

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi pada masa kini sangat mudah dilakukan berkat perkembangan media sosial. Lewat media sosial, komunikasi antar manusia dapat dilakukan tanpa terbatas waktu dan jarak. Hal tersebut sangat menguntungkan manusia apalagi sejatinya manusia merupakan makhluk sosial yang butuh interaksi dengan manusia lain untuk berbagi rasa, bertukar pikiran, dan kehendak, secara langsung maupun tidak, secara verbal maupun nonverbal (Effendy, 2002). Selain digunakan sebagai wadah berkomunikasi, media sosial juga dapat menjadi wadah untuk bercerita dan terbuka mengenai hal-hal yang susah untuk dipendam sendiri. Media sosial diibaratkan sebagai *online diary* bagi sebagian pengguna, tempat di mana pengguna dapat menulis aktivitas, mengungkapkan perasaan, dan hal yang sedang dilakukan (Yunita, 2019).

Studi yang dilakukan Ipsos (dalam Akhtar, 2020) mengidentifikasi apa saja yang dibagikan masyarakat Indonesia di media sosial. Konten yang paling banyak dibagikan adalah gambar (53%), opini (42%), status mengenai kegiatan yang sedang dilakukan (37%), tautan artikel (36%), sesuatu yang di-*like* (35%), dan status mengenai hal yang sedang dirasakan (33%). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial juga berperan besar menjadi wadah untuk individu bercerita, berkeluh kesah, dan mengungkapkan diri (pengungkapan diri).

Menurut Devito (2011), pengungkapan diri yaitu membagikan informasi mengenai diri yang tak biasa diketahui kepada orang lain. Bentuk pengungkapan

diri ini bisa berupa informasi, sikap, perilaku, dan perasaan dari pelaku pengungkapan diri yang pengungkapannya dilakukan secara sadar. Pengungkapan diri dapat terjadi apabila individu secara sukarela menceritakan mengenai dirinya kepada orang lain. Pengungkapan diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pemahaman dan pengalaman individu terhadap suatu hal, siapa yang mendengarkan, atau lingkungan tempat individu berada. Sehingga pada umumnya, pengungkapan diri dilakukan kepada orang yang sudah mengenal lebih dalam dan dipercaya.

Kemajuan teknologi membuat pengungkapan diri dapat dilakukan tak hanya secara tatap muka. Kini pengungkapan diri bisa dengan mudah dan praktis melalui media sosial. Meskipun hal tersebut bisa dilakukan pada akun media sosial pribadi, sebagian orang memilih menggunakan identitas anonim. Penggunaan identitas anonim pada media sosial nyatanya menjadi hal yang masif dilakukan oleh banyak orang. Survei HAI (dalam Rini & Manalu, 2020) menyatakan, 46% dari 300 remaja mempunyai akun anonim dan akun kedua, bahkan 60% remaja yang telah memiliki akun kedua memiliki akun anonim lainnya. Mereka beralasan bahwa akun tersebut digunakan untuk mengikuti akun yang dinilai tidak patut diikuti oleh akun asli. Mereka gengsi apabila melakukan segala nilai-nilai yang tidak patut di akun asli.

Zhang dan Kizilcec (dalam Pramesti, 2022) mengungkapkan bahwa anonimitas seringkali digunakan karena menyediakan saluran yang aman untuk mengekspresikan diri, terutama hal-hal yang kurang sesuai dengan nilai sosial tanpa berpotensi merusak citra diri atau hubungan sosial. Hal tersebut didukung

oleh sifat media online sendiri yaitu memberi ruang bebas bagi seseorang dari identitas yang dimilikinya di dunia nyata (Rini & Manalu, 2020). Sedangkan Suler (dalam Prasetya dkk, 2022) mengungkapkan penggunaan anonimitas akan menurunkan inhibisi dan meningkatkan pengungkapan diri seseorang. Identitas yang anonim memberikan rasa aman dan kebebasan yang dapat mendorong seseorang melakukan hal lebih liar dan leluasa untuk melakukan pengungkapan diri.

