

KEPERCAYAAN DAN SIKAP PENGGUNA TWITTER DALAM MERESPON KONTEN ANONIM AKUN TWITTER @ASKMENFESS

by Ika Hikmah Maulida 1151600016

FILE	JURNAL_-_IKA_HIKMAH_MAU_LIDA.DOCX (597.22K)		
TIME SUBMITTED	15-JUL-2020 03:35AM (UTC+0700)	WORD COUNT	3998
SUBMISSION ID	1357543122	CHARACTER COUNT	26541

KEPERCAYAAN DAN SIKAP PENGGUNA TWITTER DALAM MERESPON KONTEN ANONIM AKUN TWITTER @ASKMENFESS

Ika Hikmah Maulida
A.A.J. Prihandari Satvikadewi

Lukman Hakim
Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118

hildaikka@gmail.com

ABSTRACT

The Twitter account @askmenfess is an auto base account that is formed from a culture of sending messages anonymously on Twitter. Content published by the Twitter account @askmenfess cannot be accounted for because its identity is unknown. This study aims to describe Twitter users in responding to anonymous content from the Twitter account auto base @askmenfess and the factors that influence the response. This study uses qualitative methods and a virtual ethnographic approach. The research data were obtained through documentation, participant observation, and semistructural interviews. Data analysis using CMC and Attribution theory. The results showed (1) Twitter users respond to anonymous content as it should communicate with ordinary individuals as aspatial, asynchronous, dominant through the medium of text, and not constrained by social identity between users, (2) Twitter user responses are influenced by situational factors, personal interests, abilities, motivation, desire, emotion, desire to have, feel obliged, and feel allowed.

Keyword: Response, Twitter, Virtual Ethnography, Attribution, CMC

ABSTRAK

Akun Twitter @askmenfess merupakan akun *auto base* yang terbentuk dari budaya berkirim pesan secara anonim di Twitter. Konten yang dipublikasikan oleh akun Twitter @askmenfess tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya karena identitas pengirim pesan tidak diketahui. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengguna Twitter dalam merespon konten anonim dari akun Twitter *auto base* @askmenfess dan faktor-faktor yang mempengaruhi respon tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan etnografi virtual. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi, observasi partisipan, dan wawancara semistruktur. Analisis data menggunakan teori CMC dan Atribusi. Hasil penelitian menunjukkan (1) Pengguna Twitter merespon konten anonim selayaknya berkomunikasi dengan individu biasa secara *aspatial*, *asynchronous*, dominan melalui medium teks, dan tidak terkendala oleh identitas sosial antar pengguna, (2) Respon pengguna Twitter dipengaruhi oleh faktor situasional, kepentingan personal, kemampuan, motivasi, keinginan, adanya perasaan, rasa ingin memiliki, merasa wajib, dan merasa diperkenankan.

Kata Kunci: Respon, Twitter, Etnografi Virtual, Atribusi, CMC

PENDAHULUAN

Saat ini manusia hidup di era digital yang memudahkan untuk mengakses sekaligus menyebar informasi melalui perangkat berbasis teknologi komputer beserta internet. Cara berkomunikasi lewat perangkat ini dinamakan CMC (*Computer Mediated Communication*) atau komunikasi termediasi komputer. Pola CMC memungkinkan individu berinteraksi dengan individu lainnya tanpa harus bertatap muka secara fisik, contohnya komunikasi yang terjadi di media sosial. Twitter merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses oleh penduduk Indonesia. Berdasarkan laporan finansial Twitter kuartal ke-3 tahun 2019, pengguna aktif

harian di platform Twitter mencapai angka 145 juta pengguna, meningkat 17% dari tahun sebelumnya (Kompas Tekno, 2019).

Media sosial Twitter memiliki budaya siber yang berangkat dari berbagai fenomena di dalamnya. Representasi identitas virtual merupakan salah satu fenomena tersebut, di mana pengguna media siber dapat membentuk identitas sebagai dirinya sendiri, meniru orang lain, atau bahkan sengaja tidak menampilkan informasi apapun mengenai identitasnya (anonim). Di Twitter, fenomena akun anonim tidak hanya mewakili representasi individu tertentu, melainkan juga berwujud sebagai akun *auto base*. Akun Twitter *auto base* memiliki fitur *bot* yang menjembatani para pengguna Twitter yang ingin mempublikasikan pesan secara anonim dengan maksud atau tujuan tertentu.

