

Berdasarkan pernyataan tersebut Rika tentu mendapat informasi baru dan tambahan pengetahuan baru tentang perkuliahan, khususnya sebagai mahasiswa sehingga hal ini termasuk efek kognitif yang Rika dapatkan dari akun @collegemenfess.

2. Efek Afektif

Efek afektif adalah efek emosional yang dirasakan oleh khalayak setelah mengetahui informasi yang diterima. Dalam hal ini efek yang dimaksud adalah perasaan sedih, kesal atau senang yang dirasakan oleh informan terhadap informasi yang didapat di akun @collegemenfess.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Asnidar ia mengaku bahwa adanya pengaruh emosional setelah mengakses akun @collegemenfess, ia mengatakan adanya perasaan senang dan terhibur terhadap menfess yang terkirim di akun tersebut, seperti pada pernyataan berikut:

“Isi menfess yang mengirim meme stress menjalani perkuliahan, itu lucu menurut saya, hal itu membuat saya merasa tidak sendiri dalam menjalani perkuliahan ini” (wawancara pada tanggal 28 mei 2022)

Seperti pada pernyataannya di atas, setelah mengikuti akun @collegemenfess ia menemukan postingan-postingan yang menghibur yang dibagikan oleh pengikut akun @collegemenfess. Postingan yang berupa meme yaitu gambar yang berisi narasi lucu tersebut mampu membuatnya terhibur dan merasakan bahwa ada banyak mahasiswa yang juga sedang merasakan perasaan yang ia rasakan dalam hal ini tentang lika-liku kehidupannya selama berkuliah.



Gambar 4.4 Contoh Meme yang di share pada akun @collegemenfess (Sumber : akun twitter @collegemenfess 13 juni 2022)

Selain itu ada perasaan emosional lain yang ia dapatkan setelah menggunakan akun @collegemenfess yaitu ketika ia mengirim pesan berupa menfess dan tidak mendapat respon dari pengikut akun @collegemenfess ia merasakan perasaan sedih namun setelah beberapa saat ia akan melupakannya, seperti pada pernyataannya berikut:

“Kalau saya mengirim menfess terus tidak ada yang respon, pasti sedih sebentar sudah itu saya lupakan” (wawancara pada tanggal 28 mei 2022)

Perubahan emosional ini juga dirasakan oleh Nurul, ia mengaku bahwa terkadang adanya perasaan emosional yang ia rasakan pada isi menfess yang terkirim pada akun @collegemenfess, seperti pada pernyataannya berikut:

“Kadang-kadang sih, misalnya sender atau pengirim menfess cerita tentang struggle-nya yang relate sama aku sendiri. Kalau aku yang kirim menfess terus tidak mendapat respon, sedikit sedih tapi dimaklumin juga sih, karena namanya twitter juga punya algoritmanya sendiri dan bisa jadi menfess yang kita kirim tidak lewat di timeline colle” (wawancara pada tanggal 29 mei 2022)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut Nurul merasakan perasaan emosional ketika menemukan pengirim menfess yang menceritakan tentang “*struggle*” atau perjuangan yang telah mereka lalui selama berkuliah, dari beberapa menfess tersebut ia menemukan kesamaan dengan yang dirasakan oleh pengirim menfess.



**Gambar 4.5 Curhatan pengguna akun @collegemenfess
(Sumber : akun twitter @collegemenfess, 22 agustus 2022)**

Adapun ketika Nurul mengirim menfess dan tidak mendapatkan respon dari pengikut akun @collegemenfess ia akan merasakan perasaan sedih, walau demikian ia juga akan memaklumi jika tidak mendapat respon karena bisa saja menfess yang ia kirim tidak muncul di *timeline* pengguna akun @collegemenfess.

Berbeda dengan Asnidar dan Nurul yang akan sedih jika tidak mendapat respon atas menfess yang dikirim, Rika justru akan merasa kesal jika tidak ada yang merespon menfessnya, seperti pada pernyataan berikut:

“Saya kesal ketika bertanya lalu diabaikan padahal saya butuh jawabannya dan tidak ada yang respon” (Wawancara pada tanggal 6 juni 2022)

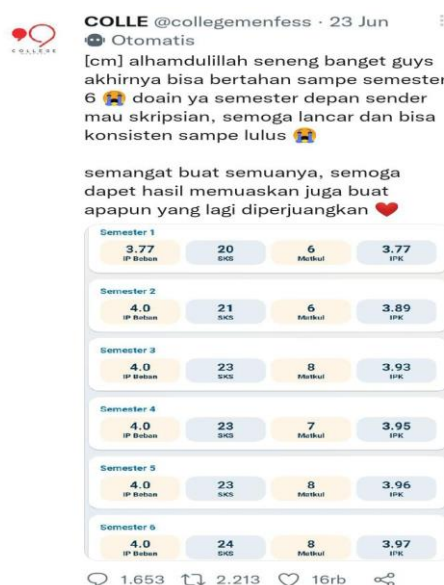
Seperti pada pernyataan diatas, ada perasaan emosional yang Rika rasakan ketika ia menggunakan akun @collegemenfess yaitu saat ia mengirim menfess untuk sharing opini dengan pengguna lain, ia justru tidak mendapat respon, ia akan merasa kesal karena tidak ada yang menjawab menfess yang ia kirim.

