

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkat kemajuan teknologi masyarakat tidak lagi hanya melakukan interaksi secara langsung atau *face to face* melainkan sudah banyak menggunakan media-media sebagai alatnya seperti media sosial. Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi yang hadir karena kemajuan teknologi digitalisasi sehingga penggunaanya dapat saling bertukar *user-generated content* jika sudah terhubung didalamnya (Kaplan & Haenlein, 2010). Sedangkan Boyd mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan dari perangkat lunak yang dapat menghubungkan antar individu maupun komunitas kedalam suatu wadah dalam bentuk digital yang dapat melakukan aktivitas seperti berkomunikasi, berkolaborasi hingga bermain (Nasrullah, 2018).

Menurut Baidu karena adanya internet segala kebutuhan manusia dapat dengan mudah terpenuhi. Seperti kebutuhan untuk berkomunikasi, mengakses informasi dan kebutuhan lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari fungsi media sosial yang lebih sering digunakan untuk berkomunikasi dan mencari informasi (Baidu, 2014).

Tercatat pada Januari 2020 lebih dari setengah jumlah penduduk Indonesia yaitu sekitar 160 juta aktif menggunakan media sosial. Mereka menghabiskan sekitar 8 jam per harinya untuk berselancar di internet dan sekitar 3 jam lamanya berkulat di media sosial berdasarkan data dari *Hootsuite* dan *We are Social*. Salah satu media sosial yang banyak diakses

masyarakat berdasarkan data tersebut adalah *Twitter*. (Mardiana & Zi'ni, 2020).

Media sosial saat ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan informasi, namun juga sering digunakan sebagai sarana mengekspresikan diri, membangun citra diri serta sarana mengungkapkan keluhan kesah (Fauziah, 2019). *Twitter* adalah salah satu situs yang dioperasikan oleh *Facebook* dimana penggunanya dapat berkirim dan membaca pesan dari sebuah curahan hati ataupun kritikan seperti tampilan *blog* pada umumnya yang sudah ada sejak tahun 2006 (Mardiana & Zi'ni, 2020). Namun seiring berjalannya waktu, *Twitter* hadir dengan memperluas kegunaannya yaitu menghadirkan fitur *autobase*.

Autobase merupakan fitur yang dibuat oleh *Twitter* yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk mencari dan menyebarkan informasi dengan orang lain yang memiliki ketertarikan serta minat yang sama (Salsabila & Riauan, 2022). Salah satu bentuk pesan yang dapat dikirimkan dikenal dengan istilah *menfess* (*mention confess*) yang dikirim melalui *Direct Message* atau pesan langsung di *Twitter* dengan *rules* yang telah ditentukan oleh pemilik akun. Pesan-pesan tersebut nantinya akan diunggah secara otomatis menggunakan jasa *Bot*. *Bot* tersebutlah yang berfungsi mengirimkan *tweet* dari DM (*Direct Message*) secara otomatis tanpa memuat identitas pengirim atau dikenal dengan istilah anonim.

Saat ini, salah satu fungsi dari akun-akun *autobase menfess* tersebut adalah untuk *sharing* informasi, menyampaikan atau menyuarakan sesuatu dengan tujuan untuk menemukan jawaban serta solusi mengenai sesuatu,

misalnya mengenai perkuliahan. Akun-akun tersebut akan dikelola oleh seorang admin yang tugasnya untuk mengatur akun *menfess* tersebut walaupun nantinya DM yang dikirim oleh para *sender* tersebut akan di *share* secara otomatis oleh *Bot*.

Fenomena curhat di media sosial saat ini tidak lagi sulit untuk ditemukan. Walaupun curhat secara langsung kepada orang terdekat memiliki kepuasan tersendiri namun tidak bagi sebagian orang. Sehingga mereka lebih memilih untuk curhat di media sosial melalui akun *base* yang memungkinkan mereka curhat secara anonim atau tanpa mengungkapkan identitasnya. Dan hal yang menarik dari fenomena tersebut adalah respon dari para pembaca *menfess* yang berisih curahan hati seseorang tersebut.

Fenomena curhat di akun *autobase* ini menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi di dunia virtual atau dunia maya bagi sebagian orang terasa lebih nyaman dibandingkan secara langsung di dunia nyata. Walther menyatakan bahwa manusia merasa lebih dekat dengan orang lain ketika berada di dunia maya daripada di dunia nyata (Sipahutar, Poerana, & Nurkinan, 2020).

Menurut Frida Medina Hayuputri ketika seseorang melakukan suatu tindakan tanpa menyebutkan identitasnya atau anonim, mereka merasa yang dilakukannya itu tidak menjadi tanggung jawabnya atau biasa disebut deindividuasi. Deindividuasi adalah suatu kondisi dimana hilangnya kewaspadaan diri sehingga berdampak hilangnya rasa takut dalam diri (Sipahutar, Poerana, & Nurkinan, 2020).

Salah satu akun *autobase menfess* yang sering *sharing* mengenai perkuliahan dari para *sender* (pengirim pesan anonim) adalah akun *@collegemenfess*. Akun ini pertama kali berdiri tahun 2018 dengan jumlah pengikutnya saat ini berjumlah 1,1 juta pengikut. Akun tersebut menggunakan *tagline* tempat *nongkrong* dan diskusi mahasiswa. Akun tersebut ternyata bukan hanya berisi mengenai informasi yang dibagikan oleh para *sender* atau pengirim pesan-pesan secara anonim saja. Namun, juga terdapat beberapa curahan hati dari para pengikutnya.

Oleh karena itu, penulis memutuskan akun *@collagemenfess* sebagai objek penelitian dengan judul “Fenomena Curhat Secara Anonim di Akun *Menfess Twitter* (Studi Etnografi Virtual Pada Akun *@collegemenfess*)”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apa yang menjadi latar belakang para pengirim pesan anonim mengirimkan pesan/curhat di akun *@collegemenfess*?
2. Apa sajakah jenis pesan/curhat yang dilakukan para pengirim pesan anonim di akun *@collegemenfess*?
3. Apa manfaat yang diperoleh setelah mengirim pesan/curhat di akun *@collegemenfess*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui latar belakang para pengirim pesan anonim mengirimkan pesan/curhat di akun *@collegemenfess*.

2. Untuk mengetahui jenis pesan/curhat yang dilakukan para pengirim pesan anonim di akun *@collegemenfess*.
3. Untuk mengetahui manfaat yang diperoleh setelah mengirim pesan/curhat di akun *@collegemenfess*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai media informasi dan bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Dan bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian-penelitian etnografi, khususnya etnografi virtual.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis bermanfaat memberikan informasi kepada masyarakat umum khususnya masyarakat yang menggunakan media sosial saat ini mengenai fenomena curhat di media sosial yang saat ini dapat dilakukan secara anonim di akun-akun *autobase menfess* yang banyak tersebar di media sosial.