

# Identifikasi motivasi mahasiswa dalam berbagi informasi hiburan di Twitter. studi kasus mahasiswa Universitas Negeri Di Jakarta = Identification of motivation as a driving factor for students in sharing entertainment information in Twitter. (case study of State University Students in Jakarta)

Nur Apriyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20510849&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### <b>ABSTRAK</b><br>

63% sumber informasi daring tersedia di Twitter. Hal ini mendorong tingginya proses berbagi informasi pada situs jejaring sosial tersebut. Ada pun jenis informasi yang memiliki kemungkinan terbesar untuk dibagikan adalah informasi hiburan. Dalam prosesnya, terdapat beragam faktor yang mendorong pengguna melakukan kegiatan tersebut. Faktor tersebut dapat dipengaruhi oleh situasi dan kondisi saat berbagi informasi. Oleh karena itu, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi jenis motivasi yang mendorong kegiatan berbagi informasi hiburan di Twitter. Selain itu, diperiksa juga apakah terdapat perbedaan motivasi antara laki-laki dengan perempuan. Sampel dalam penelitian ini adalah para mahasiswa sebagai kategori pengguna terbesar di media sosial. Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif deskriptif dengan studi kasus pada mahasiswa di tiga universitas negeri yang ada di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga besar motivasi yang senantiasa mendorong mahasiswa dalam berbagi informasi hiburan di Twitter, yaitu untuk pembelajaran, altruisme, dan kesenangan. Sementara, dua motivasi yang tidak banyak mendorong mahasiswa saat berbagi informasi hiburan adalah hubungan timbalbalik dan memperoleh keuntungan pribadi. Dalam Aldefer ERG Theory, temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa lebih condong untuk memenuhi kebutuhan bagi perkembangan diri mereka (growth needs). Ada pun proses yang terlihat dalam upaya memenuhi kebutuhan dalam berbagi informasi hiburan adalah peningkatan kepuasan (satisfactionstrengthening). Pada pemeriksaan motivasi antara laki-laki dan perempuan ditemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan terhadap faktor pendorong saat berbagi informasi hiburan di Twitter.

<hr>

### <b>ABSTRACT</b><br>

A number of 63% information sources are available on Twitter. This encourages the high activities of information sharing on Twitter. A type of information that has the greatest possibility to be shared is entertainment information. In the process, there are many factors or motivations that affect users to carry out these activities. The motivations can be influenced by certain situations and conditions. Therefore, the purpose of this study is to identify the types of motivation that encourage entertainment information sharing activities on Twitter. Moreover, this research seeks to examine whether there are motivation differences between male and female users. The samples of this research are college students as the largest user category in social media. This research approach is quantitative descriptive with case studies on college students from three state universities in Jakarta. Research results show that there are three major

motivations that highly encourage students to share entertainment information on Twitter. The motivations are learning, altruism, and enjoyment. Meanwhile, there are two motivations that do not encourage students when sharing entertainment information, namely reciprocity and personal gain. In Aldefer ERG Theory, this finding indicates that students are more inclined to meet their growth needs. The process that is involved in order to meet the needs of sharing entertainment information is satisfaction-strengthening. Through the examination of differences in motivation between male and female users, the finding shows that there are no significant differences in the motivation factors when sharing entertainment information on Twitter.