Perasaan emosional lain yang rasakan ketika mengakses akun @collegemenfess yaitu perasaan bahagia ketika menemukan menfess yang berisi “achievement” atau pencapaian yang berhasil dicapai oleh pengikut akun @collegemenfess seperti saat mereka membagikan menfess lulus ujian sidang skripsi maupun menfess yang berisi tentang nilai tinggi yang mereka peroleh dari hasil belajar keras mereka. Seperti pada pernyataan Nurul berikut:

“Saya juga ikut merasa bahagia saat melihat achievement teman-teman followers colle, misalnya saat mereka lulus sidang, wisuda ataupun dapat nilai bagus, vibes bahagia mereka itu nyampe juga ke kita” (wawancara pada tanggal 29 Mei 2022)

Pernyataan Nurul juga sejalan dengan pernyataan Intan, yang merasakan kebahagiaan ketika menemukan menfess yang membagikan momen bahagia mereka, seperti pada pernyataan berikut:

“Terus misalnya menfess tentang sender yang berhasil lulus sidang skripsi, atau lulus sempro, atau foto pakai toga. Menurut saya menfess seperti ini vibesnya bikin ikut happy waktu lihat menfessnya” (wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)



Gambar 4.6. Pencapaian pengguna akun @collegemenfess.
(Sumber : akun twitter @collegemenfess, 23 Juni 2022)

Adapun hasil wawancara dengan Win mengatakan bahwa ia tidak pernah merasa emosional dan tersinggung dengan menfess yang dikirim melalui akun @collegemenfess, seperti pada pernyataannya berikut :

“Tidak ada pengaruh, biasa-biasa saja, sejauh ini belum ada perasaan sensitive terhadap akun @collegemenfess, kirim menfess terus tidak ada yanganggapi sedih sedikit sudah itu biasa saja” (wawancara pada tanggal 2 juni 2022)

Dari pernyataan diatas, walaupun Win mengaku ia tidak merasakan perasaan emosional terhadap akun @collegemenfess tetapi saat mengatakan bahwa ada perasaan sedih yang ia rasakan saat tidak ada yang menanggapi menfess yang ia kirim, perasaan sedih tersebut sudah termasuk efek kognitif yang didapatkan saat menggunakan akun @collegemenfess.

Intan mengaku bahwa ia merasakan perasaan emosional dengan menfess tertentu, seperti pada pernyataan berikut:

“Waktu itu ada yang mengirim menfess yang isinya kurang lebih “untuk apa masuk jurusan Bahasa, kan bisa les” saya sebagai anak sastra jujur sakit hati bacanya. Ini kejadiannya sudah lama tapi masih saya ingat sampai sekarang. Semoga sendernya sehat selalu” (wawancara pada tanggal 3 juni 2022)

Dari hasil wawancara tersebut Intan merasakan perasaan emosional terhadap menfess yang berisi tentang stereotip negatif orang-orang tentang jurusannya, isi menfess yang mengatakan jurusannya mudah dan bisa dipelajari hanya dengan mengikuti les tersebut membuat ia merasakan perasaan emosional yaitu sakit hati yang sampai saat ini masih ia ingat. Perasaan sakit hati menunjukkan bahwa akun @collegemenfess memberikan efek kognitif kepada Intan.

Adapun hasil wawancara dengan Ferdinan, ia merasakan perubahan emosional setelah menggunakan akun @collegemenfess, seperti pada pernyataannya berikut:

“Jika ada menfess yang berhubungan dengan skripsi, hal tersebut membuat saya sensitif terutama jika ada menfess yang membahas tentang penelitian kuantitatif kadang saya merasa khawatir tentang skripsi saya, kadang mempengaruhi saya yang membuat saya merasa apa yang saya gunakan dalam skripsi saya salah. Selain itu kalau saya kirim menfess terus ada yang mengalami hal yang sama dan banyak dapat respon dari followers @collegemenfess, pasti rasanya senang sekali” (wawancara pada tanggal 4 juni 2022)

Dari pernyataan tersebut ferdinan mengaku jika menemukan menfess yang berhubungan dengan skripsi ia merasakan perasaan sensitif, perasaan sensitif yang ia rasakan ialah cenderung berpikir berlebihan dan mudah khawatir terhadap pendapat orang lain. Dalam hal ini ia mudah khawatir tentang penelitian skripsinya terutama ketika ia menemukan penelitian kuantitatif yang dibagikan akun @collegemenfess, ia cenderung berpikir berlebihan bahwa data yang ia peroleh dalam penelitiannya salah. Selain itu ketika menemukan menfess yang membagikan tentang pengalaman kuliahnya, ia merasa senang bahwa melihat banyak yang juga sedang mengalami hal yang sama dengan dirinya dan pada saat mengirim menfess ketika ia mendapat banyak respon dari pengikut akun @collegemenfess ia merasakan perasaan puas dan senang atas jawaban mereka.

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa adanya pengaruh emosional yang ferdinan dapatkan setelah menggunakan @collegemenfess, perasaan khawatir dan senang adalah bentuk efek kognitif.