Anonimitas dalam dunia internet juga mampu menghasilkan pengungkapan diri (Clark-gordon dkk., 2019). Hal ini didukung oleh penelitian oleh Pramesti dan Dewi (2022) yang mana ditemukan pengaruh signifikan antara anonimitas akun Twitter Generasi Z dengan pengungkapan diri. Selain itu, terdapat penelitian Latifa dkk (2019) juga melakukan penelitian terhadap pengguna media sosial yang berumur 15-25 tahun dan menemukan bahwa pengungkapan diri dipengaruhi juga oleh anonimitas. Hal tersebut berhubungan dengan *online disinhibition effect* dimana menurut Suler (2004) merupakan bagaimana individu dalam berkata dan bertindak di media sosial yang tidak akan mereka lakukan pada dunia nyata. *Online disinhibition effect* memungkinkan batasan dalam berperilaku di media sosial menjadi kurang dihormati (Lapidot-Lefler dan Barak dalam Solihin & Basti, 2023). Sehingga pada saat dalam keadaan *online*, individu merasa tidak ada batasan yang tegas dan dapat berekspresi lebih terbuka dibandingkan saat berinteraksi secara tatap muka (Agustina dalam Putri, 2023).

Nyatanya, kini individu tidak harus mempunyai akun anonim untuk melakukan pengungkapan diri secara anonim. Terdapat *autobase* yang dapat dijadikan tempat untuk melakukan pengungkapan diri secara anonim. *Autobase* adalah wadah (berbentuk akun X) dimana *followers* dapat mengirim *tweet* di akun tersebut secara anonim melalui *Direct Message (DM)*, bot Telegram, atau website yang tersistem pemrograman bot. *Autobase* terdiri dari kata “*automatic*” dan “*fanbase*” yang memiliki fungsi sebagai tempat bagi pengikutnya untuk mengirim pertanyaan atau pesan yang berhubungan dengan topik tertentu secara anonim melalui *direct message (DM)* (Agoestin, 2019). Pesan yang dikirim melalui *autobase* disebut *menfess*. *Menfess* berasal dari kata “*mention*” dan “*confess*”. Pengirim pesan atau yang sering disebut *sender* bisa mengecek interaksi dan *feedback* dari *menfess* yang dikirim dan tak menutup kemungkinan baginya untuk saling berinteraksi dengan orang-orang yang memberi *feedback*. Namun tidak semua *followers* bisa mengirim *menfess*. Calon pengirim harus di-*follow back* oleh akun *autobase* terlebih dahulu. Selain itu, *menfess* yang dikirim harus mengandung kata kunci yang telah ditentukan agar dapat terkirim.

Kemunculan *autobase* berawal dari akun *Role Player (RP)*. *Role Player* adalah kegiatan seseorang yang memainkan peran menjadi tokoh lain, seperti tokoh artis, idola, maupun selebriti. Para *Role Player* hanya dapat berinteraksi melalui fitur *mention* dan *direct message* pada X (Vernika dan Nurhastuti, 2018). Sehingga tak berkomunikasi secara langsung (anonim). Namun seiring berjalannya waktu, fitur tersebut tak hanya digunakan untuk melakukan *Role Play* saja, tetapi membahas hal yang lebih kasual dan berhubungan dengan kehidupan

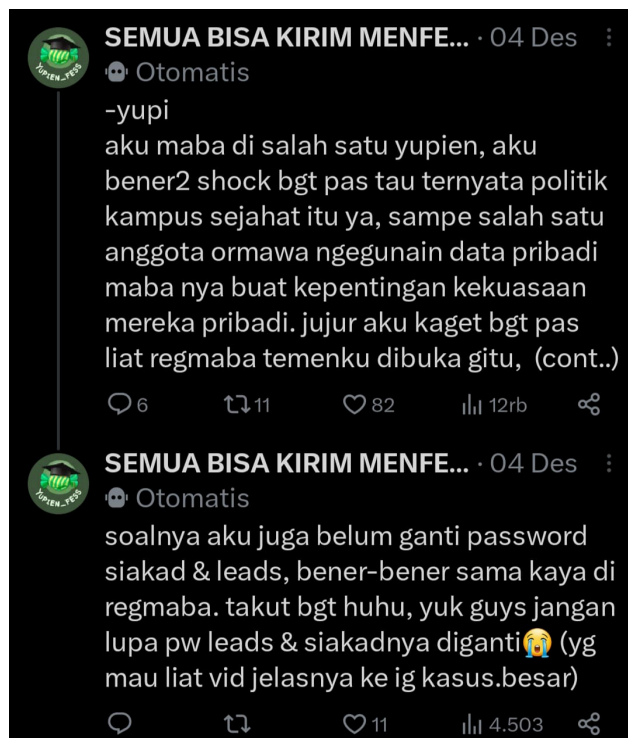
sehari-hari. Kemunculan *autobase* ini digunakan oleh berbagai macam generasi, terutama Gen Z karena menurut survei yang dilakukan McKinsey & Company (2023) Gen Z merupakan generasi yang paling lama menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial. Sehingga besar kemungkinan mereka melakukan pengungkapan diri di media sosial. Gen Z merupakan generasi yang lahir pada 1997-2012. Oleh karena Gen Z termasuk usia berkuliah, hal tersebut juga menyebabkan munculnya *autobase* universitas untuk memenuhi informasi seputar kampus. Latar belakang yang sama yaitu satu tempat belajar, membuat pengikut *autobase* universitas memiliki rasa kedekatan dan tujuan yang sama. Salah satu *autobase* universitas adalah @YUPIEN_FESS. *Autobase* ini berguna untuk berbagi informasi seputar kehidupan kampus di UPN “Veteran”.



