

Pengalaman Informasi Pengguna Akun Autobase Twitter @Sbmptnfess sebagai Sumber Informasi bagi Calon Mahasiswa

Salsabilla Risna Azzahra^{1*)}, Athanasia Octaviani Puspita Dewi²

^{1,2}Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro, Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang Indonesia

*) Korespondensi: ssalsabillar@gmail.com

Abstract

[Title: Information Experience of Users of the Autobase @sbmptnfess Account as a Source of Information for Prospective Students] Information experience explores how individuals engage with information and how they relate to information in everyday life. This study discusses the information experience of users of the Twitter @sbmptnfess autobase account as a source of information for prospective students during the selection period to enter college. The purpose of this research is to know how the information experience of users of the autobase Twitter account @sbmptnfess as a source of information in preparing for college entrance selection for prospective students. The research method used is a qualitative method with a phenomenological approach, data collection is done using passive observation and semi-structured interviews. Informants were selected using a purposive sampling technique as many as 12 informants. Data analysis using thematic analysis. The research results consist of 4 themes, that is the use of Twitter and autobase as a source of information, information needs and fulfillment of the information needs of prospective students, Twitter autobase as a source of information and experience using an autobase Twitter account as a source of information. The results of the study show that the information experience of prospective students consists of experience of choosing the autobase account @sbmptnfess as a source of information; the involvement experiences of prospective students in autobase accounts consisting of sending menfess, commenting and sharing information; the feelings of prospective students when using an autobase account consist of feeling happy because they can share information and hope that their information needs can be fulfilled through an autobase account; experience feelings after using an autobase account consisting of feeling happy, relieved, and satisfied because information needs can be fulfilled; experience in using an autobase account as a source of information consists of helping, impressing, being able to ask questions and answers, and experience awareness. Information experience by prospective students shows that the autobase account is used as a source to find information by considering the accuracy of the information obtained.

Keywords: autobase; information experience; prospective students; twitter

Abstrak

Pengalaman informasi mengeksplorasi bagaimana keterlibatan antara individu dengan informasi serta bagaimana mereka berhubungan dengan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini membahas mengenai pengalaman informasi pengguna akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi bagi calon mahasiswa selama masa seleksi masuk perguruan tinggi. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengalaman informasi pengguna akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi dalam mempersiapkan seleksi masuk perguruan tinggi bagi calon mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi pasif dan wawancara semi terstruktur. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 12 informan. Analisis data menggunakan *thematic analysis*. Hasil penelitian terdiri dari 4 tema yaitu pemanfaatan Twitter dan *autobase* sebagai sumber informasi, kebutuhan informasi dan pemenuhan kebutuhan informasi calon mahasiswa, *autobase* Twitter sebagai sumber informasi dan pengalaman penggunaan akun *autobase* Twitter sebagai sumber informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman informasi calon mahasiswa terdiri dari pengalaman memilih akun *autobase* @sbmptnfess sebagai sumber informasi; pengalaman keterlibatan calon mahasiswa pada akun *autobase* terdiri dari mengirim menfess, memberi komentar dan membagikan informasi; perasaan calon mahasiswa saat menggunakan akun *autobase* terdiri dari merasa senang karena dapat berbagi informasi dan berharap kebutuhan informasinya dapat terpenuhi melalui akun *autobase*; pengalaman perasaan setelah menggunakan akun *autobase* terdiri dari merasa senang, lega, dan puas karena kebutuhan informasi dapat terpenuhi; pengalaman dalam menggunakan akun *autobase* sebagai sumber informasi terdiri dari terbantu, berkesan, dapat melakukan tanya jawab, dan pengalaman kesadaran. Pengalaman informasi oleh calon mahasiswa menunjukkan bahwa akun *autobase* digunakan sebagai sumber untuk mencari informasi dengan mempertimbangkan keakuratan informasi yang diperoleh.

Kata kunci: autobase; calon mahasiswa; pengalaman informasi; twitter

1. Pendahuluan

Perguruan tinggi merupakan salah satu pilihan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang berikutnya setelah menempuh pendidikan menengah atas. Siswa lulusan pendidikan menengah atas membutuhkan informasi dan persiapan mengenai seleksi masuk perguruan tinggi negeri maupun swasta atau pendidikan yang sederajat. Lulusan siswa sekolah menengah atas atau yang sederajat yang selanjutnya disebut calon mahasiswa membutuhkan informasi dalam proses penerimaan mahasiswa baru di perguruan tinggi, sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan dan pengambilan keputusan (Ilma et al., 2017).

Media sosial sangat beragam pada saat ini, Twitter merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengguna dengan jumlah yang cukup banyak dari berbagai kalangan. Twitter adalah layanan bagi seseorang untuk berkomunikasi dan memungkinkan untuk tetap terhubung melalui pertukaran yang cukup cepat, selain itu pengguna dapat mengunggah postingan berupa tweet berisi teks, foto, video, gif, dan tautan (Twitter, 2023). Berdasarkan data Statista (Statista Research Department, 2022), pengguna Twitter di seluruh dunia pada kuartal II tahun 2021 sebanyak 206 juta. Adapun pengguna Twitter di Indonesia pada survei Januari 2022 sebanyak 18,45 juta pengguna. Pengguna Twitter yang sangat beragam, memunculkan fenomena penggunaan *autobase* di Twitter. *Autobase* merupakan akun *automatic* fanbase yang memanfaatkan fitur *automenfess* atau *menfess* (*mention confess*) yang dikirim pengguna Twitter melalui *direct message* dengan *trigger* tertentu dan dipublikasikan secara otomatis menggunakan sistem *automenfess* (Syafitri et al., 2020). Salah satu *autobase* yang dimanfaatkan oleh siswa pendidikan menengah atas maupun yang telah lulus yaitu akun @sbmptnfess. Akun @sbmtpnfess digunakan untuk berbagi informasi mengenai seleksi masuk perguruan tinggi. Akun tersebut telah aktif digunakan sejak tahun 2019 sampai saat ini, akun tersebut juga telah diikuti lebih dari 600 ribu pengikut. Berdasarkan pengamatan pada akun *autobase* di Twitter, akun *autobase* @sbmptnfess merupakan salah satu akun seputar masuk perguruan tinggi paling aktif dan belum ada akun sejenis yang aktif digunakan. Informasi yang dibagikan di Twitter dapat memberikan kenyamanan kepada siswa karena mereka secara langsung dapat memberikan komentar dan berbagi wawasan lebih lanjut (Malik et al., 2019).