Karakteristik anonim ini pada kenyataannya dapat menimbulkan konflik sosial yang terjadi pada akun Twitter *auto base* @askmenfess dan belum/tidak pernah terjadi pada akun Twitter *auto base* lainnya. Pada tanggal 12 Agustus 2019, terdapat 4 tweet atau konten yang dipublikasikan oleh akun Twitter @askmenfess berujung pada perbuatan fitnah. Isi dari keempat konten tersebut saling berkesinambungan menyerang salah seorang pengguna Twitter sebagai perempuan simpanan dan menampilkan jelas identitasnya. Konten tersebut menarik perhatian pengguna Twitter untuk merespon, baik secara positif maupun negatif. Tidak sedikit yang memberi dukungan moral pada *sender* (pengirim pesan), sementara sisanya mengutuk individu yang disebut oleh *sender* sebagai sumber masalah.

Peneliti menemukan ketertarikan berdasarkan para pengguna Twitter yang merespon pesan tersebut seolah percaya akan realitas semu yang terjadi di media siber. Padahal konten yang bersifat anonim rawan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, namun sebagian besar pengguna Twitter yang merespon menunjukkan sikap sebagaimana sedang berinteraksi dengan orang yang nyata (identitasnya). Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana pengguna Twitter merespon konten akun Twitter anonim @askmenfess dan faktor apa saja yang mempengaruhinya.

Teori Atribusi

Menurut Littlejohn (2018: 101), teori atribusi bermula dengan gagasan bahwa setiap individu mencoba untuk memahami perilaku mereka sendiri dan orang lain dengan mengamati bagaimana sesungguhnya setiap individu berperilaku. Dengan kata lain, atribusi mencoba menjelaskan mengapa seseorang melakukan apa yang mereka lakukan.

Fritz Heider dalam Morissan (2015: 75-76) mengemukakan beberapa penyebab yang mendorong orang memiliki tingkah laku tertentu, yaitu:

- 1) Penyebab situasional (orang dipengaruhi oleh lingkungannya)
- 2) Adanya pengaruh personal (ingin memengaruhi sesuatu secara pribadi)
- 3) Memiliki kemampuan (mampu melakukan sesuatu)
- 4) Adanya usaha (mencoba melakukan sesuatu)
- 5) Memiliki keinginan (ingin melakukan sesuatu)
- 6) Adanya perasaan (perasaan menyukai sesuatu)
- 7) Rasa memiliki (ingin memiliki sesuatu)
- 8) Kewajiban (perasaan harus melakukan sesuatu)
- 9) Diperkenankan (diperbolehkan melakukan sesuatu).

Persepsi Sosial

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia sebagai makhluk yang emosional selalu memikirkan orang dan apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya, begitu sebaliknya dan

seterusnya. a. Persepsi sosial sangat memungkinkan berbeda pada tiap individu berdasarkan prinsip berikut:

- 1) Persepsi berdasarkan pengalaman manusia mempersepsikan berdasarkan pengalaman atau pelajaran yang didapat dari masa lalu.
- 2) Persepsi bersifat selektif: segala peristiwa dapat menstimuli manusia untuk merespon namun selektif berdasarkan atensi. Atensi ini dipengaruhi oleh faktor internal (dari diri manusia) dan eksternal (dari luar manusia).
- 3) Persepsi bersifat dugaan: informasi yang diterima manusia terkadang tidak utuh sehingga individu mempersepsi untuk memperoleh kesimpulan.
- 4) Persepsi bersifat kontekstual: mengorganisasikan objek yang dipersepsi dalam proses pemberian makna karena perbedaan konteks akan memberikan persepsi berbeda. (Mulyana, 2015: 191-210).

Computer Mediated Communication (CMC)

CMC merupakan proses komunikasi manusia melalui komputer yang melibatkan khalayak, tersituasi dalam konteks tertentu, di mana proses ini memanfaatkan media untuk tujuan tertentu. Dalam CMC, teknologi pada media komputer itu didesain, dibuat, digunakan agar memungkinkan terjadinya pertukaran data dan informasi. (December dalam Nasrullah, 2016: 79).

Marc Smith dalam Nasrullah (2016: 80-81) menguraikan empat aspek dalam komunikasi di dunia siber, yaitu:

- 1) Pengguna media siber tidak harus berada dalam ruang dan waktu yang sama untuk dapat berkomunikasi (*aspatial*) karena konten yang dikomunikasikan dapat diakses sewaktu-waktu, berbeda dengan komunikasi dua arah yang mengharuskan tatap muka.
- 2) Interaksi di media siber dapat disesuaikan dengan waktu pengguna terhubung dengan jaringan internet. Komunikasi (bisa) terjadi dalam kondisi ruang dan waktu yang sama (*synchronous*) dan bisa juga berbeda (*asynchronous*).
- 3) Interaksi yang terjadi dalam dunia siber pada kenyataannya (dominan) terjadi melalui medium teks. Teks yang dimaksud bentuknya beragam dan meliputi simbol-simbol yang digunakan untuk mewakili ekspresi perasaan (contoh, emoticon).
- 4) Interaksi di media siber menghilangkan sekat-sekat perbedaan status sosial, sehingga komunikasi dapat terjadi tanpa mensyaratkan adanya kesamaan seperti status atau tingkat pengetahuan (*astigmatic*). Status sosial, gelar, pangkat, dan jabatan yang berlaku dalam kelas di masyarakat nyata (*offline*) tidak berlaku di media siber.