Hasil wawancara dengan Rika ia mengaku adanya perubahan emosional yang dapatkan dari akun @collegemenfess, adapun pernyataannya sebagai berikut :

“Saya terkadang kesal juga sama orang-orang yang share IPK dengan niat membanding-bandingkan dan kadang juga jadi sedih sama diri sendiri saat liat orang lain yang sudah kerja tapi sambil kuliah” (wawancara pada tanggal 6 juni 2022)

Seperti pada pernyataannya diatas, ada perasaan emosional yang Rika rasakan ketika ia menggunakan akun @collegemenfess yaitu rasa kesal yang ia rasakan ketika melihat pengguna akun @collegemenfess membagikan hasil IPK semester mereka dengan tujuan membanding-bandingkan satu sama lain, perasaan emosional lainpun ia rasakan ketika melihat pengguna lain membagikan pengalaman kerjanya sembari berkuliah, ia merasa sedih dengan dirinya sendiri melihat orang lain yang sudah mempunyai pekerjaan disamping statusnya sebagai mahasiswa.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa perasaan kesal dan sedih yang dirasakan Rika menunjukkan bahwa Rika mendapat efek kognitif oleh akun @collegemenfess.

3. Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan efek yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Dalam hal ini berhubungan dengan perilaku dan niat khalayak untuk melakukan sesuatu dengan cara tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Asnidar, ia mengaku sering terlibat dalam menfess yang terkirim melalui akun @collegemenfess, ia juga sering mengirim menfess untuk menunjang tugas perkuliahannya, seperti pada pernyataannya sebagai berikut :

“Saya kalau kirim menfess kadang bertanya tentang buku apa yang sebaiknya saya miliki sebagai mahasiswa di Fakultas Kesehatan” (wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat dilihat bahwa asnidar mendapatkan dampak positif dari akun @collegemenfess yaitu ia mendapatkan rekomendasi mengenai buku yang harus ia miliki sebagai seorang mahasiswa, sehingga iapun membeli buku tersebut untuk menunjang perkuliahnya.



Gambar 4.7 Rekomendasi Buku pada akun @collegemenfess. (Sumber akun twitter @collegemenfess 22 agustus 2022)

Intan dalam wawancaranya juga mengatakan bahwa adanya tindakan yang ia lakukan setelah melihat postingan di akun @collegemenfess, seperti pada pernyataan berikut :

“Jika saya bertanya tentang saran-saran sebagai mahasiswa yang tinggal di kosan biar hemat, kadang saya dapat pengetahuan yang berguna dan menurut saya hal ini bisa saya terapkan dalam hidup saya bisa mengubah perilaku boros saya, terus kalau ada yang share informasi tentang beasiswa saya share juga ke grup whatsapp” (Wawancara pada tanggal 3 juni 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, Intan mengatakan bahwa adanya perubahan perilaku pada diri Intan dari yang semulanya boros kemudian menjadi hemat karena informasi yang ia peroleh dari akun @collegemenfess serta saran-saran positif dan bermanfaat yang diberikan oleh pengguna akun @collegemenfess terhadap dirinya sebagai mahasiswa yang tinggal di kosan, hal

tersebut ia terapkan dalam kehidupannya sehari-hari, selain itu adanya tindakan membagikan kembali informasi yang ia dapatkan dari akun @collegemenfess seperti info beasiswa ia membagikannya kepada teman-temannya melalui grup whatsapp.



**Gambar 4.8 Berbagi tips antar mahasiswa
(Sumber akun twitter @collegemenfess, 18 juni 2022)**

Adapun tindakan-tindakan yang dilakukan Informan saat melihat menfess yang sesuai dengan opininya maupun menfess yang berupa informasi bermanfaat yaitu mereka akan memanfaatkan fitur-fitur twitter sebagai respon mereka terhadap menfess tersebut. Seperti pada pernyataan Asnidar berikut :

“Saya kalau lihat ada yang sesuai opini saya, menfessnya akan saya retweet atau like” (wawancara pada tanggal 28 mei 2022)

Begitu pula dengan hasil wawancara dengan Nurul, ia mengatakan bahwa ia akan menggunakan fitur twitter sebagai tindakannya terhadap menfess yang terkirim di akun @collegemenfess, seperti pada pernyataan berikut :

“Saya kalau melihat menfess yang menarik, saya like menfessnya terus bacain balasan orang-orang dikolom reply, kalau ada menfess diluar topik perkuliahan seperti membagikan informasi pribadi, mengandung pornografi, SARA yang bisa memprovokasi orang dan juga berkaitan dengan suicide saya akan report menfess tersebut ke admin colle” (wawancara pada tanggal 29 mei 2022)

Seperti pada pernyataan di atas, ada tindakan yang dilakukan Nurul saat melihat menfess yang menurutnya menarik yaitu ia menyukai (*like*) menfess tersebut dan kemudian membaca jawaban-jawaban dari pengguna akun @collegemenfess, adapun tindakan lain yang ia lakukan yaitu saat menemukan menfess yang melanggar peraturan di akun @collegemenfess seperti menfess yang menyebarkan informasi pribadi, pornografi, dan SARA yang dapat memprovokasi pengguna lain, ia tidak akan segan melaporkan menfess tersebut kepada admin akun @collegemenfess dengan tujuan pengirim (*sender*) menfess dapat di blokir dan menfess tersebut dihapus.