Kebutuhan informasi muncul ketika seseorang belum memiliki pengetahuan tentang apa yang akan dicari. Dalam teori perilaku pencarian informasi milik Wilson (2016) bahwa kepuasan kebutuhan informasi diusulkan menjadi pendorong tindakan yang diambil oleh pengguna, untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dirasakan maka akan mencari informasi pada sumber formal maupun informasi dengan hasil kegagalan atau keberhasilan. Apabila berhasil maka informasi akan dimanfaatkan, apabila gagal maka akan berulang pada pencarian informasi. Muncul suatu istilah dalam perilaku informasi seseorang yaitu pengalaman informasi. Pengalaman informasi dilakukan dengan memperhatikan bagaimana seseorang mengalami informasi, bagaimana seseorang terlibat dengan informasi, apa yang seseorang alami dengan informasi, serta pikiran dan perasaan orang terkait pengalaman informasi (Davis, 2015). Penelitian mengenai pengalaman informasi terutama yang mengkaji fenomena media sosial masih sangat sedikit (Miller et al., 2019). Kajian mengenai pengalaman informasi dalam penggunaan media sosial dapat membuka peluang untuk penelitian berkaitan dengan pengalaman informasi. Oleh karena itu, pemanfaatan

autobase oleh pengguna dapat dikaji dengan pengalaman informasi untuk mengetahui bagaimana pengguna *autobase* dalam berinteraksi dengan informasi sebagai sumber informasi untuk pemenuhan kebutuhan informasi.

Twitter dipilih karena semakin banyak calon mahasiswa yang beralih menggunakan media sosial untuk mengambil keputusan pra-pendaftaran studi di universitas (Reddy, 2014). Selain itu, media sosial Twitter dipilih karena terdapat akun *autobase* yang memudahkan untuk melakukan pencarian informasi (Syafitri et al., 2020). Penggunaan *autobase* sebagai sumber informasi bagi calon mahasiswa tersebut dapat dilakukan suatu kajian untuk eksplorasi pengalaman informasi pengguna akun *autobase*. Oleh karena itu, penelitian ini menelaah lebih mendalam tentang “Pengalaman Informasi Pengguna Akun *Autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai Sumber Informasi bagi Calon Mahasiswa”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengalaman informasi pengguna akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi dalam mempersiapkan seleksi masuk perguruan tinggi bagi calon mahasiswa.

2. Landasan Teori

2.1 Pengalaman Informasi

Pengalaman informasi merupakan kajian baru sebagai sebuah kajian bagaimana seseorang berinteraksi dengan informasi. Pengalaman informasi dapat dianggap dalam artian luas yaitu keterlibatan orang dengan informasi, sifat keterlibatan orang, dan bagaimana mereka berhubungan dengan informasi ketika mereka menjalani kehidupan sehari-hari serta pekerjaan mereka (Bruce et al., 2014b). Pengalaman informasi dilakukan dengan memperhatikan bagaimana seseorang mengalami informasi, bagaimana seseorang terlibat dengan informasi, apa yang seseorang alami dengan informasi, serta pikiran dan perasaan orang terkait pengalaman informasi (Davis, 2015). Davis (2015) membagi dimensi pengalaman informasi menjadi 3 (tiga), sebagai berikut:

- a. Orang : individu beserta pandangan dunia mereka, latar belakang, emosi, pikiran serta perasaan.
- b. Informasi : dalam beragam bentuk dan sebagaimana ditunjukkan dalam data.
- c. Konteks : ruang dimana pengalaman terjadi.

Christine Bruce, Kate Davis, Hilary Hughes, Helen Partridge, dan Ian Stoodley membagi konsep pengalaman informasi menjadi 2 (dua) (Bruce et al., 2014a) yaitu: a) *A Research Domain*: pengalaman informasi sebagai domain penelitian sangat mungkin bersifat interdisipliner seperti bidang informasi, pembelajaran, teknologi. Sebagai domain penelitian, pengalaman informasi sudah pernah diteliti melalui lensa perilaku dan fenomenologis atau sosiokultural; b) *A Research Object*: pengalaman informasi sebagai objek penelitian dapat menjadi penelitian sendiri maupun berdiri dengan objek penelitian bidang informasi lainnya meliputi berbagi, pencarian, literasi, dan praktik informasi.

Pengalaman informasi seseorang dapat dilihat sebagai seperangkat pengalaman yang merupakan bagian dari pengalaman informasi dan dapat dianggap sebagai contoh dimana orang sadar menggunakan atau berinteraksi dengan informasi tertentu. Hal penting yang perlu diketahui bahwa pengalaman informasi

mungkin memiliki serangkaian objek penelitian terkait, termasuk pengalaman informasi individual, pengalaman informasi kolektif, variasi dalam pengalaman informasi atau pengalaman informasi yang terkait dengan praktik, aktivitas, konsep, atau keterampilan tertentu. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengalaman informasi adalah domain penelitian yang mempunyai fokus pada cara seseorang dalam memperoleh makna dari keterlibatan dengan informasi dalam berbagai aspek kehidupan mereka.

2.2 Sumber Informasi

Sumber informasi adalah sumber dari informasi tersebut berasal. Informasi menurut Gordon B. Davis dalam Sri Ati, Nurdien H. Kistanto, dan Amin Taufiq (2017), informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk kemudian informasi tersebut bermanfaat bagi pengambilan keputusan pada saat ini maupun di waktu mendatang serta memiliki arti bagi penerima. Informasi dalam bentuk apapun dapat diterima oleh penerima melalui sumber informasi yang berbeda-beda. Perkembangan sumber informasi menyebabkan adanya kemampuan membuat, mengakses, memanfaatkan serta saling membagikan informasi (Makmur, 2019).