Cyberculture dan Artefak Kultur

Budaya siber merupakan praktik sosial maupun nilai-nilai dari komunikasi dan interaksi antarpengguna yang muncul di ruang siber dari hubungan antara manusia dan teknologi maupun antarmanusia dengan perantara teknologi. Budaya itu diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui jaringan internet serta jaringan yang terbentuk di antara pengguna. Nasrullah (2018:18).

Hine dalam Nasrullah (2016: 169) menyodorkan pendekatan dalam melihat realitas atau fenomena yang terjadi di ruang siber melalui dua aspek, yakni kultur (*culture*) dan artefak kultural (*cultural artefact*). Sebagai budaya (*cultural*), realitas komunikasi dalam berinternet telah mengalami kemajuan dari generasi awal yang masih didominasi oleh sandi-sandi tertentu yang dipahami oleh kedua belah pihak. Sebagai artefak kultural (*cultural artefact*), internet dipandang tidak hanya sebatas pada pengertian teknologi yang menghubungkan antar

komputer semata, tapi juga terkandung fenomena sosial sebagaimana yang terjadi dalam interaksi antar-individu secara offline.

Simulacra dan Hiperrealitas dalam Membentuk Realitas Semu

Menurut Baudrillard (1981) dalam Jauhari (2019: 18), manusia kini hidup di zaman simulacra, di mana semua yang tampak di hadapan adalah simulasi hasil reproduksi dari realitas. Dalam dunia simulacra, tidak ada hakikat realitas yang sebenarnya karena simulasi dan reproduksi tanda-tanda berikutnya dapat membentuk realitas baru serta menutupi realitas yang nyata. Simulasi tanda-tanda ini menciptakan realitas baru yang terus bereproduksi sehingga bercampur antara realitas ciptaan dengan realitas sesungguhnya hingga terbentuk realitas semu. Dunia simulacra mengaburkan batasan antara kenyataan dan imajinasi karena realitas asli tenggelam dalam lautan tanda sehingga manusia sulit membedakan realitas yang 'real' dengan yang palsu.

Anonimitas dalam Akun Twitter *Auto Base*

Twitter merupakan media sosial berbasis mikroblog yang dioperasikan oleh Twitter Inc. Pengguna dapat membaca atau mengirimkan pesan dalam bentuk twit yang berupa teks dibatasi hingga 280 karakter saja. Selain itu, pengguna juga dapat menyematkan gambar atau video dalam twit tersebut. Dikarenakan karakteristiknya tersebut, Twitter dimanfaatkan untuk penyebaran informasi yang singkat dan cepat.

Fitur-fitur atau elemen dasar dari Twitter ini antara lain:

- 1) *Tweet*: aktivitas atau isi twit (maksimal 280 karakter) dapat berisi foto, GIF, video, dan teks.
- 2) *Timeline*: laman yang menampilkan aliran twit dari akun yang telah dipilih untuk diikuti di Twitter.
- 3) *Follow*: istilah untuk 'berlangganan' suatu akun Twitter. Ketika pengguna *follow* suatu akun, maka akun termasuk disebut *following* dan pengikutnya disebut *follower*.
- 4) *Mention*: aktivitas menyebut akun lain di Tweet dengan memasukkan tanda @ diikuti langsung dengan nama pengguna (username), misalkan "@namapengguna".
- 5) *Hashtag*: kata atau frasa yang diawali langsung dengan simbol # untuk memudahkan pencarian topik dan kata kunci.
- 6) *Reply*: komentar atau tanggapan terhadap suatu twit yang dilakukan oleh follower ataupun bukan. Kumpulan komentar ini disebut *replies*.
- 7) *Retweet*: tindakan menyebarkan Twit akun lain dengan mengklik atau menyentuh tombol *retweet*.
- 8) *Thread*: rangkaian twit yang isinya terhubung dari satu orang.
- 9) *Direct Message*: merupakan fasilitas mengirimkan pesan antar pengguna Twitter secara privat dan rahasia.
- 10) *Trending Topics*: topik yang sedang populer atau ramai diperbincangkan oleh pengguna Twitter dalam kurun waktu tertentu.

