

## Motivasi Terhadap *Compose New Tweet* pada Jejaring Sosial *Twitter*

Febri Sulistya Purnama, Eko Setyo Pratomo

Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta Fakultas Psikologi  
febrisulistypurnama@yahoo.com

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi *compose new tweet* pada jejaring sosial *twitter*. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang menjadi mendorong motivasi terkait dengan *compose new tweet*. Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi. Melibatkan 5 orang subjek yang terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan latar belakang yang berbeda. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam *compose new tweet* dalam hal pemenuhan kebutuhan psikologisnya. Masing-masing subjek penelitian menunjukkan adanya motivasi untuk memenuhi setiap tingkat kebutuhan psikologis yang diperlukan oleh individu. Kesimpulan dari penelitian ini memadukan teori hirarki kebutuhan Abraham Maslow dan teori ERG dari Alderfer, dari kelima tingkatan hirarki Maslow subjek laki-laki lebih bersinggungan dengan tingkatan kebutuhan akan penghargaan dan subjek perempuan lebih ke arah tingkatan kebutuhan akan kasih sayang dan saling memiliki diantara kelompok sosialnya.

**Kata Kunci** *Compose new tweet*, *Twitter*, Motivasi

### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki pengguna *twitter* paling banyak di dunia. Terbukti berdasarkan penelitian yang dilakukan sebuah perusahaan milik Perancis, SemioCast, Indonesia masuk jajaran 20 negara teratas pengguna *twitter* (forum.kompas.com).

Beberapa permasalahan berawal dari sebuah motivasi pengguna *twitter* untuk melakukan *compose new tweet* di akun *twitter* miliknya, ada yang bertujuan melakukan *compose new tweet* untuk pelampiasan amarah atau emosi, dan ada juga yang melakukan *compose new tweet* untuk mengeluarkan kritik sosial yang dianggapnya kurang tepat dengan keadaan yang ada.

Segala bentuk penggunaan dan tujuan dalam jejaring sosial *twitter* pastinya didasari oleh berbagai macam motivasi yang mempengaruhi masing-masing penggunaannya. Pro dan kontra pun bisa saja ditimbulkan oleh isi kicauan (*tweet*) yang dibuat oleh pengguna *twitter* tersebut, namun keseluruhan hal tersebut tetap saja mengacu dari satu sumber yang sama, yaitu motivasi setiap individu dalam melakukan *compose new tweet* pada jejaring sosial *twitter* miliknya.

Kebutuhan sosial dari setiap individu pengguna *twitter* mungkin juga menjadi pemicu semakin tingginya tingkat pengguna *twitter* di Indonesia. Kegiatan pembaharuan status pada akun *twitter* (*compose new tweet*) menjadi satu kegiatan yang bahkan menjadi rutinitas yang hampir tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Alderfer (Munandar, 2001) menyatakan bahwa motivasi manusia terdiri dari tiga kelompok kebutuhan yakni kebutuhan eksistensi, kebutuhan hubungan dan kebutuhan pertumbuhan. Ketiga kelompok kebutuhan tersebut merupakan modifikasi dari tingkat kebutuhan yang dibuat oleh Maslow.

Pembaharuan status (*compose new tweet*) pada setiap akun terjadi hampir setiap menit, mayoritas status berisi tentang keluh kesah keseharian atau hal-hal yang terjadi disekitar. Hal ini secara jelas menyebabkan segala hal yang dialami oleh pemilik akun

menjadi konsumsi publik, lambat laun kebiasaan tersebut tanpa sadar akan membawa beberapa dampak positif dan negatif.

Masalah yang seharusnya privasi bahkan menjadi tidak privasi lagi ketika sudah ter-*publish* ke publik. Fenomena tersebut tidak jarang menimbulkan masalah pada ujungnya. Namun di sisi lain, fenomena ini juga merupakan suatu bentuk kebutuhan yang diperlukan oleh setiap individu dalam hal sosialisasi diri. Goble (1987) menyatakan bahwa teori Abraham Maslow tentang motivasi manusia dapat diterapkan pada hampir seluruh aspek kehidupan pribadi serta kehidupan sosial. Berdasar Maslow (Goble, 1987) individu merupakan keseluruhan yang padu dan teratur adalah aneh dan tidak lazim jika suatu tindakan atau suatu keinginan secara sadar hanya memiliki satu motivasi saja.