Sumber-sumber informasi yang dimanfaatkan oleh orang-orang untuk mendapatkan informasi, meliputi sumber informasi manusia dan sumber informasi melalui media massa. Sehingga, sumber informasi dapat disimpulkan merupakan perantara informasi berasal kepada penerima informasi. Sumber informasi mengalami perkembangan yang menyebabkan perilaku informasi orang semakin beragam. Selain itu, adanya perkembangan juga menyebabkan pemanfaatan sumber informasi semakin bervariasi.

2.3 Media Sosial

Menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) media sosial adalah saluran berbasis internet yang digunakan oleh pengguna untuk berinteraksi, menampilkan diri pada waktu yang sebenarnya atau tertangguh, dalam jangkauan khalayak luas maupun sempit, kemudian pengguna dapat memperoleh nilai dari konten yang dibuat serta persepsi interaksi dengan orang lain. Adapun menurut Tracy L. Tulen dan Michael R. Solomon dalam Esti Purnamasari dan Ismunandar (2020) media sosial adalah sarana yang digunakan untuk berkomunikasi dan berkolaborasi yang dilakukan secara daring (dalam jaringan) di antara jaringan orang-orang, masyarakat serta organisasi yang saling berkaitan dan bergantung, hal ini diperkuat dengan adanya kemampuan serta mobilitas teknologi.

Media sosial memiliki beberapa jenis salah satunya adalah situs jejaring sosial. Dalam ODLIS (Reitz, 2022), situs jejaring sosial adalah layanan elektronik (biasanya berbasis web) yang dirancang untuk pengguna membuat profil organisasi pribadi dan menghubungi individu lain untuk berkomunikasi, berkolaborasi, dan/atau berbagi konten dengan mereka. Contoh situs jejaring sosial yang disebutkan dalam ODLIS yaitu Bebo, Facebook, Twitter, dan Buzz dari Google. Twitter sebagai situs jejaring sosial digunakan pada penelitian ini yaitu berupa keterlibatan seseorang dengan akun *autobase* Twitter.

Berdasarkan beberapa pengertian dari media sosial yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media sebagai sarana seseorang untuk berinteraksi, berbagi konten serta berkomunikasi

dengan orang lain secara luas maupun individu dilakukan secara *online* pada waktu sekarang maupun waktu yang ditunda.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk memperoleh data yang mendalam, data tersebut mengandung makna (Sugiyono, 2014). Hal tersebut sesuai dengan penelitian ini yaitu mencari data secara mendalam mengenai pengalaman informasi seseorang. Penelitian kualitatif diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih mendalam serta detail. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena pengalaman informasi oleh pengguna yaitu pengguna akun *autobase* Twitter. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan fenomenologi. Penelitian fenomenologi berfokus menggali, memahami serta menafsirkan suatu fenomena, peristiwa dan hubungannya dengan orang dalam situasi tertentu (Yusuf, 2014). Pendekatan penelitian fenomenologi tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan pada penelitian ini karena mencari makna atau esensi pada fenomena pengalaman informasi oleh individu yang telah memanfaatkan akun *autobase* Twitter.

Informan pada penelitian ini ditentukan melalui teknik *probability sampling*. Teknik pengambilan sampling *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan memberikan kesamaan peluang atau kesempatan bagi setiap unsur pada populasi (Maidiana, 2021). Teknik *probability sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel sumber data penelitian dengan suatu pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Lenaini, 2021). Pertimbangan dalam pemilihan informan yang selanjutnya merupakan kriteria informan terdiri dari pengguna akun *autobase* Twitter @sbmptnfess, pengguna akun tersebut merupakan calon mahasiswa, dan pengguna akun tersebut memanfaatkan akun tersebut sebagai salah satu sumber informasi. Berdasarkan kriteria tersebut, terdapat 12 siswa yang bersedia menjadi informan penelitian. Siswa yang terpilih merupakan siswa kelas 12 dan siswa *gapyear* yang akan masuk ke perguruan tinggi.

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi pasif dengan mengamati kegiatan pengguna akun *autobase* Twitter @sbmptnfess tanpa terlibat dalam interaksi kegiatan pengguna akun agar menghindari munculnya pandangan peneliti pada saat dilakukan penelitian. Selain itu, pengambilan data juga dilakukan dengan wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*) adalah jenis wawancara yang lebih bebas daripada wawancara terstruktur serta menemukan permasalahan dengan lebih terbuka. Wawancara semi terstruktur dipilih untuk mendapatkan hasil yang mendalam tanpa membatasi jawaban narasumber pada pertanyaan yang telah disusun, serta diharapkan mampu mengeksplorasi pengalaman pengguna akun secara representatif. Wawancara pada penelitian ini dilakukan secara *online* karena keterbatasan jarak dengan informan. Selanjutnya, analisis data pada penelitian ini menggunakan *thematic analysis* yang terdiri dari memahami data, menyusun kode, dan mencari tema.

4. Hasil dan Pembahasan

Pengalaman informasi pada penelitian ini merupakan konseptualisasi dari kajian pengalaman informasi oleh Christine Bruce, Kate Davis, Hilary Hughes, Helen Partridge, dan Ian Stoodley (2014b) yaitu fokus pada individu, bagaimana pengalaman hidupnya, dan perspektif mengenai keterlibatan individu dengan informasi. Sehingga pengalaman informasi pada calon mahasiswa yang menggunakan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess melihat bagaimana pengalaman calon mahasiswa yang berfokus pada individu, bagaimana pengalaman calon mahasiswa dalam menggunakan akun *autobase* sebagai sumber informasi dan keterlibatan calon mahasiswa dengan informasi pada sumber informasi *autobase*. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dari akun *autobase* @sbmptnfess dan hasil wawancara kepada 12 informan, terdapat 4 (empat) tema yang berkaitan dengan pengalaman informasi pengguna akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi bagi calon mahasiswa, berikut penjelasan dari keempat tema tersebut.