Twitter juga menyediakan akses programatik ke data Twitter kepada perusahaan, pengembang, atau pihak ketiga lewat API (*Application Programming Interface*), yaitu sekumpulan perintah, fungsi, komponen, dan protokol yang disediakan oleh sistem operasi ataupun bahasa pemrograman tertentu yang dapat digunakan oleh programmer saat membangun perangkat lunak. API memungkinkan pihak ketiga (eksternal) atau *developer* memprogram perangkat lunak yang terhubung dengan fitur dan data pengguna Twitter yang telah memberikan izin akses. Perangkat lunak yang paling umum menggunakan fasilitas API ini adalah layanan *bot* yang akan melakukan aktivitas tertentu secara otomatis.

Semakin umum penggunaan API Twitter untuk tujuan tertentu, muncul fenomena akun *auto base* yang memanfaatkan layanan *bot*. *Auto base* merupakan sebuah akun yang memfasilitasi pengguna Twitter untuk mengirimkan pesan ataupun *tweet* secara anonim. Cara kerjanya yakni pengguna tinggal mengirimkan DM (*direct message*) ke akun *base* tadi dengan kode-kode tertentu kemudian pesan tersebut akan otomatis dipublikasi sebagai *tweet* tanpa identitas pengirim yang tercantum (Fahmi, 2019).

Akun *auto base* diminati banyak pengguna karena konteks distribusi pesan yang anonim. Siapapun yang mengirim pesan melalui akun *auto base* tidak dapat diketahui identitasnya sehingga akun *auto base* diibaratkan sebagai jalur yang memisahkan identitas *sender* dari pesannya. Karena besarnya kerumunan pengguna Twitter inilah akun *auto base* yang dulunya banyak dipakai untuk mengungkapkan isi hati para pengagum rahasia, kini beralih fungsi untuk tempat berbagi informasi dan diskusi. Tiap *auto base* memiliki karakteristik yang berbeda, tergantung kemauan pengelola. Ada akun *auto base* yang menampung semua topik, sementara yang lain khusus pada satu topik, misalnya kuliner, kecantikan, hewan peliharaan, dan lain-lain. Anonimitas yang melekat pada akun *auto base* dikarenakan identitas pengelola akun dan pengirim pesan (*sender*) tidak diketahui.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Data primer pada penelitian ini berasal dari dokumentasi *reply* para pengguna Twitter terhadap *tweet* dari akun @askmenfess beserta wawancara dengan subjek penelitian terkait. Data sekunder diperoleh melalui observasi partisipan dengan mengamati aktivitas subjek di media sosial Twitter. Peneliti mengumpulkan data melalui observasi partisipan, wawancara semistruktur, dan dokumentasi terhadap informan yang memiliki kriteria sebagai berikut: (1) follower akun Twitter @askmenfess, (2) pernah merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess yang dimaksud dalam penelitian, (3) biasa berinteraksi dengan akun Twitter *auto base*, (4) masih aktif berinteraksi di Twitter hingga penelitian ini dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Askmenfess merupakan salah satu akun Twitter *auto base* yang didirikan sejak 14 April 2017 dan memiliki pengikut lebih dari 500 ribu pengguna. Nama Askmenfess merupakan kombinasi dari ask.mf (merujuk pada situs tanya jawab anonim) dan menfess (singkatan dari *mention* dan *confession*). Askmenfess menyediakan layanan kirim pesan otomatis secara anonim, namun hanya pengguna mutual (saling *follow* dengan akun @askmenfess) yang dapat mengirimkan pesan. Pesan yang dikirim melalui *direct message* dengan mencantumkan kode [askmf] secara otomatis akan muncul sebagai *tweet* di akun Twitter @askmenfess.

Pada 11 Agustus 2019, terdapat salah satu postingan akun Twitter @askmenfess berupa *retweet with quote* yang mencantumkan *thread* dari akun Twitter @ur4everbaby. *Thread* tersebut bercerita tentang pengalaman seorang mahasiswi yang menjalin hubungan dengan pria beristri. Namun tidak lama setelah postingan ini mendapat banyak respon, *thread* tersebut dihapus. Pada hari berikutnya yaitu 12 Agustus 2019, terdapat 3 postingan @askmenfess yang mengacu pada *sender* atau pengirim pesan yang sama dengan postingan sebelumnya.