Hasil wawancara dengan Win juga mengatakan bahwa ia akan menggunakan fitur like atau markah untuk menyimpan informasi penting yang ia dapatkan dari akun @collegemenfess, seperti pada pernyataannya berikut:

“Setiap kali saya dapat informasi dari akun tersebut saya kadang like biar tersimpan di akun saya kadang juga saya *bookmark* atau markah, kedua fungsinya sama saja untuk save biar infonya tidak hilang” (wawancara pada tanggal 2 juni 2022)

Seperti pada pernyataan win diatas, ada tindakan yang dilakukan Win terhadap menfess yang ia temukan di akun @collegemenfess yang menurutnya informatif dan bermanfaat bagi dirinya yaitu ia akan menggunakan fitur *like* dan markah (*bookmark*) untuk menyimpan informasi tersebut di akun twitternya agar menfess tersebut tidak hilang dan dapat ia temukan kembali dengan mudah ketika dibutuhkan suatu hari nanti, adapun tindakan yang dilakukan oleh Win merupakan efek behavioral setelah mengakses akun @collegemenfess.

Pemanfaatan fitur twitter juga sesuai dengan hasil wawancara dengan Intan, seperti pada pernyataanya berikut:

Jika menemukan postingan yang bermanfaat saya share, like sama retweet juga. (wawancara pada tanggal 3 juni 2022)

Ferdinan mengaku jika menemukan menfess yang berbeda dengan opininya ia akan mengabaikan menfess tersebut dan akan menggunakan fitur like jika menemukan menfess maupun jawaban followers lain sesuai opininya, seperti pada pernyataan berikut:

“Yang saya lakukan jika menemukan menfess atau replynya orang lain yang opininya tidak sesuai dengan opini saya, langsung abaikan saja baru kalau temukan yang sama dengan pendapat saya, akan saya like”. (wawancara pada tanggal 4 juni 2022)

Berdasarkan pernyataan diatas, jika menemukan menfess yang memiliki perbedaan pendapat dengan ferdinan ia akan memilih mengabaikan menfess tersebut dan ketika ia menemukan menfess yang sesuai dengan kebutuhannya dan melihat pengguna lain memiliki opini yang sama dengannya ia akan menggunakan fitur *like* sebagai tindakannya terhadap menfess di akun @collegemenfess, sikap dan tindakan yang Ferdinan lakukan ini merupakan efek behavioral akibat informasi yang ia temukan di akun @collegemenfess.

Dalam hasil wawancara dengan Rika, ia juga mengaku bahwa jika ia menemukan informasi di akun @collegemenfess ia membagikannya kepada followingnya di twitter, seperti pada pernyataannya berikut:

“Pertama itu saya Retweet untuk saya sebarkan ke following saya, terus saya like karena saya menyukai menfess tersebut, kemudian saya reply ketika saya setuju dengan menfess tersebut, terakhir itu markah ketika saya ingin menyimpan menfess tersebut”. (wawancara pada tanggal 6 juni 2022)

Berdasarkan pernyataan diatas, ketika Rika mendapat informasi yang bermanfaat dari akun @collegemenfess ia juga akan membagikan informasi tersebut agar dijangkau lebih luas oleh banyak orang dan tidak lupa untuk menyimpan menfess tersebut di akun twitternya agar jika ia membutuhkannya

kembali dapat ia temukan dengan mudah. Tindakan yang dilakukan Rika dengan membagikan kembali informasi yang ia temukan merupakan efek behavioral yang timbul pada diri Rika setelah melihat postingan dari akun @collegemenfess.

C. Pembahasan

Berdasarkan Hasil Penelitian dengan 6 Informan maka dapat diuraikan pembahasan mengenai Efektivitas akun @collegemenfess sebagai media informasi mahasiswa Universitas Hasanuddin ditentukan berdasarkan 3 efek komunikasi massa yaitu Efek Kognitif, Efek Afektif, dan Efek Behavioral.

a. Efek Kognitif

Efek kognitif berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan informasi mengenai sesuatu yang akan timbul jika dipahami atau digambarkan oleh seseorang, sehingga kemudian dengan kehadiran pesan dalam media dapat memberikan pengetahuan di mana khalayak yang awalnya tidak tahu menjadi tahu, yang awalnya ragu akan menjadi yakin dan yang awalnya tidak jelas menjadi lebih jelas.

Pada penelitian ini penulis menganalisa efek kognitif pada akun twitter @collegemenfess terhadap mahasiswa Universitas Hasanuddin dalam mendapatkan informasi melalui media sosial. Setelah melakukan wawancara kepada 6 mahasiswa Universitas Hasanuddin dari berbagai fakultas yang menjadi fokus penelitian mengenai akun @collegemenfess didapatkan hasil bahwa ternyata media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar bagi penggunanya yang memanfaatkan akun *autobase* untuk mendapatkan informasi pada media sosial twitter. Dari Hasil yang didapatkan pada bab sebelumnya, setiap mahasiswa mendapatkan informasi yang beragam mulai dari persiapan kuliah, rekomendasi

buku maupun jurnal, informasi terkait skripsi dan lain sebagainya baik sesuai jurusan yang diampu maupun dari jurusan lain. Ke-enam mahasiswa juga sepakat bahwa mereka mencari informasi terkait mahasiswa dan kehidupan kampus melalui akun @collegemenfess yang pada akhirnya menjadi alasan bagi mereka untuk mengikuti (*follow*) akun tersebut.

