yang ditandai dengan adanya tanda @ di depan nama.
9. *Reply* (balasan) : *tweet* yang diawali dengan *mention* dan meranggapi balasan dari *tweet* sebelumnya.
10. *Retweet* : Tindakan mengirim ulang *tweet* dari akun pengguna lain untuk menjangkau jaringan yang lebih luas dikenal sebagai "me-retweet". Proses mengirim *tweet* dari satu akun ke akun lain untuk dilihat oleh pengikut. (*Quote retweet* adalah *retweet* yang dibuat dengan bentuk kutipan sehingga tampak seperti sebuah tanggapan).

Fitur-fitur Twitter memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain dengan cara memposting menggunakan teks, foto, dan bahkan video yang berkaitan dengan aktivitas sehari-hari melalui fitur yang disediakan oleh Twitter. Pengguna juga dapat melakukannya dengan cara meretweet, *quote retweet*, komen, *like* dengan sebuah cuitan yang diunggah oleh pengguna lainnya.

2.3 Autobase

Fenomena yang sangat umum yang saat ini ada di media sosial Twitter yaitu akun berupa *base* atau kerap dikenal *autobase* Twitter. *Autobase* berawal dari kata "Automatic" dan "Fanbase" yang berguna sebagai media dimana pengikut suatu akun dapat secara *anonym* dalam mengajukan pertanyaan tentang berbagai topik melalui *Direct Message* atau biasa disebut DM (Agustin, 2019). Kehadiran akun

base ini pengguna twitter terutama *followers* suatu akun memiliki kesempatan untuk mengirim tweet apapun secara *anonim*. Setiap akun *base* biasanya berfokus pada kriterianya sendiri-sendiri seperti ada *base* yang fokus pada makanan, kehidupan sehari-hari, hewan peliharaan bahkan tentang pendidikan. Akun *autobase* ini memfasilitasi penggunaannya untuk berdiskusi dengan cara mengirim melalui DM yang nantinya akan dikirim otomatis oleh *autobase* tersebut. Penggunaannya dapat mengajukan pertanyaan apa saja yang pengguna inginkan selama tidak melanggar aturan-aturan yang telah dibuat oleh akun *autobase*, para penggunaannya dapat memenuhi kebutuhan informasi yang belum didapat tentang topik-topik yang sedang tren, berita terkini serta berbagi pemikiran dan aktivitas.

2.4 Media Informasi

2.4.1. Pengertian Media Informasi

Media adalah alat sarana sebuah pesan dari komunikator terhadap khalayak ramai (Cangara, 2006). Denis Mc.Quail mengemukakan beberapa metafora tentang media, yaitu media dapat digambarkan sebagai jendela dimana kita dapat mengamati dunia di sekitar kita, sebagai panggung penyampaian informasi yang bisa mengumpulkan pesan-pesan komunikasi dan informasi (Yusup, 2009). Sedangkan berdasarkan (Smaldino, 2012) media adalah versi jamak dari kata “medium” yang mengacu pada semua yang mengangkut informasi antara sebuah sumber dan sebuah penerima.

Oleh karena itu, dalam arti luas media dapat didefinisikan sebagai segala jenis saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan. Definisi tersebut cukup jelas bahwa media, termasuk buku, jurnal, Google, Twitter, dan Facebook, adalah media untuk menyebarkan pesan atau informasi.

Sedangkan informasi didefinisikan sebagai data, pengetahuan, komentar berita, dan konten sama halnya yang ditemukan pada buku, majalah, internet (Smaldino, 2013: 21). Dari pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa informasi adalah kumpulan data dari berita, konten, internet menjadi sesuatu yang dapat dipahami dan bermanfaat bagi komunikan.