Gambar 1.1 Akun *Autobase* @YUPIEN_FESS

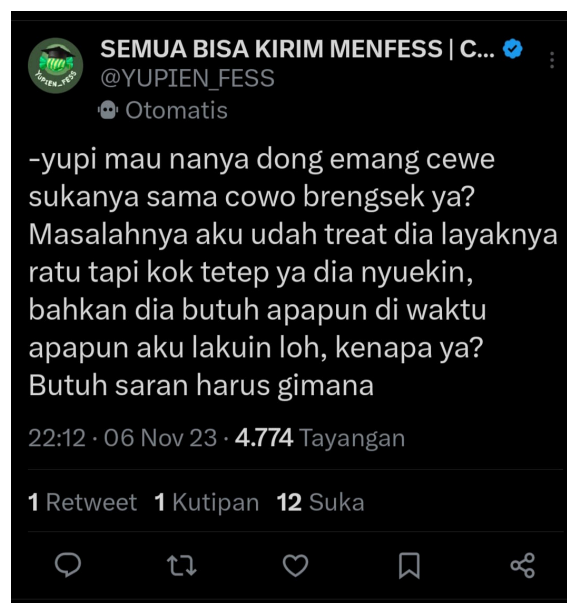
Autobase @YUPIEN_FESS menjadi wadah bagi mahasiswa UPN “Veteran” dalam menambah relasi sesama mahasiswa, mempromosikan *event* atau acara kampus, mencari tahu isu hangat yang ada di kampus, berdiskusi, dan berbagi tips perkuliahan. Hingga per-November 2023, akun ini mempunyai

28.915 pengikut dan telah mengunggah sebanyak 43.416 *tweet*. *Autobase* yang telah berdiri sejak Juli 2020 ini mewadahi tiga universitas sekaligus, yaitu UPN “Veteran” Jakarta, UPN “Veteran” Yogyakarta, dan UPN “Veteran” Jawa Timur. Adapun kata kunci yang wajib *sender* gunakan, yaitu -upnjog, -upnsby, dan -upnjkt. Pengelola *autobase* ini mengatakan bahwa kata kunci yang dominan digunakan adalah -upnsby, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur adalah pengguna terbesar *autobase* ini. Jika *sender* ingin mengirim *menfess* secara umum, maka *sender* bisa menggunakan kata kunci -yupi. Selain sebagai wadah keperluan kampus, @YUPIEN_FESS juga seringkali menjadi tempat bagi mahasiswa untuk melakukan pengungkapan diri.



Gambar 1.2 Contoh *Self Disclosure* pada @YUPIEN_FESS 1

Salah satu pengungkapan diri yang dilakukan pada *autobase* @YUPIEN_FESS adalah pada gambar 1.2. *Sender* dari *menfess* tersebut menceritakan pengalamannya mengetahui anggota Ormawa yang menyalahgunakan data mahasiswa baru untuk kepentingan kekuasaan. *Menfess* tersebut tak sekadar menjadi postingan belaka, tetapi juga sekaligus mengekspos keburukan Ormawa yang harus dibenahi dan diwaspadai. Berdasarkan penjabaran di atas, maka dapat dikatakan pengungkapan diri pada *autobase* bisa bermanfaat untuk menjadi pembelajaran bagi pembacanya, media untuk menguak kebenaran atau skandal, dan media untuk mendapatkan banyak perhatian. Dengan begitu, *autobase* ini dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi petinggi atau masyarakat universitas dalam berbenah diri.