Media social dalam hal ini akun twitter @collagemenfess dapat menimbulkan beberapa pembentukan kognitif bagi penggunanya dengan memberikan informasi berupa pengetahuan dan menimbulkan persepsi dan tanggapan bagi penggunanya. Menurut Rakhmat (2015) media twitter dapat membantu khalayak untuk mempelajari informasi dan mengembangkan keterampilan kognitif yang hal ini kemudian termasuk dalam efek proposial kognitif pada media sosial.

Penggunaan Akun @collegemenfess menambah pengetahuan bagi mahasiswa yang mengikuti akun tersebut. Informasi yang didapat pengguna media sosial twitter yang mengikuti (*follow*) akun @collegemenfess yang awalnya tidak tahu menjadi tahu terkait informasi seputar mahasiswa dan dunia kampus. Adanya fitur *auto direct message* dan *reply* juga memudahkan mereka dalam bertukar informasi.

Mahasiswa yang mengikuti (*follow*) akun @collegemenfess merasa pemahamannya terbantu dengan adanya akun *autobase* tersebut. Kemudiahan bertukar opini pada akun @collegemenfess membuat mereka dapat lebih memahami etika dalam berkomunikasi terhadap dosen, tips seputar penyusunan skripsi serta kehidupan mahasiswa lainnya.

Akun @collegemenfess pada akhirnya mengumpulkan informasi seputar perkuliahan dan melalui fitur *auto direct message* di mana mahasiswa dapat mengirimkan pikiran maupun pertanyaan seputar perkuliahan. Mahasiswa yang mengikuti (*follow*) akun tersebut kemudian mendapatkan informasi melalui fitur *reply* sehingga jawaban dapat disesuaikan dengan informasi tertentu yang dicari oleh mahasiswa.

Table 4.2 Efek Kognitif

No	Nama	Informasi yang diperoleh dari akun @collegemenfess	Efek kognitif yang didapatkan
1.	Asnidar	Mengetahui berbagai macam matakuliah, persiapan untuk semester berikutnya, rekomendasi buku dan jurnal	Pengetahuan, informasi
2.	Nurul Istiqhoma	Medapatkan ide outfit ke kampus, etika komunikasi kepada dosen, cara mengecek plagiasi, menggunakan Microsoft word, penulisan daftar pustaka	Pengetahuan, informasi
3.	Win	Informasi tentang skripsi, jurnal, beasiswa serta trending topic dikalangan mahasiswa	Pengetahuan, informasi
4.	Intan risvy	Kehidupan mahasiswa, tips mahasiswa yang tinggal dikosan	Pengetahuan, informasi
5.	Ferdinan	Informasi tentang penyusunan skripsi	Pengetahuan, informasi
6.	Rika	Cara mencari jurnal, etika komunikasi kepada dosen, gambaran magang mahasiswa.	Pengetahuan, informasi

Sumber : Data Primer Penelitian, 2022

b. Efek Afektif

Efek Afektif adalah suatu perubahan dan pembentukan sikap yang melibatkan rangsangan emosional atau *mood*, di mana terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional, Mutmainna, dkk (2002). Salah satunya adalah suasana emosional atau kondisi individu secara psikologis yang ada ketika seseorang mengkonsumsi media. Pada hasil penelitian yang terdapat pada sub-bab sebelumnya bahwa postingan pada akun @collegemenfess di media twitter memiliki pengaruh pada emosi mahasiswa yang membacanya.

Sikap emosional mahasiswa ditujukan saat mereka mendapati kisah-kisah lucu, sedih maupun bahagia yang berusaha dibangun pada postingan akun @collegemenfess seperti Intan, Asnidar, Nurul Istiqamah dan Rika yang menemukan kisah lucu mahasiswa maupun kisah inspiratif terkait prestasi mahasiswa lainnya. Sedangkan Win merasakan efek kognitif berupa perasaan sedih ketika tidak ada tanggapan lain dari pesan yang dikirimkan kepada akun tersebut. Adapun Ferdinan merasakan perasaan khawatir ketika mendapatkan pembahasan terkait skripsi yang berkaitan dengan pengerjaan skripsi miliknya.

Segala perubahan sikap tersebut juga dikendalikan oleh bagaimana latar belakang atau faktor tertentu yang dialami oleh masing-masing mahasiswa, hal tersebut juga dikendalikan oleh bagaimana karakter khas dari tiap mahasiswa dan bagaimana setiap mahasiswa tersebut mendapatkan informasi yang akhirnya terjadi pembentukan sikap tertentu.