Kalangan selebritis merupakan salah satu yang banyak menuai permasalahan sosial yang ditimbulkan dari kicauan (*tweet*) yang mereka lakukan di jejaring sosial *twitter*. Seperti kasus yang ditimbulkan oleh Farhat Abbas pada tahun 2013, isi kicauan (*tweet*) yang dilakukan oleh Farhat Abbas tersebut dianggap rasis dan kemudian dilaporkan kepada pihak kepolisian dengan dugaan tentang diskriminasi ras dan etnis. Contoh lainnya adalah Luna Maya, di tahun 2009 dilaporkan dengan dugaan pencemaran nama baik dan penghinaan melalui *twitter* terhadap wartawan infotainment, dan juga sempat diancam dengan pasal 27 ayat 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE dan Pasal 45 ayat 1 (Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers)

*Twitter* tidak hanya bermuatan dengan konten negatif saja, karena bisa juga dimanfaatkan untuk kebutuhan-kebutuhan positif lainnya misalkan sosialisasi atau agar lebih dekat dengan orang disekitarnya. Presiden Republik Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono, akun *twitter*nya langsung memiliki 1,56 juta *followers* walaupun baru saja dibuat dan secara resmi diumumkan ke publik. Keputusan Presiden Republik Indonesia untuk memiliki akun *twitter* tersebut termotivasi oleh keinginannya untuk menjadi warga biasa yang terlibat dalam dialog secara bebas dan setara. Disamping itu juga untuk memperdalam demokrasi serta membangun kepercayaan dan kerja sama di antara warga Indonesia bahkan dunia, juga agar dapat meningkatkan efektivitas kepemimpinan politiknya dalam menavigasi pemerintahannya

Penelitian yang dilakukan oleh Subrahmanyam, dkk (2008) tentang penggunaan situs jejaring sosial, mengungkapkan tentang tiga konteks utama yakni situs jejaring sosial, *instant messaging*, dan tatap muka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta sering menggunakan internet, khususnya situs jejaring sosial, untuk menghubungkan dan berhubungan kembali dengan teman-teman dan anggota keluarga. Informasi dari survei ini adalah relevan dengan kekhawatiran tentang kehidupan online anak-anak muda.

Abraham Maslow memandang motivasi berasal dari kebutuhan-kebutuhan dasar manusia yang dianggap berlaku universal. Kebutuhan-kebutuhan fisik penting bagi pertahanan hidup yang sangat mendasar. Maslow meyakini kebutuhan-kebutuhan yang lebih tinggi hanya muncul jika kebutuhan-kebutuhan fisik sudah terpenuhi sebelumnya (Wilcox, 2007).

Segala bentuk penggunaan dan tujuan dalam jejaring sosial *twitter* pastinya didasari oleh berbagai macam motivasi yang mempengaruhi masing-masing penggunanya. Pro dan kontra pun bisa saja ditimbulkan oleh isi kicauan (*tweet*) yang dibuat oleh pengguna *twitter* tersebut, namun keseluruhan hal tersebut tetap saja mengacu dari satu sumber yang sama, yaitu motivasi setiap individu dalam melakukan *compose new tweet* pada jejaring sosial *twitter* miliknya.

Maslow (Goble, 1987), orang akan mendambakan hubungan penuh kasih sayang dengan orang lain pada umumnya, khususnya kebutuhan akan rasa memiliki tempat di tengah kelompoknya, dan ia akan berusaha keras mencapai tujuan yang satu ini. Ia akan berharap memperoleh tempat semacam itu melebihi segala-galanya di dunia ini, bahwa

mungkin kini ia lupa bahwa tatkala ia merasa lapar ia mencemoohkan cinta sebagai sesuatu yang tidak nyata, tidak perlu atau tidak penting.

Sebuah penelitian di Taiwan tahun 2011 tentang perbedaan gender dalam motivasi belanja di online shop, meneliti sekitar 693 mahasiswa perguruan tinggi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan, laki-laki memiliki sikap lebih positif terhadap belanja online dengan beberapa alasan seperti kenyamanan, kurangnya sosialitas dan penghematan biaya. Sedangkan perempuan lebih menekankan pada motivasi hedonis seperti petualangan, sosialitas, fashion dan nilai. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perbedaan gender memang berpengaruh pada *online shopping* (Hung & Chun, 2010).