Gambar 1.3 Contoh Pengungkapan Diri pada @YUPIEN_FESS 2

Namun nyatanya tak semua *menfess* pengungkapan diri berguna bagi pembacanya. Contohnya seperti *menfess* pada gambar 1.3 yang membahas percintaan dan kebingungan *sender* terhadap sikap seorang perempuan yang

disukainya. Meskipun tidak berhubungan dengan UPN “Veteran”, *menfess* yang membahas permasalahan pribadi seperti ini bukanlah kali pertama muncul di @YUPIEN_FESS. Sifat anonim yang dimiliki *autobase* dan kemudahan pengiriman *menfess* di @YUPIEN_FESS turut menciptakan fenomena yang mirip dengan fenomena “*stranger on a train*”, dimana seseorang yang baru saja bertemu di kereta mampu lebih mudah mengungkapkan dirinya kepada sesama penumpang (Ma, 2015). Beberapa *sender* @YUPIEN_FESS mengirim pengungkapan diri kepada orang-orang yang tidak dikenal dan tidak dipercayai. Hal ini sangat berbeda karena pada umumnya kedalaman individu dalam melakukan pengungkapan diri bergantung pada bagaimana lingkungan dan lawan bicaranya. Sangat mungkin bagi individu melakukan pengungkapan diri pada individu yang disukai dan dipercayai (Devito, 2011).

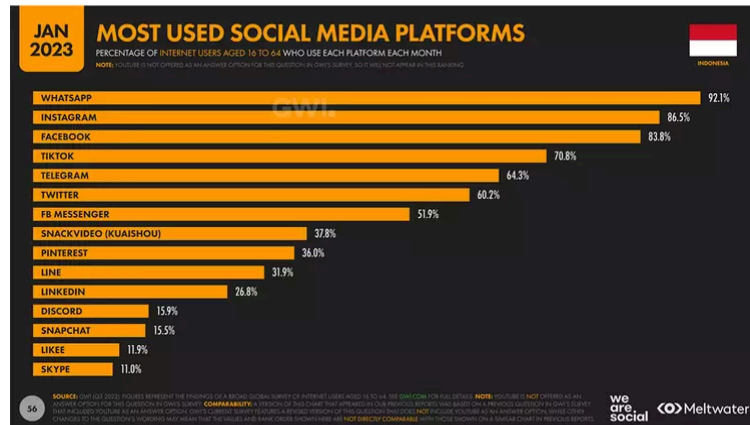
Fenomena tersebut kian bertambah pasca perubahan peraturan pengiriman *menfess*. Sekilas *autobase* @YUPIEN_FESS terlihat sama dengan akun *autobase* universitas lainnya seperti @airlanggafess (*autobase* UNAIR) dan @nesafess_ (*autobase* UNESA). Namun @YUPIEN_FESS memiliki perbedaan dalam mekanisme pengiriman *menfess*-nya. Semua pengikut dari akun ini dapat mengirim *menfess* walaupun belum di-*follback*. Pada *autobase* lain biasanya hanya pengikut yang telah di-*follback* yang dapat mengirim *menfess*. Sehingga dapat mengirim sebuah *menfess* di *autobase* merupakan suatu hal yang langka dan istimewa. Namun @YUPIEN_FESS justru membuka kesempatan besar bagi pengikutnya untuk mengirim *menfess* tanpa harus di-*follback*. Pada awalnya @YUPIEN_FESS juga menerapkan syarat *follback* untuk mengirim *menfess*,

tetapi hal tersebut tidak lagi berlaku sejak Agustus 2023. Media pengiriman *menfess* juga tidak lagi melalui *Direct Message* (DM), melainkan melalui website dan Telegram yang telah di-*setting* menggunakan bot.

Kemudahan tersebut membuat *autobase* @YUPIEN_FESS semakin ramai digunakan sehingga topiknya semakin bervariasi. Hilangnya persyaratan *follback* juga berarti membebaskan para pengirim atau *sender* untuk mengirim *menfess* sesuka hati. Selain itu terdapat perubahan sikap yaitu semakin kian mengungkapkan hal privat di *autobase* universitas. Mereka dapat berpotensi mengirim *menfess* SARA, *hoax*, pengancaman, atau lainnya dengan berkedok pengungkapan diri. Kalaupun akun mereka diblokir karena mengirim *menfess* bermasalah, mereka dapat menggunakan akun lain untuk terus mengirim *menfess*. Kurangnya keeksklusifan pada *autobase* @YUPIEN_FESS membuat pengguna merasa tidak takut untuk membuat masalah.