Sender menciptakan narasi melalui keempat postingan tersebut sebagai korban keluarga *broken home*, yang diakibatkan oleh perselingkuhan papanya dengan seorang mahasiswi. Dalam konten tersebut, *sender* mencantumkan nama mahasiswi yang dimaksud beserta institusi tempat mahasiswi tersebut berkuliah. Respon dari pengguna Twitter pun semakin ramai. Dari kolom *replies*, ada beberapa pengguna yang mengaku melacak informasi dan akun media sosial mahasiswi tersebut untuk menuntaskan rasa penasaran. Selain itu, kolom

replies juga ramai oleh beragam reaksi. Ada yang terkejut, menghujat, atau menunjukkan simpati terhadap sender.

Pengguna Twitter atau *follower* @askmenfess baru mengetahui bahwa keempat postingan atau konten @askmenfess tersebut merupakan pembohongan publik setelah pemilik akun Twitter @racheljosunday memberikan klarifikasi lewat sebuah *thread*. Dalam *thread* tersebut, pemilik akun Twitter @racheljosunday yang berinisial RI mengaku sebagai mahasiswi yang dituduh selingkuhan oleh *sender* yang bersangkutan juga pemilik akun Twitter @ur4everbaby.

Kultur Interaksi Pengguna Twitter dengan Akun *Auto Base*

Pengguna Twitter yang menjadi objek penelitian ini memiliki budaya berinteraksi dengan akun *auto base*. Mereka *follow* bermacam-macam akun *auto base* sesuai minat masing-masing, baik yang bertemakan khusus (contoh: akun @gamesmenfess khusus membahas tentang game dan akun @food_fess khusus membahas tentang makanan) maupun yang umum atau tidak mematok tema tertentu (contoh: @askmenfess dan @subtanyarl).

Pengguna Twitter tidak memiliki kendala dan mengaku nyaman berinteraksi dengan akun-akun yang tidak dikenal selama topik yang dibicarakan relevan satu sama lain. Mereka tidak memperlakukan keaslian identitas manakala berinteraksi,

“Nyaman saja, asalkan topik dan bahasannya tidak sensitif.” (wawancara dengan Willy, 6 Juli 2020).

“Karena aku suka ngobrol sih baik di dunia maya ataupun di Twitter atau di sosmed. Suka aja, kayak ngeramein timeline sendiri dan bantu jawab pertanyaan sender-nya.” (wawancara dengan Annisa, 5 Juli 2020).

Ketika akun-akun Twitter anonim berkomunikasi dan berinteraksi dengan akun-akun *real*, maka sedang terjadi proses simulasi dan reproduksi tanda yang berujung pada pembentukan realitas. Realita ini menggambarkan bahwasanya komunikasi akun-akun Twitter anonim dipandang serupa dengan akun-akun Twitter beridentitas asli. Di titik ini individu dapat ‘kehilangan’ kesadaran dan menganggap semua realitas di media siber itu nyata sesuai dengan apa yang dilihat.

Respon Pengguna Twitter terhadap Konten Anonim @askmenfess

Penelitian ini spesifik meneliti respon yang diberikan pengguna Twitter sebelum konten anonim akun @askmenfess diketahui sebagai konten pembohongan publik.

1. Fadhil

Fadhil merespon konten @askmenfess dengan *me-reply*.



Gambar 1: Respon yang diberikan oleh Fadhil
Sumber: akun Twitter @askmenfess

Fadhil mengaku tidak sepenuhnya percaya terhadap konten yang dikirimkan oleh sender. Fadhil berpersepsi bahwa sender mengirimkan konten tersebut untuk kepentingan pribadi. Fadhil berpersepsi berdasarkan pengalaman menemukan

fenomena pengguna Twitter yang memanfaatkan topik kontroversial untuk mendulang atensi.

“Sempat sih mikir kalau sender dan pembuat thread adalah orang yang sama, mungkin ini cuma untuk cari views buat manjat sosial kali ya karena kan aneh aja gitu kayak bangga dan bisa sedetail itu thread-nya. Panjat sosial buat akunya. Kan sekarang akun tuh bisa dijual ya setahu saya dengan followers banyak. Mungkin dia cari duit dari situ.” (wawancara dengan Fadhil, 24 Mei 2020).

Fadhil merespon dengan cara *me-reply* bermakna candaan. Dirinya bercanda dengan mengekspresikan perasaannya pada saat itu. Tidak ada tujuan spesifik dari *reply* yang dia berikan.

2. Willy

Willy merespon konten @askmenfess dengan *me-reply*.



Gambar 2: Respon yang diberikan oleh Willy
Sumber: akun Twitter @askmenfess

Willy mengaku cenderung tidak percaya terhadap konten yang dikirimkan oleh *sender*. Willy berpersepsi bahwa RI yang disebut sebagai mahasiswi itu belum tentu benar adanya. Willy berpersepsi berdasarkan pengalaman dari kasus #JusticeForAudrey yang sempat ramai disuarakan di Twitter berujung pada *post-truth*.