Goble (1987) menyatakan bahwa suatu sifat dapat dipandang sebagai kebutuhan dasar jika memenuhi syarat-syarat berikut ini:

1. Ketidak-hadirannya menimbulkan penyakit.
2. Kehadirannya mencegah timbulnya penyakit.
3. Pemulihannya menyembuhkan penyakit.
4. Dalam situasi-situasi tertentu yang sangat kompleks dan dimana orang bebas memilih, orang yang sedang berkekurangan ternyata mengutamakan kebutuhan itu dibandingkan jenis-jenis kepuasan lainnya.
5. Kebutuhan itu tidak aktif, lemah atau secara fungsional tidak terdapat pada orang yang sehat.

Maslow (Goble, 1987) menjabarkan teori hierarki kebutuhan sebagai berikut:

1. Kebutuhan-kebutuhan Fisiologis  
Yang paling dasar, paling kuat dan paling jelas dari antara keseluruhan kebutuhan manusia adalah kebutuhannya untuk mempertahankan hidupnya secara fisik, yaitu kebutuhannya akan makanan, minuman, tempat berteduh, seks, tidur dan oksigen. Keseluruhan kebutuhan ini berada pada posisi paling dasar, atau bersifat harus dipenuhi lebih dulu oleh seorang individu. Dalam penelitian ini kebutuhan fisiologis menjadi salah satu acuan untuk mengetahui motivasi pengguna *twitter* terkait dengan *compose new tweet*. Situasi yang berhubungan dengan makan, minum atau tempat berteduh menjadi motivasi pengguna untuk melakukan *compose new tweet*.
2. Kebutuhan akan rasa aman  
Segera setelah kebutuhan-kebutuhan fisiologis terpuaskan secukupnya, kemudian muncul apa yang oleh Maslow dilukiskan sebagai kebutuhan-kebutuhan akan rasa aman. Karena kebutuhan akan rasa aman ini biasanya terpuaskan pada orang-orang dewasa yang normal dan sehat. Menurut Maslow (Goble, 1987) kebutuhan akan rasa aman ini berhubungan dengan neurotik dan kecemasan, dimana jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka individu akan bersikap seperti layaknya orang yang cemas dan ketakutan.
3. Kebutuhan akan rasa dimiliki-memiliki dan akan kasih sayang  
Selanjutnya orang akan mendambakan hubungan hubungan penuh kasih sayang dengan orang lain pada umumnya, khususnya kebutuhan akan rasa memiliki tempat di tengah kelompoknya dan ia akan berusaha keras mencapai tujuan yang satu ini. Ia akan berharap memperoleh tempat semacam itu melebihi segala-galanya di dunia ini, bahkan mungkin kini ia lupa bahwa tatkala ia merasa lapar ia mencemoohkan cinta sebagai sesuatu yang tidak nyata, tidak perlu atau tidak penting (Goble, 1987). Jejaring sosial *twitter* merupakan suatu wadah yang sangat mendukung seseorang dalam berinteraksi sosial dengan orang-orang disekitarnya. Bukan hanya dengan orang yang sudah dikenal, orang yang belum dikenal pun bisa ditemui di jejaring sosial ini. Tuntutan lingkungan untuk berinteraksi dan berbaur dengan keadaan sekitarnya menjadi kebutuhan yang tidak bisa dianggap remeh di masa sekarang.
4. Kebutuhan akan penghargaan

Maslow menemukan bahwa setiap orang memiliki dua kategori kebutuhan akan penghargaan yakni, harga diri dan penghargaan dari orang lain. Harga diri meliputi kebutuhan akan kepercayaan diri, kompetensi, penguasaan, kecukupan, prestasi, ketidaktergantungan dan kebebasan. Penghargaan dari orang lain meliputi prestise, pengakuan, penerimaan, perhatian, kedudukan, nama baik serta penghargaan. Seseorang yang memiliki cukup harga diri akan lebih percaya diri serta mampu, maka juga lebih produktif. Sebaliknya jika harga dirinya kurang maka ia akan diliputi rasa rendah diri serta rasa tidak berdaya, yang selanjutnya dapat menimbulkan rasa putus asa serta tingkah laku neurotik.