2.4.2 Jenis-jenis Informasi

Aktivitas manusia adalah salah satu dari sekian banyak sudut pandang yang dapat digunakan untuk meninjau berbagai jenis informasi. Menurut (Soeatminah, 1992) jenis-jenis informasi berikut ini relevan dengan kegiatan manusia :

- a. Informasi tentang kegiatan politik. Biasanya informasi ini dipakai sebagai salah satu alat untuk menyusun strategi agar tercapai tujuan politiknya.
- b. Informasi untuk kegiatan pemerintahan. Informasi ini digunakan untuk menyusun rencana, menetapkan keputusan, serta membuat rumusan kebijakan. Contoh dari penggunaan informasi ini adalah ketika kebijakan dirumuskan oleh presiden, dimana informasi tersebut berasal dari laporan pihak-pihak tertentu atas sebuah fenomena yang ada di Indonesia.
- c. Informasi untuk kegiatan sosial. Hampir sama dengan informasi untuk kegiatan pemerintahan, namun pada poin informasi untuk kegiatan sosial juga digunakan untuk merumuskan program kerja seperti program kerja di bidang kesehatan, pendidikan, atau program kerja lain dari dinas lain terkait.
- d. Informasi dalam dunia usaha. Informasi ini diperlukan untuk mengetahui beberapa poin penting ketika seseorang ada di dunia usaha. Informasi tersebut meliputi pinjaman lunak bank, informasi mengenai investasi, pemilihan lokasi unit usaha, proses produksi, kualitas, kuantitas, distribusi hingga pada persaingan teknologi dan kemajuan teknologi.
- e. Informasi untuk kegiatan militer. Informasi ini mencakup sistem persenjataan yang perlu untuk diperbarui. Hal ini sejalan dengan teknologi informasi yang semakin pesat, sehingga pada bidang militer informasi ini sangat berguna berkaitan dengan perubahan sistem logistik, perubahan sistem administrasi, perencanaan strategi, dan pembinaan pasukan.
- f. Informasi bagi penelitian. Informasi ini digunakan oleh peneliti untuk mengetahui kebaruan dari penelitiannya, serta dapat menemukan hal lain dari apa yang sudah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Informasi ini mencakup data, lokasi, subyek, bahkan mungkin bisa menjadi sebuah bahan komparasi. Informasi untuk penelitian juga dibutuhkan sebagai sumber terpercaya yang nantinya menjadi landasan penting bagi sebuah penelitian.

- g. Informasi untuk pengajar. Informasi ini digunakan untuk menambah pengetahuan, menemukan ide-ide baru, menambah kreativitas sebagai seorang pengajar. Buku, majalah, atau hasil penelitian baik tercetak maupun elektronik adalah salah satu bentuk sumber informasi.
- h. Informasi bagi tenaga lapangan. Tenaga lapangan merupakan orang yang bekerja memberikan informasi langsung kepada masyarakat. Tenaga lapangan harus memiliki sumber informasi yang praktis dan mudah agar dapat dipahami oleh masyarakat yang memiliki sumber daya berbeda-beda, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan tepat.
- i. Informasi bagi personal adalah informasi yang diperlukan seorang individu sepadan dengan kebutuhan dan status dalam pekerjaan atau dalam masyarakat. Informasi ini murni mengakomodir kebutuhan individu yang memiliki kebutuhan dan kepentingan berbeda. Sehingga informasi ini bersifat lebih mudah dicari karena merupakan informasi yang mudah diakses secara umum. Contoh dari informasi ini adalah, informasi kurs mata uang, jadwal penerbangan, tiket dll.
- j. Informasi untuk pelajar dan mahasiswa. Informasi ini secara umum, digunakan pelajar dan mahasiswa untuk membantu mereka dalam proses belajar mengajar. Informasi dapat diakses melalui buku, sumber internet, artikel jurnal, dll sebagai media untuk menambah pengetahuan mereka.

2.5 Tridharma

Tri Dharma adalah bahasa Sanksekerta yang dibakukan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Tri memiliki arti “Tiga”, dan Dharma memiliki arti “Kewajiban”. Dengan kata lain penjelasan Tri Dharma perguruan tinggi adalah tiga kewajiban yang harus dipraktikkan oleh perguruan tinggi dalam melaksanakan seluruh komponen yang ada didalamnya (sivitas akademika). Tri darma perguruan tinggi membentuk dasar pola pikir dan kewajiban yang dipikul oleh mahasiswa sebagai kaum intelektual negara. Mahasiswa memiliki posisi penting sebagai pejuang terdepan dalam memperbaiki bangsa (Rully, Sokibi, & Adam, 2020).