“Buat saya untuk menyikapi sesuatu harus membutuhkan obyektif sih. Jadi saya mau dengar dari sisi satunya lagi untuk mengklarifikasi. Jadi saya baru bisa obyektif untuk menilai sesuatu.” (wawancara dengan Willy, 21 Mei 2020).

Willy merespon dengan *reply* bermakna netral. Dirinya memberi *reply* bertujuan agar *netizen* atau pengguna Twitter tidak terburu-buru menghakimi RI alias mahasiswi tersebut.

3. Rama

Rama merespon konten @askmenfess dengan *me-reply*.



Gambar 3: Respon yang diberikan oleh Rama
Sumber: akun Twitter @askmenfess

Rama mengaku tidak sepenuhnya percaya terhadap konten yang dikirimkan oleh *sender*.

Rama memiliki persepsi bahwa tidak seharusnya masalah privat dan sensitif diangkat ke ruang publik. Rama berpersepsi berdasarkan dugaan, yakni kejadian sebenarnya bisa saja tidak sesuai dengan yang *sender* pikirkan.

“Lebih kayak lu alay banget sih, lu ngapain cerita aib keluarga lu ke orang rame, ke orang lain. Sampai masalahnya jadi besar, satu kota tahu, sampai si orang itu namanya jadi jelek, mungkin keluarganya si cewek yang dituduh selingkuh itu sampai tahu gimana kelakuan dia itu kan sebenarnya nggak etis. Jadi kalau menurut saya nggak banget sih.” (wawancara dengan Rama, 23 Mei 2020).

Rama merespon dengan *reply* bermakna jait. Rama sengaja memberikan *reply* dengan tujuan menarik perhatian pengguna Twitter perempuan yang mau mengajaknya berkenalan.

4. Annisa

Annisa merespon konten @askmenfess dengan *me-reply*.



Gambar 4: Respon yang diberikan oleh Annisa
Sumber: akun Twitter @askmenfess

Annisa mengaku pada saat itu ia percaya terhadap isi konten yang disampaikan oleh *sender*. Dirinya mengaku kesal terhadap sosok mahasiswi, namun memilih tidak memandang serius permasalahan itu. Annisa memiliki persepsi bahwa mahasiswi yang disinyalir oleh *sender* sebagai selingkuhan papanya merupakan orang jahat. Annisa berpersepsi secara selektif berdasarkan emosi. Dirinya merasa kesal karena sudah beberapa kali mendapati cerita serupa (perselingkuhan).

“Cerita-cerita yang kayak perselingkuhan gitu-gitu sih lumayan sering baca dan kebetulan juga aku tahu sendiri di lingkungan aku, keluarga aku sendiri. Jadi ya makanya aku waktu itu percaya. Salah satu saudara gitu sih pokoknya.” (wawancara dengan Annisa, 23 Mei 2020).

Annisa merespon konten @askmenfess tersebut dengan makna dan tujuan bercanda saja, mengesampingkan emosi atau perasaan kesal terhadap sosok mahasiswi yang disinyalir sebagai selingkuhan papa si *sender*.

5. Shindy

Shindy merespon konten @askmenfess dengan *me-reply*.



Gambar 5: Respon yang diberikan oleh Annisa
Sumber: akun Twitter @askmenfess

Shindy mengaku pada saat itu dirinya percaya terhadap isi konten yang disampaikan oleh *sender*. Shindy berpersepsi tidak seharusnya ada orang yang mau menjadi ‘simpanan’ seperti mahasiswi yang dimaksud oleh *sender*. Shindy berpersepsi berdasarkan pengalaman pribadi mempunyai kenalan yang memiliki *sugar daddy*. Ia menganggap drama perselingkuhan merupakan hal yang nyata adanya.

“Karena dulu waktu kuliah juga pernah punya kenalan yang dia punya *sugar daddy* yang kayak diceritain di situ. Ya sama lah kayak di Twitter ada yang jual konten-konten gitu lah.” (wawancara dengan Shindy, 26 Mei 2020).

Shindy merespon dengan *reply* yang bermakna penasaran dan ingin tahu lebih lanjut perihal cerita *sender* dalam konten tersebut. Shindy bertujuan agar *sender* dapat membocorkan identitas mahasiswi yang disinyalir menjadi selingkuhan papanya.

6. FFJ

FFJ merespon konten @askmenfess dengan *me-reply* dan *retweet* twit akun @askmenfess.



Gambar 6: Respon yang diberikan oleh FFJ
Sumber: akun Twitter @askmenfess

FFJ mengaku pada saat itu dirinya percaya terhadap isi konten yang disampaikan oleh *sender*. FFJ berpersepsi bahwa *sender* adalah korban sehingga dirinya merasa simpatik. FFJ berpersepsi secara selektif berdasarkan emosi. Dirinya merasa kasihan terhadap *sender*.