5. Kebutuhan akan aktualisasi diri

Setiap orang harus berkembang sepenuh kemampuannya. Pemaparan tentang kebutuhan psikologis untuk menumbuhkan, mengembangkan dan menggunakan kemampuan, oleh Maslow disebut aktualisasi diri, merupakan salah satu aspek penting teorinya tentang motivasi pada manusia. Maslow juga melukiskan kebutuhan ini sebagai hasrat untuk semakin menjadi diri sepenuh kemampuannya sendiri, menjadi apa saja menurut kemampuannya. Maslow menemukan bahwa kebutuhan akan aktualisasi diri ini biasanya muncul sesudah kebutuhan akan cinta dan akan penghargaan terpuaskan secara memadai.

Alderfer membagi kebutuhan manusia menjadi 3 kelompok kebutuhan, yakni kebutuhan eksistensi (*existence needs*) merupakan kebutuhan akan substansi material, Kebutuhan hubungan (*relatedness needs*) merupakan kebutuhan untuk membagi pikiran dan perasaan dengan orang lain, Kebutuhan pertumbuhan (*growth needs*) merupakan kebutuhan yang dimiliki seseorang untuk mengembangkan kecakapan mereka secara penuh.

Secara sekilas kelompok kebutuhan yang dinyatakan oleh Alderfer tersebut memang tidak jauh berbeda dengan apa yang dikemukakan oleh Maslow. Namun yang menjadi pembeda dengan teori Maslow adalah dalam hal pemenuhannya, Alderfer menyatakan bahwa untuk pemenuhan setiap kelompok kebutuhan tersebut tidak harus kaku seperti yang diungkapkan Maslow.

Jika dibahas dari sisi perbedaan gender, mungkin akan didapati pula perbedaan dalam hal motivasi yang dimiliki dalam pembaharuan status (*compose new tweet*). Antara laki-laki dan perempuan, masing-masing memiliki ego dan minat sendiri yang memicu motivasi mereka.

Sebuah penelitian lain dilakukan di Andalusia Spanyol (2012) tentang motivasi penggunaan jejaring sosial dikalangan remaja. Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 1.487 remaja di Andalusia. Dalam penelitian tersebut diidentifikasi 2 aspek motivasional yaitu aspek sosial dan aspek psikologis. Tidak ada perbedaan yang signifikan antara kedua jenis kelamin dalam hal frekuensi penggunaan jejaring sosial, tetapi lebih pada motivasi untuk mengakses jejaring sosial tersebut. Hasilnya remaja laki-laki lebih emosional dan perempuan cenderung lebih ke relasional dalam hal motivasi mengakses jejaring sosial (Colas dkk, 2012).

Goble (1987) menyatakan bahwa kondisi lingkungan sekitar dan keadaan sosial dalam masyarakat berkaitan dengan motivasi seseorang. Menurut Maslow, kondisi-kondisi yang merupakan prasyarat bagi pemuasan kebutuhan dasar meliputi antara lain kemerdekaan untuk berbicara, kemerdekaan untuk melakukan apa saja yang diinginkan sepanjang tidak merugikan orang lain, kemerdekaan untuk menyelidiki, kemerdekaan untuk mempertahankan atau membela diri, keadilan, kejujuran, kewajaran, dan ketertiban.

Faktor lain yang mungkin bisa menjadi pemicu motivasi pembaharuan status adalah *mood*. Bagi laki-laki dan perempuan, kondisi lingkungan sosial yang dihadapi pastilah

berbeda, dan pastinya akan ditemui pula berbagai macam masalah sosial yang timbul dalam kehidupan sehari-hari. Dari bermacam-macam masalah sosial tersebut, kemudian timbul keinginan untuk mengekspresikan atau mengungkapkannya melalui jejaring sosial twitter. Ungkapan kalimat tentang keluh kesah, ungkapan suka cita, atau komentar tentang konflik sosial yang sedang terjadi.

Sebuah penelitian lain yang berhubungan dengan perbedaan gender dan motivasi juga dilakukan di City University Hongkong oleh Hon Keu Yau, dkk (2011). Penelitian dilakukan dengan menggunakan 200 kuesioner yang disebar, dan sebanyak 137 tanggapan (65%) telah tercapai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di antara semua siswa tersebut antara laki-laki atau perempuan tidak ada yang peduli, tingkat motivasi intrinsik mereka terhadap studi, rasa ingin tahu dan eksternal adalah sama.