Tiga hal penting mencangkup tri dharma perguruan tinggi yang harus dikembangkan ialah pendidikan, penelitian dan pengembangan serta pengabdian masyarakat (UU No. 12 Tahun 2012, Pasal 1 Ayat 9) (Lian, 2019)

1. Pendidikan

Mahasiswa yang merupakan 5% dari populasi penduduk Indonesia adalah intelektual negara yang memiliki kewajiban untuk meningkatkan kualitas diri khususnya agar mutu bangsa juga meningkat sesuai dengan ranah keilmuan yang telah dipelajari selama menempuh pendidikan di kampus. Pendidikan dan mahasiswa memiliki keterikatan yang erat, maka, ketika mahasiswa melakukan aktivitas apapun harus didasarkan dengan pertimbangan yang rasional.

2. Penelitian

Pada dunia pendidikan tinggi, penelitian (*research*) didefinisikan sebagai kegiatan untuk mencari kebenaran (*to seek the truth*) yang dikerjakan secara sistematis dengan menggunakan kaidah dan metode ilmiah (*scientific research*) untuk mendapatkan informasi, data dan keterangan terkait dengan pemahaman dan pembuktian kebenaran atau ketidakbenaran suatu asumsi dan/atau hipotesis di bidang ilmu pengetahuan.

3. Pengabdian

Mahasiswa adalah yang paling dekat dengan masyarakat dan mempunyai pemahaman secara jelas mengenai situasi masyarakat. Mahasiswa memiliki peran sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat yang merupakan lapisan kedua dalam hubungan kemasyarakatan. Mahasiswa memiliki peran untuk membela kepentingan masyarakat, Namun, tentu saja bukan dengan cara kekerasan atau perilaku yang tidak tertib. Melainkan, sebagai mahasiswa harus menjunjung tinggi nilai-nilai luhur pendidikan, dengan terlebih dahulu mempelajarinya, memahaminya dan mensosialisasikan kepada masyarakat. Mahasiswa memiliki pengetahuan tentang masalah yang ada dan dapat membuka mata masyarakat sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

2.5 Penelitian Terdahulu

Hasil temuan dari penelitian sebelumnya disebut sebagai penelitian terdahulu. Peneliti dapat menggunakan hasil temuan penelitian sebelumnya sebagai acuan atau referensi untuk penelitian saat ini dengan tema atau topik penelitian yang relevan dengan topik yang sedang dilakukan. Sehingga, peneliti dapat melakukan penelitian untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap tentang analisis isi sosial media sebagai media informasi. Berikut adalah hasil temuan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian :

Jurnal oleh Heru Dwi Winarko dengan judul “Analisis Isi Media Sosial Instagram @Kpukotasurabaya Sebagai Sarana Komunikasi Publik Dalam Pilwali Kota Surabaya Tahun 2020” penelitian ini memakai metode kualitatif deskriptif dalam menguji dan mengetahui dengan cara apa proses pembuatan berita pada akun instagram kpu kota surabaya berfungsi ibarat bentuk komunikasi publik hasil yang didapatkan adalah terdapat makna dalam setiap postingan, ditemukan melalui analisis isi dari segi simbol dan *coding*, setiap postingan memiliki simbol, *coding* dan interpretasi berbeda.

Skripsi oleh Danu Hendro Prakoso dengan judul “Instagram Sebagai Media Informasi” yaitu pada akun instagram @undercover.id pada bulan September 2019 yang berjumlah 114 unggahan. Pada penelitian ini peneliti memakai pendekatan kajian kuantitatif dengan tipe kajian deskriptif. Memiliki tujuh tema unggahan yaitu tema ekonomi, kriminal, ketuhanan, politik, peristiwa, pendidikan dan inspiratif dengan hasil yang didapatkan unggahan paling banyak memuat informasi tentang bencana frekuensi yang didapatkan yaitu sebesar 40 atau 35,09%. Dari hasil penelitian ini menggambarkan bahwa akun instagram @undercover.id termasuk media yang informatif karena postingan yang di *upload* benar-benar terjadi dan mengangkat tema yang sedang hangat dicari dan diperbincangkan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini yang disajikan dalam skripsi, berjudul “Media Sosial Twitter Autbase Sebagai Media Informasi Mahasiswa” peneliti menggunakan pendekatan kajian kuantitatif dengan tipe kajian deskriptif untuk mengetahui berapa frekuensi kemunculan masing-masing tema dan

tema apa saja yang sering muncul pada akun Twitter *autobase @collegemenfes* pada 9 Agustus 2023 yang dikaji dengan menggunakan analisis isi.