Tabel 4.3 Efek Afektif

No.	Nama	Informasi yang diperoleh dari akun @collegemenfess	Efek Afektif yang didapatkan
1.	Asnidar	Menemukan meme lucu yang di share mahasiswa	Terhibur, senang
2.	Nurul istiqhoma	Curhatam mahasiswa, melihat pencapaian dan prestasi mahasiswa	Sedih, bahagia
3.	Win	tidak ada yang menanggapi menfess yang ia kirim	Sedih
4.	Intan risvy	Sharing opini tentang jurusanannya, pencapaian dan prestasi mahasiswa	Sedih, bahagia
5.	Ferdinan	Jika ada yang membahas tentang penelitian skripsi, curhatan mahasiswa	Khawatir, senang
6.	Rika	Mahasiswa yang membandingkan IPK, pencapaian mahasiswa	Kesal, bahagia

Sumber : Data Primer Penelitian, 2022

c. Efek Behavioral

Efek behavioral adalah sebuah akibat yang ditimbulkan oleh diri khalayak yang membentuk sebuah perilaku dan tindakan. Pada penelitian ini peneliti mencoba mengungkapkan efek komunikasi massa dari media social twitter pada akun @collegemenfess yang ditujukan pada perilaku dan tindakan mahasiswa. Terdapat dua efek media yang menghasilkan sebuah respon behavioral yaitu perilaku agresif yang menghasilkan tindakan buruk bahkan merusak, serta perilaku proposial atau tindakan yang bersifat positif.

Dari hasil yang didapatkan ke-enam mahasiswa yang menjadi informan yang juga menjadi pengikut (*followers*) dari akun @collegemenfess terdapat perilaku proposial atau adanya tindakan positif setelah mendapatkan informasi pada akun tersebut. Tindakan ini merancu pada hal yang menimbulkan manfaat bagi dirinya sendiri maupun bagi orang lain.

Seperti yang diungkapkan Asnidar dan Intan dari pernyataannya terjadi efek behavioral yang berupa perilaku, dan tindakan berupa merespon opini orang lain, membagikan informasi yang bermanfaat serta menerapkan perilaku hemat bagi diri sendiri. Sedangkan yang lain seperti Nurul, Win, Ferdinan dan Rika diketahui memiliki efek behavioral berupa tindakan yaitu membagikan informasi tertentu serta merespon opini orang lain.

Kegiatan mahasiswa sebagai *followers* akun twitter dari @collegemenfess masuk kedalam informasi yang mendalam di mana pengguna informasi menjadi ketergantungan yang tinggi akan informasi yang dibutuhkannya, biasanya jenis informasi yang dibutuhkan bersifat relevan, spesifik dan lengkap. Diketahui pula dalam hasil penelitian Yolla adelia (2022) sebelumnya ditemukan bahwa para

mahasiswa memanfaatkan fitur *like* dan *retweet* postingan pada twitter, sehingga para pengikut (*followers*) dari mahasiswa tersebut dapat mendapatkan informasi yang serupa dari akun @collegemenfess, hal tersebut sama dalam penelitian ini dimana mahasiswa pengguna akun @collegemenfess dengan memanfaatkan fitur-fitur twitter *like*, *retweet* dan *share* untuk membagikan postingan pada akun @collegemenfess kepada followersnya.

Table 4.4 Efek Behavioral

No.	Nama	Informasi yang diperoleh dari akun @collegemenfess	Kategori Efek behavioral
1.	Asnidar	Mengirim pertanyaan tentang rekomendasi buku dan membeli buku tersebut, merespon opini followers	berperilaku, tindakan
2.	Nurul	Merespon menfess yang menarik, melaporkan menfess yang melanggar rules	Tindakan
3.	Win	Merespon menfess yang informatif	Tindakan
4.	Intan	Mengirim pertanyaan tentang cara berhemat sebagai mahasiswa dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, membagikan informasi bermanfaat yang ia temukan	berperilaku, tindakan
5.	Ferdinan	Mengabaikan menfess yang tidak menarik	Tindakan
6.	Rika	Membagikan informasi yang ia dapatkan	Tindakan

Sumber : Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti mengklasifikasikan efektivitas akun @collegemenfess sebagai berikut:

No	Efektivitas Akun @collegemenfess	Pembahasan
1.	Efek Kognitif	Mahasiswa mendapat pengetahuan dan informasi beragam mengenai perkuliahan seperti persiapan kuliah, rekomendasi buku dan jurnal, informasi tentang skripsi dan kehidupan mahasiswa dibangku perkuliahan.
2.	Efek Afektif	Mahasiswa mengalami perubahan emosional setelah menggunakan akun @collegemenfess, seperti perasaan sedih, bahagia, khawatir maupun kesal terhadap postingan akun @collegemenfeess
3.	Efek Behavioral	Mahasiswa mengalami pembentukan perilaku dan tindakan yang mengarah ke hal positif karena menimbulkan manfaat bagi dirinya dan orang lain, seperti perubahan perilaku berhemat dan membagikan kembali informasi bermanfaat yang diperoleh dari akun @collegemenfess kepada orang lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian efektivitas akun @collegemenfess di twitter sebagai media informasi mahasiswa Universitas Hasanuddin, maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas akun @collegemenfess ditentukan dari 3 efek komunikasi massa yaitu efek kognitif, efek efektif, dan efek behavioral. Efek kognitif dari akun @collegemenfess yaitu mahasiswa mendapat pengetahuan, dan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Adapun informasi yang beragam mulai dari persiapan kuliah, rekomendasi buku maupun jurnal, informasi terkait skripsi dan lain sebagainya. Kedua Efek afektif postingan pada akun @collegemenfess memiliki pengaruh pada emosional mahasiswa yang membacanya. Sikap emosional mahasiswa ditunjukkan saat mereka mendapati kisah-kisah lucu, sedih, bahagian, khawatir maupun kesal. Terakhir efek behavioral dari akun @collegemenfess adanya perilaku dan tindakan mahasiswa yang positif setelah mendapatkan informasi pada akun tersebut, seperti menerapkan perilaku berhemat bagi diri sendiri maupun membagikan informasi yang diperoleh kepada orang lain.