Lokasi penelitian ini adalah Yogyakarta, karena merupakan kota besar di Indonesia dan memiliki tingkat perkembangan kemajuan IPTEK yang lumayan pesat. Di sisi lain juga, di Yogyakarta banyak kalangan pelajar & mahasiswa yang masih berusia remaja. Responden yang dipilih berdasar jurnal penelitian sebelumnya adalah laki-laki dan perempuan yang memiliki akun twitter dan masih aktif dalam pembaharuan kicauan (*tweet*).

Penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2008) di sebuah perguruan tinggi negeri di Yogyakarta dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada sampel yang berusia rata-rata 17-40 tahun dengan jenjang pendidikan D3, S1 dan S2 menunjukkan bahwa perbedaan gender tidak mempengaruhi motivasi dan *self efficacy* terhadap penerimaan teknologi informasi. Hasil penelitian tersebut mematahkan beberapa hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya

Motivasi *compose new tweet* pada jejaring sosial *twitter* bagi beberapa kalangan adalah untuk bersosialisasi dengan orang-orang di sekitarnya, juga sebagai sarana mengungkapkan apa yang dirasakannya terhadap lingkungan sekitar, namun tidak dipungkiri juga bile kedepannya terdapat beberapa kepentingan lain yang melandasi motivasi untuk melakukan *compose new tweet* pada jejaring sosial *twitter*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan paradigma fenomenologi. Sampel pada penelitian ini berusia 20 – 25 tahun, dimana sampel tersebut terdiri dari laki-laki dan perempuan yang memiliki perbedaan latar belakang. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi. Metode analisa data yang digunakan untuk menguji validitas data penelitian adalah dengan triangulasi sumber data, dimana setiap data yang diperoleh dari subjek di *crosscheck* ke akun *twitter* subjek tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan kebutuhan yang mendorong seseorang untuk melakukan *compose new tweet* pada jejaring sosial *twitter*. Kebutuhan manusia dalam teori hirarki Abraham Maslow terdiri dari 5 kelompok, sedangkan menurut Adler dalam teori ERG kebutuhan manusia dibagi menjadi 3 kelompok.

Kebutuhan rasa aman merupakan kebutuhan yang berada pada tingkatan kedua dalam teori hirarki Maslow dan masuk ke dalam kelompok hubungan eksistensi dalam teori ERG Alderfer, kebutuhan ini berhubungan dengan rasa takut ataupun kecemasan seseorang. Dalam peneltian ini, kebutuhan akan tingkatan ini ditemukan pada subjek MN. Subjek yang merasa takut akan sesuatu di tengah malam, kemudian melakukan *compose new tweet* untuk menghilangkan rasa takutnya tersebut.

Kebutuhan akan rasa dimiliki-memiliki dan akan kasih sayang merupakan tingkatan kebutuhan setelah rasa aman terpenuhi dalam teori hirarki Maslow, atau kebutuhan akan

hubungan dalam teori ERG Alderfer. Kebutuhan ini mencakup hubungan sosial antar individu, Selain hal tersebut, kebutuhan subjek yang termasuk ke dalam tingkat kebutuhan ini adalah untuk mendapatkan tempat diantara kelompok atau teman-temannya. Seperti yang ditunjukkan oleh subjek AS, subjek sering bercanda dengan teman-temannya melalui *twitter*. Dengan hal tersebut subjek merasa lebih dekat dan lebih akrab lagi dengan teman-temannya.

Berbeda lagi dengan subjek GU yang merasa bahwa teman-temannya berada di pulau yang berbeda dan sangat jauh. Dengan menggunakan jejaring sosial *twitter* subjek merasa lebih dekat dan tidak kehilangan komunikasi dengan teman-teman lamanya tersebut.