4.1 Pemanfaatan Twitter dan *Autobase* sebagai Sumber Informasi

Akun *autobase* @sbmptnfess yang ada di Twitter dimanfaatkan oleh calon mahasiswa dalam mencari informasi untuk kebutuhan selama masa seleksi masuk perguruan tinggi. Akun *autobase* tersebut digunakan sebagai sumber informasi dengan berbagai alasan yang mampu menjadikan calon mahasiswa akhirnya memilih menggunakan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess. Alasan calon mahasiswa dalam memanfaatkan akun *autobase* @sbmptnfess sebagai sumber informasi berasal dari pengalaman masing-masing. Calon mahasiswa memanfaatkan akun *autobase* @sbmptnfess karena akun tersebut khusus untuk mencari informasi yang berkaitan dengan informasi tentang seleksi masuk perguruan tinggi yaitu SNMPTN (SNBP), SBMPTN (SNBT), UTBK, dan tentang PTN beserta perkuliahan. Sehingga, calon mahasiswa memilih akun media sosial untuk mencari informasi sesuai dengan informasi yang dibutuhkan. Hal tersebut selaras dengan keingintahuan pengguna dapat terpenuhi dengan konten sesuai dengan kebutuhannya (Prihatiningsih, 2017).

Akun *autobase* juga memberikan wadah dalam bentuk saling bertukar pendapat, tanya jawab dan *sharing* antar sesama pengguna akun *autobase* @sbmptnfess melalui mengirim *menfess*. *Sharing* sesama pengguna akun *autobase* dapat memudahkan calon mahasiswa untuk berbagi informasi pada *autobase* secara mudah dan cepat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan bahwa melalui akun *autobase* Twitter, pengguna dapat memperoleh informasi, bertanya, memberikan rekomendasi atau memberi informasi (Damayanti et al., 2022). Terdapat beberapa akun *autobase* yang memiliki pembahasan seputar pendidikan, namun yang khusus untuk seleksi masuk perguruan tinggi adalah *autobase* @sbmptnfess dan akun tersebut tergolong cukup aktif digunakan oleh pengguna Twitter. Sehingga, akun tersebut dijadikan sebagai sumber informasi bagi calon mahasiswa karena cakupannya luas serta terdapat banyak kiriman yang membahas mengenai seleksi masuk perguruan tinggi maupun pembahasan lainnya yang sejenis.

Pengguna mengakses Twitter selain untuk bermain media sosial juga dapat digunakan untuk mencari informasi. Ketika pengguna bermain media sosial Twitter sekaligus dapat mendapatkan informasi yang dibutuhkan melalui akun *autobase* Twitter @sbmptnfess. Sehingga, informasi dari akun *autobase* dapat

muncul bahkan ketika hanya sedang bermain media sosial, hal tersebut dapat memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi. Namun, informasi yang ditemukan belum tentu sepenuhnya sesuai dengan yang dibutuhkan atau hanya menambah informasi dan belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan informasi. Informasi yang muncul tersebut cenderung sangat beragam, sehingga membutuhkan waktu untuk memilih informasi yang dapat digunakan (Wardani et al., 2018). Selain itu, melalui akun *autobase*, calon mahasiswa dapat menemukan motivasi berupa semangat untuk mengejar impian. Hal tersebut selaras dengan media sosial yang berpengaruh terhadap motivasi belajar siswa sebagai sumber belajar (Permana, 2018).

Berdasarkan pengalaman calon mahasiswa terhadap akun *autobase* @sbmptnfess, terdapat beberapa alasan yang menyebabkan calon mahasiswa pada akhirnya memutuskan untuk menggunakan akun *autobase* @sbmptnfess sebagai sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Keputusan menggunakan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess oleh calon mahasiswa dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) yaitu berdasarkan kualitas, kecepatan, dan isi. Berikut merupakan penjelasan dari 3 (tiga) kelompok tersebut.

a. Kualitas, calon mahasiswa mempercayai informasi pada akun *autobase* @sbmptnfess kemudian memanfaatkan informasi tersebut karena informasi tersebut sumbernya valid berdasarkan kepercayaan calon mahasiswa kepada pengirim yang membagikan informasi, dan pengikut dari akun *autobase* bukan hanya calon mahasiswa tetapi juga calon mahasiswa yang telah menjadi mahasiswa sehingga bisa membagikan informasi seputar pengalamannya selama masa seleksi masuk perguruan tinggi di akun *autobase*. Hal tersebut disampaikan oleh Rigel dalam wawancara yaitu sebagai berikut, “Nah, aku merasa kalau misalnya aku kirim menfess gitu terus ada yang bales dari kakak-kakak angkatan sebelumnya jadi mereka bisa *sharing* pengalaman-pengalamannya juga, jadi aku ngerasa itu juga valid karena berdasarkan pengalaman-pengalaman mereka secara langsung gitu.” (Rigel, Selasa 14 Februari 2023)

Informasi yang dibagikan oleh sesama calon mahasiswa dan orang yang memiliki pengalaman sebelumnya menyebabkan kualitas informasi yang dibagikan menjadi tinggi karena sumbernya jelas dan informasi yang dibagikan berasal dari orang yang telah memiliki pengalaman sebelumnya. Calon mahasiswa percaya terhadap informasi yang dibagikan dari *autobase*, sehingga memutuskan untuk menggunakan akun *autobase* @sbmptnfess.

b. Kecepatan, akun *autobase* @sbmptnfess merupakan akun *autobase* yang aktif dengan kiriman menfess yang banyak dalam waktu yang singkat sehingga beragam informasi dapat dibagikan oleh banyak orang. Sehingga, pengguna akun *autobase* merasa akun *autobase* @sbmptnfess cukup *update* dalam berbagi informasi bahkan secara *real time* dalam waktu 24 jam tanpa henti. Hal tersebut diungkapkan oleh Rigel dalam wawancara yaitu sebagai berikut, “kayak tiap menitnya ada aja yang kirim menfess ya, jadi tanpa aku mengirim menfess pun kalau aku liat akunnya itu udah banyak pertanyaan disitu, jadi aku bisa liat sambil aku bisa cari informasi juga” (Rigel, Selasa 14 Februari 2023).