B. Saran

- 1) Dengan adanya penelitian ini penulis berharap agar mahasiswa semakin bijak dalam memanfaatkan media social untuk menambah pengetahuan, termasuk dalam pemilihan media sosial yang ingin digunakan untuk mendapatkan informasi secara lebih mudah dan cepat. Perlu adanya pemahaman tentang informasi yang didapat pada media sosial agar informasi berjalan lebih baik untuk perubahan sikap menjadi hal yang positif pada setiap pengguna yang mengaksesnya.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berkaitan dengan ilmu komunikasi khususnya pada topik media sosial. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam lagi, tidak hanya menggunakan media Twitter saja dalam melakukan penelitian namun dapat menggunakan media sosial lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Y., & Christin, M. (2022). Pola Komunikasi Pada Autbase@ collegemenfess Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Di Bidang Pendidikan. *eProceedings of Management*, 9(2).
- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Amar, A. (2012). *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan informasi : Akar Revolusi dan berbagai Standarnya*. Dakwah Tabligh. Vol 13(1) : 137-149
- Anugrahwisesa, A., & Rina, N. (2019). Efektivitas Komunikasi Akun Twitter@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung. *eProceedings of Management*. Vol 6 no 3.
- Aprina. (2016). Efektivitas Akun Twitter @infoPKU Sebagai Media Informasi Online di Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol.3 no 1.
- Ardianto, E. (2002). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta : Aspiikom dan Buku Litera, h.22
- Arianto, A., & Bahfiarti, T. (2020). Pemahaman Dampak Game Online pada Anak-Anak Nelayan di Kota Makassar. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 165-184.
- Arikunto, S. (2010) *.Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahfiarti, T., & Arianto, A. (2022). Uses and gratifications approach: influence of COVID-19 media exposure on millennial generation in Makassar city, Indonesia. *Heliyon*, e09704.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Burhanuddin. (2015). *Pengaruh Media Sosial Twitter @Lowkerpku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers*. Jurnal: Ilmu Komunikasi. Vol.2 No 2.
- Darmawan,A. (2019). *Efektivitas Media Sosial Instagram Plesbol Terhadap Kebutuhan Informasi di Kalangan Komunitas Chelsea Indonesia Supporter Club (CISC) Medan*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Pengguna Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*. Vol. 18 No 2, hal 171-178.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Pers.
- Handyaningrat. (1995). *Azas-azas organisasi Manajemen*. Jakarta : CV Masagung.
- Herlina, N., & Lubis, E. E. (2017). *Efektivitas Komunikasi Akun Instagram@ Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat*. Doctoral dissertation, Riau University.
- Hootsuite (We are Social) Indonesian Digital Report 2021, diakses 6 juni 2021 pukul 14.10 WITA.
- <https://www.kompasiana.com/amaliakaromahtulhikmah6248/60f955f5152510203e554742/pengertian-autobase-cara-kerja-dan-keuntungannya-pada-platform-twitter-di-indonesia>, di akses pada tanggal 22 september 2021 pukul 10.26 WITA.
- <https://twitter.com/collegemenfess/status>, di akses pada tanggal 23 september 2021 pukul 15:28 WITA.
- <http://komunikasi.us/index.php/course/strategic-corporatecommunication/2069-pengertiankomunikasi-media-dan-new-media>, di akses pada tanggal 4 maret 2022 pukul 21.43 WITA.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Hasanuddin, di akses pada tanggal 10 april 2022 pukul 20.11 WITA.
- <https://www.quipper.com/id/blog/quipper-campus/campus-info/ini-fasilitas-yang-bakal-bikin-kamu-betah-kuliah-di-universitas-hasanuddin/>, di akses pada tanggal 10 april 2022 pukul 21.03 WITA.
- <https://unhas.ac.id/> di akses pada tanggal 25 mei 2022 pukul 12.44 WITA.
- <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html> di akses pada tanggal 29 juli pukul 22.21 WITA.
- Irma, Ade. (2019). *Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Hendrarprihadi Sebagai Media Komunikasi Masyarakat Kota Semarang*.
- Ishak. (2006). Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Pendidikan Dokter Spesialis (PPDS) FK-UI dalam Memenuhi Tugas Journal reading. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*. Vol.2 No.2

- Kuesuma W, Shella. (2014). *Efektivitas Twitter Sebagai Media Informasi Bagi Mahasiswa (Studi Deskriptif Akun @ikomUMM Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)*. Other thesis, University of Muhammadiyah Malang.
- Kusnandar, Andreas M.; Michael Haenlein. Users of the world, unite! The Challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 2010. Hal 53
- Kusuma, Y. (2009). *Pintar Twitter: Blogging Mudah di mana saja, Tip Berbisnis Via Twitter, Tip & trik Gampang Kelola Twitter*. Grasindo : Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana
- Koltay, T., (2011). The media and the literacies: media lietracy, information literacy, digital literacy. *Journal Media, Culture & Society*. 33(2). 211-221
- MADCOMS.2010. Facebook, Twitter dan Plurk dalam Satu Genggaman. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Mardiana,L. Anida, F. (2020). Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @Subtanyarl. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 3(1) : 34-52
- Markus. (2017). *Psikologi Komunikasi: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: CV Budi Utama, hal.68.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa, Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah,R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- _____. (2016). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis rekatama media.
- Nurudin. (2006). *Komunikasi Massa*. Malang: Casper.
- _____. (2007). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- _____. (2011). *Pengantar komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana

- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas*, 1(1), 72-87.
- Rogers. (1991). *Communication Technology: The New Media in Society*, Diterjemahkan Oleh Zulkarnain Mohd. Mess Dengan Judul “*Teknologi Komunikasi: Media Baru Dalam Masyarakat.*” Kuala Lumpur-Malaysia: Dewan Bahasa dan Pustaka,h.11.
- Ruslan . (2008). *Manajemen Public Relations & Media. Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Sadiman, A. (2002). *Media Pembelajaran dan Proses Belajar Mengajar, pengertian Pengembangan dan Pemanfaatannya*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. h.6
- Salman, A. Saad,S. (2015). *Online Political Participation: A Study of Youth Usage of New Media*. *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol 6.no.5 S3
- Sedarmayanti. (2001). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja* . Bandung : Mandar Maju.
- Sherly. (2020). Pengaruh Media Sosial Twitter @womenfeeds_id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers. *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol 7
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- Surip. (2011). *Teori Komunikasi, Massa Perspektif Teoritis teori Komunikasi*. Medan: UNIMED
- Sulianta,Feri. (2011). *Twitter for business*. Jakarta : elex media komputindo
- Triulandari,A.(2021). Efektivitas Pesan Poster #Budayabeberes dalam Mengedukasi Perilaku hidup bersih konsumen KFC di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 8.No.2
- Waqiah, Yustika. (2020). Hubungan Mengakses Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Pada Followers Akun @Womenfeeds. Makassar. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Garsindo. hal 39.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti**BIODATA PENELITI**

Nama : Lili Kurniani
NIM : E021171321
Tempat, Tanggal Lahir : Rantepao, 4 Juli 1999
Email : lilikurniani@gmail.com
Alamat : BTN Asal Mula, Blok E10 No 12
Nama Ayah : Yulius Sattu Masiku, SH
Nama Ibu : Lusia Pali'
Riwayat Pendidikan :
1. SD Negeri 4 Rantapao
2. SMP Negeri 2 Rantapao
3. SMA Negeri 1 Rantepao

Lampiran 2: Pertanyaan wawancara

Informasi Umum

- Siapa nama anda dan berapa usia Anda?
- Apa username Twitter Anda?
- Berapa lama anda menggunakan Twitter?
- Berapa lama anda mengikuti akun @collegemenfess?
- Apakah anda sudah mendapatkan followback dari akun @collegemenfess?
- Anda berada di Fakultas apa dan sedang menempuh semester berapa?

Kognitif

1. Apakah anda secara aktif mengikuti update dari akun @collegemenfess?
2. Bagaimana cara mengirim menfess di @collegemenfess? Trigger apa yang digunakan?
3. Apa alasan anda mengikuti akun @collegemenfess?
4. Sebutkan secara detail mengenai bermacam-macam informasi yang diperoleh melalui akun @collegemenfess.
5. Jika Anda mendapati pesan yang dilarang untuk dikirim melalui @collegemenfess, apa yang akan anda lakukan?
6. Jelaskan secara detail mengenai informasi yang pernah anda lihat dan sangat berguna dari akun @collegemenfess. Misalnya seperti informasi soal skripsi atau tips perkuliahan.
7. Berikan contoh bentuk sharing opini yang pernah dilakukan di @collegemenfess.

Afektif

1. Apakah setiap menfess memiliki pengaruh terhadap emosional anda?

2. Isi menfess apa yang memiliki pengaruh terhadap emosional anda?
Misalnya menfess yang sensitive
3. Pernahkah anda merasa tersinggung dengan menfess yang dikirim melalui akun @collegemenfess?
4. Jika menfess yang anda kirim ke @collegemenfess tidak mendapatkan respon yang sesuai dengan yang anda kehendaki bagaimana perasaan anda?
5. Respon bagaimana dari pengguna Twitter lain yang menurut anda 'tidak mengenakan' dalam sebuah menfess?
6. Bagaimana isi menfess yang dapat membuat anda merasa senang secara emosional?

Behavioral

1. Menfess apa saja yang pernah anda kirim ke akun @collegemenfess?
2. Bagaimana respon dari followers atau audiens @collegemenfess terhadap pesan yang anda kirim?
3. Bagaimana jenis pesan yang diizinkan dan tidak untuk dikirim melalui @collegemenfess?
4. Apa yang anda lakukan jika menemukan menfess yang sesuai dengan opini anda?
5. Apa yang anda lakukan jika menemukan menfess yang tidak sesuai dengan opini anda?
6. Fitur twitter lain apa yang membuat anda mendapatkan informasi di akun @collegemenfess?
7. Jika anda menggunakan fitur reply, topik bahasan apa yang biasanya balas?
8. Jika Anda mendapatkan informasi di akun @collegemnefess, sebutkan dan jelaskan fitur twitter apa saja yang anda gunakan sebagai respon!

Lampiran 3: Dokumentasi Penelitian