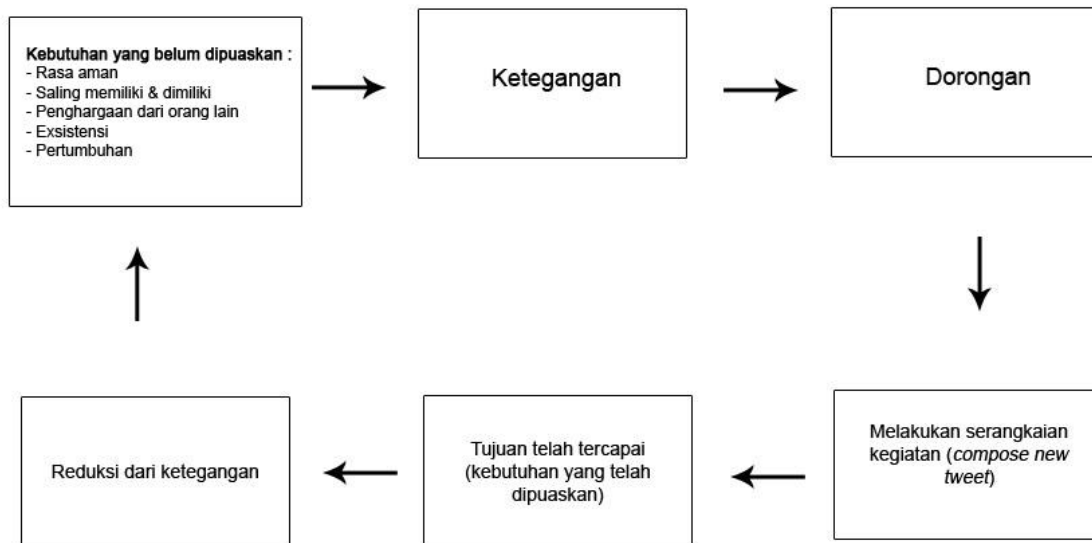
Setelah mengerti tentang jejaring sosial *twitter*, subjek mengalihkan komunikasi dengan teman-temannya melalui jejaring sosial *twitter*. Bukan hanya itu saja, subjek juga menggunakan *twitter* sebagai media untuk mencari informasi terkadang subjek juga meluapkan apa yang dialami dan dirasakannya melalui *twitter*.

Kebutuhan akan penghargaan merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan harga diri. Maslow (Goble, 1987) mengatakan bahwa setiap orang memiliki dua kategori kebutuhan penghargaan, yakni harga diri yang meliputi kebutuhan akan kepercayaan diri, kompetensi, penguasaan, kecukupan, prestasi, ketidaktergantungan dan kebebasan. Sedangkan penghargaan dari orang lain meliputi prestis, pengakuan, penerimaan, perhatian, kedudukan, nama baik serta penghargaan.

Tingkat kebutuhan ini juga termasuk dalam kelompok kebutuhan hubungan (*relatedness needs*) dalam teori ERG Alderfer, dimana kelompok kebutuhan ini mendorong individu untuk membagi pikiran dan perasaan dengan orang lain dan membiarkan orang lain menikmati hal yang sama dengan apa yang dirasakan oleh individu tersebut. Komunikasi tersebut bisa dilakukan dengan keluarga, teman dan rekan kerja.

Subjek yang ditemukan masuk ke dalam tingkat kebutuhan ini berkaitan dengan *compose new tweet* adalah para subjek laki-laki. Seperti yang ditunjukkan oleh subjek SQ, GU dan AS. Ketiga subjek tersebut melakukan *compose new tweet* dengan kalimat-kalimat bijak ataupun nasihat dengan tujuan untuk pencitraan terhadap dirinya sendiri. Subjek SQ kerap melakukan *compose new tweet* yang berisikan kalimat-kalimat bijak maupun nasihat, dengan begitu respon yang didapat dari *follower*-nya pun sangat positif dan beberapa kali berupa sanjungan yang memuji subjek.

Subjek GU melakukan *compose new tweet* dengan kalimat-kalimat bijak dan inspiratif dengan tujuan untuk mengubah persepsi teman-temannya terhadap dirinya. Sebelumnya subjek GU dipandang sebagai orang yang sangat serius dan kaku oleh teman-temannya. Oleh karena itu semenjak subjek mulai menggunakan *twitter*, subjek memanfaatkan jejaring sosial tersebut untuk mengubah anggapan orang tentang dirinya. Bahkan tidak hanya kalimat bijak saja, terkadang juga subjek melakukan *compose new tweet* tentang hal-hal lucu dan bercanda dengan temannya, sehingga dari hal tersebut teman-teman subjek akan memiliki anggapan lain tentang dirinya.



### Dinamika Motivasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa subjek perempuan lebih cenderung ke arah pemenuhan kebutuhan akan saling memiliki dan dimiliki ini. Hal itu dikarenakan subjek perempuan memiliki lingkungan sosial atau teman-teman yang mengajaknya untuk ikut menggunakan jejaring sosial twitter. Disamping itu subjek juga merasa tidak ingin ketinggalan update informasi yang sedang beredar di sekitarnya.