Arus informasi yang cukup cepat pada akun *autobase* @sbmptnfess dapat diterima oleh pengguna tanpa sengaja karena biasanya informasi yang ramai dibicarakan dapat muncul pada beranda pengguna Twitter. Adanya arus informasi yang cepat pada *autobase* dapat membantu calon mahasiswa untuk

mendapatkan informasi secara cepat dan lebih efektif, hal tersebut dapat menjadi keunggulan dari sumber informasi *autobase*. Sehingga, calon mahasiswa menggunakan akun *autobase* @sbmptnfess salah satunya karena kecepatan informasi yang dibagikan pada *autobase* tersebut.

c. Isi, akun *autobase* @sbmptnfess digunakan oleh calon mahasiswa karena pada akun *autobase* dapat digunakan untuk berbagi informasi dan tanya jawab. Berbagi informasi dan tanya jawab dibutuhkan oleh calon mahasiswa untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan dapat digunakan secara interaktif antar pengguna akun *autobase*. Seperti yang diungkapkan oleh Arcturus dalam wawancara sebagai berikut, “banyak juga yang *sharing sharing*, nanya-nanya di *autobase* itu kak” (Arcturus, Rabu 15 Februari 2023). Melalui akun *autobase* Twitter @sbmptnfess, antar sesama calon mahasiswa dapat menggunakan *autobase* untuk berbagi pendapat dan informasi melalui menfess. Hal tersebut sesuai dengan Husnusyifa (2019) bahwa Twitter dapat digunakan untuk menyebarkan informasi hingga membagikan pendapat maupun pandangan dari pengguna lain.

4.2 Kebutuhan Informasi dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Calon Mahasiswa

Calon mahasiswa menggunakan sumber informasi akun *autobase* Twitter @sbmptnfess untuk mencari informasi yang dibutuhkan, sehingga kebutuhan informasi calon mahasiswa dapat dipenuhi selama masa seleksi masuk perguruan tinggi. Berbagai informasi ditemukan oleh calon mahasiswa seperti informasi seputar perguruan tinggi negeri dan swasta, informasi seputar seleksi masuk perguruan tinggi, informasi seputar kip kuliah, informasi seputar persiapan tes yaitu latihan soal serta *try out*, informasi seputar nilai dan program studi hasil seleksi yang telah lolos, dan informasi yang hanya dibahas pada akun *autobase* Twitter @sbmptnfess. Seluruh informasi yang ditemukan oleh calon mahasiswa dapat memudahkan calon mahasiswa selama masa seleksi masuk perguruan tinggi karena sesuai dengan kebutuhan. Berbagai informasi yang diperoleh calon mahasiswa juga digunakan untuk mengambil keputusan dalam persiapan masuk perguruan tinggi (Ilma et al., 2017).

Informasi yang diperoleh calon mahasiswa melalui akun *autobase* Twitter @sbmptnfess digunakan oleh calon mahasiswa sesuai dengan pengalaman calon mahasiswa selama menggunakan akun tersebut yaitu informasi dari akun *autobase* cukup *update*, informasi dari akun *autobase* dianggap benar serta valid, informasi tersebut akurat serta dapat dipercaya, dan informasi dari *autobase* dapat membantu calon mahasiswa. Informasi dari *autobase* tersebut memiliki kecepatan *update* informasi serta menyertakan bukti akurat seperti dari penyelenggara resmi, sehingga calon mahasiswa menggunakan informasi dari *autobase* tersebut. Selain itu, informasi diperoleh dari mahasiswa yang telah mengikuti seleksi masuk perguruan tinggi sebelumnya, sehingga mahasiswa tersebut memiliki pengalaman yang dapat dibagikan kepada calon mahasiswa lain melalui akun *autobase* Twitter @sbmptnfess.

Calon mahasiswa berganti menggunakan media sosial dalam mengambil keputusan sebelum mendaftar di suatu universitas (Reddy, 2014). Hal tersebut dapat ditunjukkan oleh calon mahasiswa yang menggunakan media sosial Twitter yaitu pada akun *autobase* Twitter @sbmptnfes sebagai sumber informasi selama masa seleksi masuk perguruan tinggi dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi mereka. Pengguna juga dapat memenuhi kebutuhan informasi dengan pencarian melalui media salah

satunya media sosial (Rohmah, 2020). Calon mahasiswa juga menggunakan informasi melalui *autobase* tersebut karena informasi dari *autobase* dianggap akurat serta dapat dipercaya karena menyertakan informasi resmi dari penyelenggara dan beberapa informasi dibagikan oleh pengguna yaitu mahasiswa yang telah mempunyai pengalaman sebelumnya selama mengikuti seleksi masuk perguruan tinggi.

4.3 *Autobase* Twitter sebagai Sumber Informasi

Sumber informasi yang menjadi perantara informasi kepada penerima dapat berupa media *online* yaitu melalui media sosial (Santikasari & Laksmi, 2019). Media sosial tersebut yaitu Twitter, pada akun *autobase* Twitter @sbmptnfess yang digunakan oleh pengguna Twitter dengan topik pembahasan seputar seleksi masuk perguruan tinggi. *Autobase* yang mempunyai pembahasan tersebut digunakan oleh pengguna yaitu calon mahasiswa sebagai sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan selama masa seleksi masuk perguruan tinggi. Pemanfaatan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi digunakan dengan cara melakukan pencarian pada *autobase* yaitu sebagai berikut:

a. Pemanfaatan fitur Twitter dan *autobase*

Pemanfaatan fitur pada media sosial serta *autobase* digunakan oleh calon mahasiswa dalam menggunakan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi. Pemanfaatan fitur tersebut terdiri dari menyalakan notifikasi akun *autobase* Twitter @sbmptnfess yang memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi dari akun *autobase* yaitu tweet pada akun *autobase* @sbmptnfess akan masuk ke notifikasi pengguna Twitter tersebut sehingga memudahkan mendapatkan informasi. Pemanfaatan *autobase* sebagai sumber informasi juga dilakukan dengan cara memanfaatkan fitur dari Twitter yaitu bagian pencarian atau *search bar*. Fitur tersebut memudahkan calon mahasiswa dalam mencari informasi sesuai dengan kebutuhan informasi yang telah dimiliki dengan cara memasukkan kata kunci dari kebutuhan informasinya ke bagian pencarian di Twitter.

Pencarian informasi berikutnya dilakukan dengan cara memanfaatkan fitur dari akun *autobase* itu sendiri yaitu bertanya melalui mengirim *menfess* atau kiriman tweet. Selain itu, pencarian informasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur Twitter yaitu komentar atau *reply* pada informasi yang dikirim melalui *menfess* akun *autobase* Twitter @sbmptnfess. Pemanfaatan fitur pada Twitter dapat memudahkan pengguna dalam mencari informasi di Twitter. Hal tersebut selaras dengan pernyataan bahwa pemanfaatan kekuatan Twitter dapat diperoleh melalui penggunaan fitur di Twitter (Paramastri & Gumilar, 2019).

Calon mahasiswa juga melihat kiriman pada beranda Twitter dan *scrolling* akun *autobase*. Melihat kiriman pada akun *autobase* biasa dilakukan oleh calon mahasiswa apabila memiliki waktu lebih luang untuk melakukan *scrolling* pada akun *autobase* karena kiriman pada *autobase* terbilang cukup banyak dalam waktu yang singkat sehingga kiriman pada *autobase* sangat banyak. Informasi yang diperoleh melalui beranda pengguna maupun dengan *scrolling* akun *autobase* sesuai dengan perilaku pencarian informasi pemindaian aktif yaitu mengenali sumber informasi namun tidak memiliki harapan untuk menemukan informasi yang spesifik (Lathifah & Dewi, 2021).

b. Keakuratan informasi

Pencarian informasi yang dilakukan melalui akun *autobase* Twitter @sbmptnfess dilakukan dengan cara menemukan informasi pada *autobase* kemudian memastikan keakuratan informasi yang diperoleh melalui informasi pada platform lain. Memastikan keakuratan informasi dilakukan untuk memastikan informasi yang ditemukan pada *autobase* dapat digunakan oleh calon mahasiswa. Sehingga, informasi yang diperoleh melalui *autobase* bisa dimanfaatkan oleh calon mahasiswa untuk kebutuhan selama masa seleksi masuk perguruan tinggi. Memastikan keakuratan informasi pada platform lain membuktikan bahwa informasi pada akun *autobase* dapat digunakan oleh calon mahasiswa apabila informasi tersebut memang benar. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa verifikasi informasi dilakukan dengan menelusuri informasi pada media sosial yang lain (Nurrahmi & Syam, 2020).

Pencarian informasi pada sumber informasi akun *autobase* Twitter @sbmptnfess selanjutnya diikuti dengan tindakan yang dilakukan oleh calon mahasiswa setelah menggunakan akun *autobase* sebagai sumber informasi. Berikut merupakan beberapa tindakan yang dilakukan oleh calon mahasiswa setelah mendapatkan informasi dari akun *autobase* Twitter @sbmptnfess yang terbagi menjadi 2 (dua) kategori, yaitu,

a. Menyimpan informasi

Menyimpan informasi dapat dilakukan dengan mencatat atau menulis informasi yang ditemukan pada *autobase*. Mencatat atau menulis informasi tersebut biasanya dilakukan pada informasi yang berisi tentang materi atau latihan soal yang dapat digunakan sebagai latihan bagi calon mahasiswa. Tindakan menyimpan informasi lainnya dengan memanfaatkan fitur pada Twitter yaitu dengan menyimpan tweet ke markah atau *bookmark*, *like*, dan *retweet* menfess. Menyimpan informasi lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur Twitter lainnya yaitu menyimpan gambar. Menyimpan informasi pada Twitter dapat memudahkan pengguna dalam temu kembali informasi. Hal tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa mengatur informasi seperti menyimpan informasi dapat memudahkan ketika akan digunakan kembali (Talip et al., 2020).

b. Berbagi informasi

Umumnya calon mahasiswa memanfaatkan tweet yang berisi informasi pada *autobase* untuk dibagikan dengan membagikan *link* pada tweet tersebut, sehingga ketika orang lain yang memperoleh *link* tersebut dapat mengakses informasi tersebut. Berbagi *link* atau tautan tersebut dapat mempermudah calon mahasiswa untuk memperoleh informasi kembali serta berbagi informasi dari sumber informasi *autobase* kepada orang lain, bahkan orang yang bukan pengguna Twitter dapat mengakses informasi tersebut. Calon mahasiswa membagikan *link* kepada sesama teman, ke grup yang mereka miliki seperti grup kelas, dan ke sesama teman yang tidak menggunakan Twitter. Berbagi informasi melalui tautan oleh calon mahasiswa semakin memudahkan antar sesama untuk mendapatkan informasi. Hal tersebut sesuai dengan penelitian mengenai penggunaan media sosial oleh Gen Z dalam pembelajaran yaitu berbagi *link* informasi (Nasution, 2020).

Pengalaman informasi berkaitan dengan bagaimana mereka berinteraksi dengan sumber informasi tersebut untuk berpartisipasi (Reddy, 2014). Pengalaman calon mahasiswa dalam menggunakan *autobase* sebagai sumber informasi dapat menimbulkan keterlibatan calon mahasiswa terhadap informasi pada *autobase*. Pada penelitian ini, keterlibatan calon mahasiswa dalam akun *autobase* dapat diketahui pada partisipasi maupun interaksi terhadap informasi yang dilakukan calon mahasiswa pada akun *autobase*. Bentuk keterlibatan calon mahasiswa pada akun *autobase* @sbmptnfess berupa menjawab kiriman menfess pada kolom komentar pada *autobase*, mengirim menfess pada *autobase*, dan membagikan informasi pada *autobase*.

4.4 Pengalaman Penggunaan Akun *Autobase* Twitter sebagai Sumber Informasi

Perasaan calon mahasiswa termasuk dalam pengalaman informasi setiap individu yang berasal dari perasaan selama menggunakan akun *autobase* sebagai sumber informasi (Davis, 2015). Seluruh pengalaman tersebut telah dirasakan oleh calon mahasiswa selama menggunakan akun *autobase* @sbmptnfess sebagai sumber informasi, calon mahasiswa tersebut telah berinteraksi dengan informasi pada akun *autobase* dan memiliki pengalaman dalam menggunakan akun *autobase* untuk mencari informasi. Pengalaman calon mahasiswa saat menggunakan akun *autobase* sebagai sumber informasi tidak hanya menciptakan perasaan senang karena mendapatkan tempat mencari informasi yang efektif serta membantu dan memiliki teman seperjuangan, namun juga muncul rasa tidak senang karena terdapat informasi ditanyakan berulang maupun *out of topic* dan hanya pengguna tertentu yang bisa mengirim menfess, calon mahasiswa juga berharap mendapatkan informasi dan memiliki rasa ragu atas informasi yang diperoleh.

