

ABSTRAK

Media sosial merupakan salah satu perwujudan media baru, hampir semua orang dapat terhubung dan mengakses informasi melalui media sosial yang mereka gunakan. Twitter salah satu media sosial yang menyajikan informasi *real time* dan digunakan untuk berbagai tujuan. Penelitian ini berfokus pada penggunaan twitter @BisKota_ dalam dunia transportasi bus. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode etnografi virtual yang bertujuan untuk menjelaskan twitter sebagai media informasi, twitter sebagai media diskusi, twitter sebagai media promosi dan persuasi, dan menganalisis bahasa dalam interaksi twitter. Data dalam penelitian diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Analisis data penelitian ini menggunakan Analisis Media Siber (AMS).

Hasil penelitian menunjukkan twitter @BisKota_ digunakan membagikan informasi tentang transportasi bus seperti informasi tarif, informasi trayek bus, dan informasi karakteristik penumpang bus. Selain membagikan informasi twitter digunakan untuk diskusi dunia transportasi bus serta mempromosikan layanan perusahaan otobus dengan harapan dapat menarik minat orang lain menggunakan transportasi bus. Interaksi yang terjalin dalam twitter menggunakan bahasa tidak formal terkadang dalam percakapan digunakan bahasa kiasan serta istilah yang hanya diketahui kalangan tertentu saja.

Kata kunci: Etnografi Virtual, Media sosial, Twitter, Transportasi Bus



ABSTRACT

Social media is one manifestation of new media, almost everyone can connect and access information through the social media they use. Twitter is a social media that provides real-time information and is used for various purposes. This research focuses on the use of Twitter @BisKota_ in the world of bus transportation. This research is qualitative research using the virtual ethnography method which aims to explain Twitter as a medium of information, Twitter as a medium of discussion, Twitter as a medium of promotion and persuasion, and analyze language in Twitter interactions. The data in the research were obtained through observation, documentation, and interviews. Analysis of the research data using Cyber Media Analysis (AMS).

The results showed that Twitter @BisKota_ was used to share information about bus transportation such as information on fares, information on bus routes, and information on the characteristics of bus passengers. In addition to sharing information, Twitter is used for discussion of the world of bus transportation and promoting the services of autobus companies in the hope of attracting other people's interest in using bus transportation. Interactions that occur on Twitter use informal language, sometimes in conversations, figurative language and terms that are known only to certain circles are used.

Keywords: Virtual Ethnography, Social Media, Twitter, Bus Transportation