“Aku orangnya gampang tersentuh sih, gampang kasihan juga sama orang. Jadi mungkin kadang salahnya di situ kan. Cuma karena ngerasa kasihan terus gampang tersentuh jadi ngelihatnya kayak dari satu sisi doang.” (wawancara dengan FFJ, 26 Mei 2020).

FFJ merespon dengan *retweet* dan *reply* yang bermakna dukungan untuk *sender*. Dirinya bertujuan menunjukkan simpati melalui *reply* tersebut.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Respon Pengguna Twitter

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna Twitter dalam merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess antara lain:

1) Penyebab situasional

Situasi kolom *replies* yang ramai oleh berbagai tanggapan pro dan kontra menjadikan pengguna Twitter tergerak untuk merespon, di antaranya FFJ menunjukkan simpati, Annisa memberi tanggapan berbeda dengan bercanda, dan Willy memperingatkan pengguna lain untuk bersikap netral.

2) Adanya pengaruh personal

Willy sebagai seseorang yang mengenal RI (mahasiswi yang dituduh oleh *sender*) merasa penting untuk meluruskan kesalahpahaman. Sementara FFJ merasa sensitif terhadap isu keluarga dan dirinya ingin memberikan pengaruh terhadap *sender* supaya tetap merasa kuat dan baik-baik saja.

- 3) Memiliki kemampuan
Pengguna Twitter merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess karena merasa mampu bertindak atau berbuat sesuatu. Willy merasa dirinya dapat mendinginkan panasnya komentar *netizen*. Annisa merasa dirinya mampu membuat candaan. Fadhil merasa dirinya mampu *me-reply*.
- 4) Adanya usaha
Willy termotivasi untuk meredam komentar buruk dari *netizen* dan Shindy berusaha mendapatkan informasi/cerita lebih lanjut.
- 5) Memiliki keinginan
Pengguna Twitter merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess karena memiliki keinginan, di antaranya Willy ingin meredam komentar buruk, Annisa ingin bercanda, dan Rama ingin berbuat jail.
- 6) Adanya perasaan
FFJ dan Shindy merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess disebabkan oleh perasaan tertentu seperti iba dan kesal.
- 7) Rasa memiliki
Shindy merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess karena yang ingin memiliki informasi lebih lanjut untuk memuaskan rasa penasaran.
- 8) Kewajiban
Willy merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess karena merasa itu sebuah keharusan untuk memperingatkan *netizen* untuk tidak terburu-buru menghakimi RI yang digambarkan secara buruk oleh *sender*.
- 9) Diperkenankan
Pengguna Twitter merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess karena itu merupakan hak setiap pengguna media sosial Twitter untuk *me-reply*.

17

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Interaksi yang terjadi antara pengguna Twitter dengan akun *auto base* merupakan praktik dari CMC dan *cyberculture*. Ditinjau dari konsep CMC, interaksi yang terjadi antara pengguna Twitter dengan akun *auto base* harus dilakukan melalui perangkat komputer yang tersambung dengan jaringan internet. Pengguna Twitter dalam penelitian ini memiliki kultur berinteraksi dengan akun Twitter *auto base* yang merupakan entitas anonim. Interaksi akun Twitter *auto base* secara simultan merupakan simulasi dan reproduksi tanda yang mengakibatkan hiperrealitas dan tercipta realitas semu. Pengguna Twitter memiliki batasan rendah dalam membedakan kenyataan dan imaji padahal sosok di balik akun anonim rawan berpura-pura untuk membentuk realitas palsu. Hal ini menjelaskan adanya pengguna Twitter yang percaya dengan apa yang disampaikan oleh *sender* dalam konten anonim akun Twitter @askmenfess karena realitas di hadapan mereka tampak nyata. Pengguna Twitter merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess secara *aspatial* (tidak berada dalam ruang/tempat yang sama), *asynchronous* (tidak terhubung/login dalam waktu yang sama), dominan melalui medium teks (merespon dengan *reply* dibandingkan *retweet*), dan tidak terpengaruh oleh identitas atau status sosial pengguna Twitter satu sama lain. Pengguna Twitter

dalam penelitian ini seluruhnya merespon dengan memberikan *reply* dan hanya satu pengguna yang sekaligus *re-tweet*.