Sama seperti saat menggunakan akun *autobase* sebagai sumber informasi, calon mahasiswa juga memiliki pengalaman setelah menggunakan akun *autobase* sebagai sumber untuk mencari informasi. Pengalaman perasaan calon mahasiswa setelah menggunakan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi terdiri dari perasaan senang dan terbantu dengan adanya *autobase* selama masa seleksi masuk perguruan tinggi, calon mahasiswa juga merasakan rasa puas dan lega setelah menggunakan *autobase* karena dapat memenuhi kebutuhan, namun selain perasaan tadi, calon mahasiswa juga merasakan *overthinking* karena informasi yang diterima melalui *autobase* tidak terbatas dan sangat banyak. Perasaan senang yang dirasakan oleh calon mahasiswa karena dapat mengakses informasi dan memperoleh informasi (Nurina HakiNm & Alyu Raj, 2017).

Pemanfaatan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi oleh calon mahasiswa berbeda satu dengan yang lainnya. Hal tersebut terjadi karena masing-masing calon mahasiswa mengalami pengalaman secara individu dalam berinteraksi dengan informasi selama memanfaatkan *autobase* sebagai sumber untuk mencari informasi. Pengalaman tersebut terdiri dari pengalaman terbantu oleh calon mahasiswa karena informasi yang diperoleh *update*, akun *autobase* dapat diakses kapan saja sehingga semakin memudahkan untuk mencari informasi, akun *autobase* @sbmptnfess jarang mengalami masalah pada akunnya sehingga semakin memudahkan pertukaran informasi melalui *autobase*, melalui *autobase* juga dapat berbagi materi soal serta latihan soal, selain itu melalui *autobase* juga membantu calon mahasiswa untuk mendapatkan informasi secara jelas tanpa bertele-tele. Calon mahasiswa juga memiliki

pengalaman yaitu berkesan, menyenangkan, dan memuaskan setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan melalui *autobase*. Pengalaman lain yang dialami oleh calon mahasiswa dalam menggunakan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi yaitu dapat memperoleh informasi dari tanya jawab pada *autobase* dan kenyamanan pada *autobase* tersebut, dengan sistem *autobase* yang dapat digunakan untuk tanya jawab, sangat memudahkan antar sesama pengguna akun *autobase* yang akan mengikuti seleksi masuk perguruan tinggi agar mendapatkan kemudahan untuk tanya jawab dan memperoleh informasi. Hal tersebut selaras dengan pernyataan bahwa pada Twitter dapat digunakan untuk berdiskusi oleh siswa dengan berpartisipasi pada kolom komentar (Nasution, 2020). Pengalaman selama menggunakan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess lainnya yaitu calon mahasiswa menyadari bahwa untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya cukup sulit yaitu pada *autobase* terdapat berbagai informasi yang sangat beragam kemudian calon mahasiswa menyadari bahwa masuk perguruan tinggi tidak mudah.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian tentang bagaimana pengalaman informasi pengguna akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi bagi calon mahasiswa, dapat ditarik simpulan bahwa calon mahasiswa memanfaatkan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber untuk mencari informasi selama masa seleksi masuk perguruan tinggi kemudian menghasilkan pengalaman informasi.

Pengalaman informasi calon mahasiswa selama menggunakan akun *autobase* Twitter @sbmptnfess sebagai sumber informasi dapat dikategorikan menjadi pengalaman bagaimana calon mahasiswa pada akhirnya memilih menggunakan akun *autobase* tersebut menjadi sumber informasi yaitu karena kemudahan memperoleh informasi melalui *autobase* Twitter, fitur yang ada pada Twitter, kecepatan memperoleh informasi, tampilan yang nyaman, pengguna yang ramah, *base* khusus yang membahas mengenai seleksi masuk perguruan tinggi, dapat melakukan tanya jawab, dan *base* yang ramai. Pengalaman selanjutnya yaitu pengalaman calon mahasiswa dengan kebutuhan informasi kemudian menemukan informasi pada akun *autobase* dan menggunakan informasi tersebut yaitu informasi seputar PTN, PTS, seleksi masuk perguruan tinggi, persiapan tes seperti latihan soal serta *try out* sebagai persiapan untuk pelaksanaan tes, nilai UTBK yang telah lolos sebagai gambaran nilai yang telah lolos, kekurangan dan kelebihan program studi sebagai pertimbangan pemilihan program studi bagi calon mahasiswa.

Pengalaman selanjutnya yaitu pengalaman calon mahasiswa dalam melakukan pencarian informasi menggunakan sumber informasi *autobase* Twitter yaitu memanfaatkan fitur pada Twitter dan *autobase* serta memastikan keakuratan informasi setelah mendapatkan informasi dari *autobase*. Selain itu, tindakan setelah mendapatkan informasi oleh calon mahasiswa yaitu berupa menyimpan informasi dan berbagi informasi. Serta keterlibatan calon mahasiswa dalam menggunakan akun *autobase* yaitu mengirim *menfess*, mengirim komentar, dan berbagi informasi. Pengalaman selanjutnya yaitu bagaimana perasaan saat dan setelah menggunakan akun *autobase* sebagai sumber informasi dan pengalaman dalam menggunakan akun *autobase* selama masa seleksi masuk perguruan tinggi yaitu perasaan senang karena terbantu dan dapat berbagi informasi, melegakan serta memuaskan atas informasi yang diperoleh, selain itu terdapat perasaan

tidak senang karena terdapat informasi yang ditanyakan secara berulang dan terdapat pembahasan *out of topic*. Pengalaman calon mahasiswa dalam menggunakan akun *autobase* yaitu terbantu, menyenangkan, memuaskan, dapat memperoleh informasi melalui tanya jawab, namun juga terdapat pengalaman merasakan kesulitan untuk masuk perguruan tinggi.

Daftar Pustaka

- Ati, S., Kristanto, N. H., & Taufiq, A. (2017). *Dasar-dasar Informasi* (Edisi Kedu). Universitas Terbuka.
- Bruce, C., Davis, K., Hughes, H., Partridge, H., & Stoodley, I. (2014a). Information experience: Contemporary perspectives. *Library and Information Science*, 9, 3–15. <https://doi.org/10.1108/S1876-056220140000010001>
- Bruce, C., Davis, K., Hughes, H., Partridge, H., & Stoodley, I. (2014b). Information experience: New perspectives and research directions. *Library and Information Science*, 9, 315–320. <https://doi.org/10.1108/S1876-056220140000010016>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Damayanti, S., Poerana, A. F., & Lubis, F. M. (2022). Fenomena Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Para Pengikut Akun @berburusale_. *Media Bina Ilmiah*, 16(10), 7569–7576. <http://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/7>
- Davis, K. (2015). *The information experience of new mothers in social media: a grounded theory study (Doctoral dissertation, Queensland University of Technology)* (Issue August) [Queensland University of Technology]. <https://eprints.qut.edu.au/86784/12/n4352556> Kate Davis Thesis with redactions_Redacted.pdf
- Department, S. R. (2022). *Countries with the most Twitter users 2022*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>
- Garg, M. (2016). Information Seeking Behaviour Models: A Brief Introduction. *International Journal of Library and Information Studies*, 6(1), 161–168. www.ijlis.org
- Husnusyifa, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar: Studi Pada Media Sosial Twitter @BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar. *Idea : Jurnal Humaniora*, 2(2), 120–133. <https://doi.org/10.29313/idea.v0i0.4935>
- Ilma, L. lu'ul, Roessobiyatno, R., & Nainggolan, B. (2017). Riset Permasalahan dalam Mencari Informasi dan Pertimbangan yang diperlukan Calon Mahasiswa untuk Menentukan Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(3), 195. <https://doi.org/10.25124/jmi.v16i3.337>
- Lathifah, I. C., & Dewi, A. O. P. (2021). Perilaku Pencarian Informasi Ibu Hamil pada Kehamilan Pertama di Kecamatan Tembalang Semarang dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 5(3), 401–416. <https://doi.org/10.14710/anuva.5.3.401-416>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.

- <https://doi.org/10.31764/historis.v6i1.4075>
- Maidiana, M. (2021). Penelitian Survey. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 20–29. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>
- Makmur, T. (2019). Revolusi sumber-sumber informasi di internet dan hubungannya dengan masyarakat informasi. *Al-Kuttab : Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 1(1), 46–55. <https://doi.org/10.24952/ktb.v1i1.1593>
- Malik, A., Heyman-Schrum, C., & Johri, A. (2019). Use of Twitter across educational settings: a review of the literature. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1), 36. <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0166-x>
- Miller, F., Davis, K., & Partridge, H. (2019). Everyday life information experiences in twitter: A grounded theory. *Information Research*, 24(2).
- Nasution, A. K. P. (2020). Integrasi Media Sosial dalam Pembelajaran Generasi Z. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*, 13(1), 80–86. <https://doi.org/10.24036/tip.v13i1.277>
- Nurina HakiNm, S., & Alyu Raj, A. (2017). Dampak kecanduan internet (internet addiction) pada remaja. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional X Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia*, 1(Agustus), 280–284. jurnal.unissula.ac.id/index.php/ippi/article/download/2200/1662
- Nurrahmi, F., & Syam, H. M. (2020). Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media Sosial. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129–146. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.9215>
- Paramastri, N. A., & Gumilar, G. (2019). Penggunaan Twitter Sebagai Medium Distribusi Berita dan News Gathering Oleh Tirto.Id. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 3(1), 18–38. <https://doi.org/10.24198/jkj.v3i1.22450>
- Partridge, H., & Yates, C. (2014). Researching information experience: Object and domain. *Library and Information Science*, 9, 19–32. <https://doi.org/10.1108/S1876-056220140000010002>
- Permana, E. P. (2018). Pengaruh Media Sosial sebagai Sumber Belajar IPS Terhadap Motivasi Belajar, Kemampuan Berpikir Kritis dan Berpikir Kreatif Siswa Sekolah Dasar. *PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 4(1), 54–59. <https://doi.org/10.29407/pn.v4i1.12431>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 8(1), 51–65. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Purnamasari, E., & Ismunandar. (2020). The Influence of Social Media on Interest To Buy Online (Case Study of Stie Bima Students). *Balance: Jurnal Ekonomi*, 16(1), 44.
- Reddy, V. (2014). Information experience in the context of information seeking methods by prospective students. *Library and Information Science*, 9, 295–311. <https://doi.org/10.1108/S1876-056220140000010015>
- Reitz, J. M. (2022). *ODLIS Online Dictionary for Library and Information Science*. https://products.abc-clio.com/ODLIS/odlis_about
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal*

Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 4(1), 1–16.

<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2957/1905>

Santikasari, S., & Laksmi, P. (2019). Hubungan Sumber Informasi Dengan Pemakaian Kontrasepsi di Kelurahan Merak Tangerang. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 10(1), 74–87. <https://doi.org/10.34305/jikbh.v10i1.87>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syafitri, N. K., Rullyana, G., & Ardiansah. (2020). Autbase @collegemenfess, a Twitter Account Used as Information Retrieval Tool. *Jurnal Khizanah Al-Hikmah*, 8(2), 161–172. <https://doi.org/10.24252/kah.v8i2a6>

Talip, B. A., Narayan, B., Watson, J., & Edwards, S. (2020). The Role of Information Experience on IT Professionals' Twitter Use. *Libri*, 70(1), 1–15. <https://doi.org/10.1515/libri-2018-0096>

Twitter, I. (2023). *Pusat Bantuan*. <https://help.twitter.com/id/resources/glossary>

Wardani, T. R. K., Suwignyo, H., & Ernarningsih, D. N. (2018). Kebutuhan Informasi dan Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Komunitas Akar Tuli. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(2), 105–112. <https://doi.org/10.17977/um008v2i22018p105>

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian : Kualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan* (Edisi Pert). Kencana.