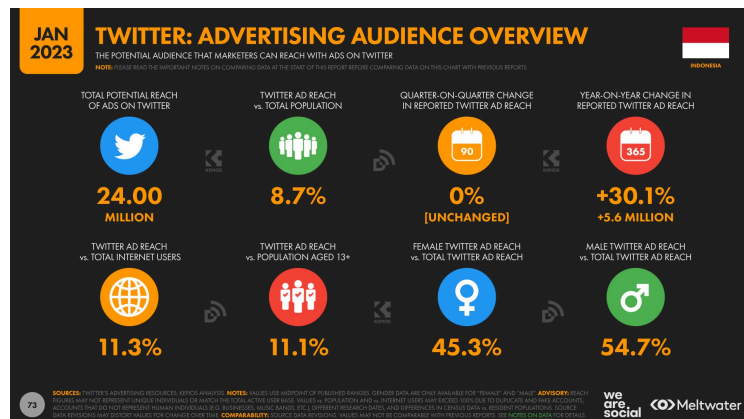
Meskipun sistem pengiriman seperti @YUPIEN_FESS masih belum terlalu banyak digunakan, tetapi bisa saja sistem ini menginspirasi banyak *autobase* lain di kemudian hari. Hal ini harus mendapat perhatian serius apalagi mengingat X merupakan media sosial yang besar di Indonesia. X merupakan mikroblog daring dan jejaring sosial dimana penggunanya bisa mengirim maupun membaca unggahan teks hingga 140 karakter (Zarella dalam Noza dan Primayanti, 2019). Namun dengan adanya pembaharuan, saat ini X bisa mengunggah hingga lebih dari 280 karakter. Unggahan tersebut dinamakan sebagai *Tweet*. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan We Are Social sampai Januari 2023, X berada di peringkat keenam dengan persentase 60,2% dari lima

belas media sosial yang sering digunakan masyarakat Indonesia. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa X termasuk memiliki popularitas yang besar di Indonesia.



Gambar 1.4. Media Sosial yang Sering Digunakan di Indonesia
 Sumber : datareportal.com

Hal tersebut juga didukung oleh data berikut yang diambil oleh We Are Social sampai Januari 2023. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna aktif X merupakan 8,7% dari total populasi Indonesia. Jika melihat data We Are Social pada Februari 2022, pengguna aktif X berada pada angka 6,6% dari total populasi Indonesia. Terdapat pertumbuhan pengguna sebanyak 2,1% dari tahun lalu. Itu artinya aplikasi X berpotensi untuk semakin besar seiring berjalannya waktu. Selain itu, data tersebut menunjukkan bahwa X mampu bertahan dengan seiring berkembangnya media sosial pada masa digitalisasi ini.



Gambar 1.5. Pengguna X 2023 di Indonesia
 Sumber : datareportal.com

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti melihat dengan berkembangnya fitur X yaitu *autobase* membawa kemunculan fenomena baru dalam melakukan pengungkapan diri. Fenomena tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut karena bertolak belakang dengan kebiasaan individu yang biasanya melakukan pengungkapan diri pada individu yang dirasa aman dan dipercaya. @YUPIEN_FESS dipilih dalam penelitian ini karena memberikan kebebasan pengikutnya dengan mekanisme pengiriman *menfess* tanpa syarat *follback*. Kebebasan tidak syarat ini membuka kesempatan bagi seluruh pengikutnya melakukan pengungkapan diri tanpa takut diblok dan dibatasi. Sehingga besar kemungkinan pengungkapan diri yang dituang dalam *autobase* ini akan lebih jujur. Namun juga berpotensi menjadi wadah untuk menyalahgunakan media dengan berkedok pengungkapan diri. Oleh karena itu, judul dalam penelitian ini adalah “Pengungkapan Diri Secara Anonim Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur Dalam Penggunaan *Autobase* @YUPIEN_FESS”. Peneliti akan berfokus meneliti mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Hal tersebut karena dapat dilihat dari penggunaan kata kunci -upsby sangat mendominasi *autobase* @YUPIEN_FESS

dibandingkan -upnjog dan -upnjkt. Sehingga UPN “Veteran” Jawa Timur adalah lokasi yang strategis untuk melakukan penelitian ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan pada penelitian ini adalah :

“Bagaimana pengungkapan diri secara anonim yang dilakukan mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur dalam *autobase @YUPIEN_FESS?*”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dirumuskan, penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui pengungkapan diri secara anonim mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur pada *autobase @YUPIEN_FESS*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kajian Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan teori pengungkapan diri. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur, pengguna *@YUPIEN_FESS*, dalam menuangkan pengungkapan diri dengan bijak dan mampu menciptakan lingkungan yang sehat bagi UPN “Veteran”.