### SIMPULAN DAN SARAN

Kebutuhan manusia menurut Maslow dikelompokkan menjadi 5 tingkatan, yakni fisiologis, rasa aman, saling memiliki-dimiliki, penghargaan dari orang lain dan aktualisasi diri. Sedangkan menurut Adler, kebutuhan manusia dikelompokkan menjadi 3 kelompok utama, yakni eksistensi, kebutuhan hubungan dan kebutuhan pertumbuhan.

Dalam penelitian ini kebutuhan yang mendorong seseorang untuk melakukan *compose new tweet* yang terdapat dalam teori Maslow adalah kebutuhan rasa aman, kebutuhan akan saling memiliki-dimiliki dan kebutuhan akan penghargaan dari orang lain. Begitu pula bila membandingkan dengan teori Adler, kebutuhan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kebutuhan eksistensi dan kebutuhan akan hubungan. Sedangkan kebutuhan aktualisasi diri belum ditemukan selama penelitian berlangsung.

Kebutuhan yang paling terlihat harus dipenuhi oleh para subjek penelitian adalah kebutuhan akan saling memiliki-dimiliki di tengah kelompok sosialnya, atau lebih tepatnya kelompok subjek perempuan lebih dominan dalam hal kebutuhan ini. Sedangkan kebutuhan lain yang paling menonjol adalah kebutuhan akan penghargaan dari orang lain, kelompok subjek laki-laki lebih dominan dalam pemenuhan kebutuhan ini. Subjek laki-laki lebih dominan karena dalam hal melakukan *compose new tweet* mereka bertujuan untuk pencitraan diri, atau untuk merubah persepsi atau pandangan orang lain tentang diri mereka melalui *twitter*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran dari hasil penelitian diantaranya :

1. Saran teoritis

Untuk penelitian selanjutnya yang tertarik mengenai jejaring sosial agar menambah subjek supaya lebih dapat memahami dinamikanya. Bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian dalam bidang kajian yang sama disarankan untuk memilih fokus penelitian lain, seperti isi dari *compose new tweet*, maupun tentang fitur lain dari *twitter* yakni *follower*. Apabila memungkinkan disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan jumlah teori yang digunakan sebagai acuannya.

2. Saran praktis

Bagi kalangan yang sedang berhubungan dengan remaja atau pengguna jejaring sosial *twitter*, dapat menggunakan *twitter* sebagai salah satu media untuk mengetahui kepribadian dan sifat dari orang tersebut tersebut. Kepribadian seseorang dapat dilihat melalui setiap *compose new tweet* yang dibuatnya. Sedangkan bagi kalangan remaja, agar menggunakan *twitter* sebagai media sosial yang memiliki banyak fungsi untuk kebutuhan lingkungan sosial, seperti pergaulan dengan teman dan hubungan dengan keluarga atau teman lama

## DAFTAR PUSTAKA

Colas, P., Gonzalez, T dan Sevilla, J.D.P.( 2012). Young People and Social Networks: Motivations and Preferred Uses. *Scientific Journal of Media Education*. e-ISSN: 1988-3293.

[forum.kompas.com/internet/64590-indonesia-tempati-urutan-ke-lima-pengguna-twitter-terbanyak-di-dunia.html](http://forum.kompas.com/internet/64590-indonesia-tempati-urutan-ke-lima-pengguna-twitter-terbanyak-di-dunia.html)

Goble, F. (1987). *Mazhab ketiga: Psikologi Humanistik Abraham Maslow*. Penerjemah : Supratinya. Yogyakarta: Kanisius.

Hung, H.J dan Chun, Y. (2010). Gender differences in adolescents' online shopping motivations. *Journal of Applied Psychology*. 21 April 2010

Munandar, A.S. (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Nasution, D. (2008). Senjangan Gender terhadap Motivasi dan Self-Efficacy pada Keberterimaan Teknologi Informasi. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 4, Nomor 1,10-19

Subrahmanyam, K., Reich, S.M., Waechter, N dan Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology* 29 420–433

Wilcox, L. (2007). *Psychosufi: Terapi Psikologi Sufistik Pemberdayaan Diri*. Jakarta: Pustaka Cendekiamuda.

Yau, H.K., Kan, S.M dan Cheng, A.L.F. (2011). Gender differences on Intrinsic Motivation in Hong Kong Higher Education. *e-Journal of Organizational Learning and Leadership*, Volume 9, Number 2