2. Pengguna Twitter dalam merespon konten anonim akun Twitter @askmenfess dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain faktor situasional berupa ramainya tanggapan di kolom *replies*, faktor pengaruh personal berupa hubungan pertemanan dengan sosok tertuduh dan kesensitifan terhadap isu keluarga, faktor memiliki kemampuan seperti mampu meredam komentar buruk *netizen*, faktor termotivasi untuk meleraikan, faktor keinginan berbuat baik atau bercanda, faktor perasaan iba atau kesal, faktor ingin memiliki informasi lebih lanjut, faktor merasa suatu keharusan bersikap netral, dan faktor diperkenankan yang berhak merespon sebagai pengguna Twitter.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini dan mengharapkan terdapat penelitian selanjutnya yang lebih mengeksplorasi kajian fenomena di media siber.

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, Yurista. (2020). *Perkembangan Auto Menfess di Indonesia*. <https://kreativv.com/game-teknologi/perkembangan-auto-menfess/> diakses 6 Mei 2020
- Clinton, Bill. (2019). *Pengguna Aktif Harian Twitter Indonesia Diklaim Terbanyak*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/10/30/16062477/pengguna-aktif-harian-twitter-indonesia-diklaim-terbanyak> diakses 3 Maret 2020
- Fahmi, N. Arrijal. (2019). <https://mojok.co/terminal/auto-base-dan-kecenderungan-bersembunyi-di-balik-akun-aim/> diakses 6 Mei 2020
- Jauhari, M. (2019). *Media Sosial: Hiperrealitas dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Baru Dalam Pemikiran Jean Baudrillard*. Al'Adalah, 20(1).
- Little J., Stephen W., Karen A. F. (2018). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication) edisi 9*. Jakarta: Gramedia Humanika.
- Morissan. (2018). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2018). *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Twitter.com. *Glosarium*. <https://help.twitter.com/id/glossary> diakses 6 Mei 2020
- Twitter.com. *Tentang API Twitter*. <https://help.twitter.com/id/rules-and-policies/twitter-api> diakses 6 Mei 2020
- Twitter.com. *Tentang Aplikasi Pihak Ketiga dan Sesi Masuk*. <https://help.twitter.com/id/managing-your-account/connect-or-revoke-access-to-third-party-apps> diakses 6 Mei 2020

KEPERCAYAAN DAN SIKAP PENGGUNA TWITTER DALAM MERESPON KONTEN ANONIM AKUN TWITTER @ASKMENFESS

ORIGINALITY REPORT

% **17**
SIMILARITY INDEX

% **15**
INTERNET SOURCES

% **5**
PUBLICATIONS

% **13**
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Student Paper % **2**
- 2** Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Student Paper % **1**
- 3** alienusers.wordpress.com
Internet Source % **1**
- 4** repository.unair.ac.id
Internet Source % **1**
- 5** mojok.co
Internet Source % **1**
- 6** Submitted to Universitas Islam Indonesia
Student Paper % **1**
- 7** Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia
Student Paper % **1**

8

Internet Source

% 1

9

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Ponorogo

Student Paper

% 1

10

devivev.blogspot.com

Internet Source

% 1

11

journals.usm.ac.id

Internet Source

% 1

12

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

% 1

13

Kautsarina Kautsarina. "PERKEMBANGAN
RISET ETNOGRAFI DI ERA SIBER :
TINJAUAN METODE ETNOGRAFI PADA
DARK WEB", Masyarakat Telematika Dan
Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi
dan Komunikasi, 2018

Publication

<% 1

14

sinta3.ristekdikti.go.id

Internet Source

<% 1

15

Submitted to Forum Komunikasi Perpustakaan
Perguruan Tinggi Kristen Indonesia (FKPPTKI)

Student Paper

<% 1

16

ismapunyaipin.blogspot.com

Internet Source

<% 1

17

journal2.um.ac.id

Internet Source

<% 1

18

orca.cf.ac.uk

Internet Source

<% 1

19

Submitted to Universitas Andalas

Student Paper

<% 1

20

digilib.uinsgd.ac.id

Internet Source

<% 1

21

kangarul.wordpress.com

Internet Source

<% 1

22

repository.usu.ac.id

Internet Source

<% 1

23

help.twitter.com

Internet Source

<% 1

24

Clarissa Castellã Xavier, Marlo Souza. "Chapter 7 A Basic Approach for Extracting and Analyzing Data from Twitter", Springer Science and Business Media LLC, 2020

Publication

<% 1

25

es.scribd.com

Internet Source

<% 1

26

journal.unla.ac.id

Internet Source

<% 1

mafiadoc.com

27	Internet Source	<% 1
28	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<% 1
29	docplayer.info Internet Source	<% 1
30	yohaneskurniawan1990.blogspot.com Internet Source	<% 1
31	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<% 1
32	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<% 1
33	jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	<% 1
34	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF