

**Komunikasi Anonim Dalam Pemanfaatan *Autobase*  
Sebagai Media Informasi  
(Studi Netnografi pada Pengguna Akun *@jogjamnfs* di *Twitter*)**

Heppy Prissilia Cesar<sup>1</sup>, Monika Pretty Aprilia<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah  
Istimewa Yogyakarta 55281

<sup>1</sup>heppyprissilia@gmail.com

<sup>2</sup>monika.aprilias@amikom.ac.id

**Abstrak.** Fungsi Twitter telah berkembang menjadi sebuah *platform* yang berguna untuk berbagai macam hal dengan munculnya akun *autobase* di Twitter. *Autobase* mengumpulkan orang-orang dengan kesukaan ataupun minat yang sama untuk saling berkumpul, berdiskusi dan berbagi informasi mengenai hal yang menjadi topik di akun *base* tersebut. Pengguna dapat mengirim pesan atau informasi melalui *direct message* yang terdapat pada akun *autobase* yang diikuti. Pesan atau yang lebih akrab disebut dengan *menfess* akan terkirim secara otomatis dan muncul di *timeline* yang dapat direspon oleh pengikut akun tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi secara anonim dalam pemanfaatan akun *@jogjamnfs* sebagai media informasi dengan melibatkan tiga pandangan, yaitu: admin, pengirim pesan, dan penerima pesan. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif dengan studi netnografi. Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara dan observasi. Peneliti akan mewawancarai informan sebanyak 5 orang yaitu satu admin, dua pengirim *menfess*, dan dua penerima *menfess* melalui pesan yang dikirimkan melalui fitur *direct message* yang ada didalam Twitter. Selanjutnya, peneliti akan melakukan teknik analisis data yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun *@jogjamnfs* bermanfaat sebagai sarana media informasi dan hal lain dalam lingkup Yogyakarta bagi pengikut akun tersebut. Dengan menggunakan sistem yang anonim memberikan kenyamanan bagi para pengikut akun *@jogjamnfs* untuk saling berkirim dan menjawab *menfess* di akun *@jogjamnfs*.

**Kata Kunci:** Anonimitas, *Autobase*, *Menfess*, Twitter

**Abstract.** The emergence of autobase has brought Twitter to evolve into a platform in which users can anonymously ask questions, share information, and interact in discussions with other users based on similar interests. Autobase refers to an automatic tweet bot account, through which Twitter users can contribute by using Twitter's Direct Messages (DM) feature to send messages that are relevant to a particular topic. These messages are commonly called menfess. A menfess will automatically be posted as an anonymous autobase tweet on the timeline for followers to respond. This study aims to analyze anonymous communication using *@jogjamnfs* as a media to exchange information, comprising the perspectives of the administrator, the sender, and the receiver. This research applied a qualitative research approach using netnographic study. The data were collected through interviews and observation. The interviews were conducted on five respondents: an administrator of *@jogjamnfs*, two menfess senders, and two accounts interacting with a menfess to represent receivers. The data were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that *@jogjamnfs* is considered useful as a medium to exchange information on topics relevant to Yogyakarta. The anonymity of the autobase guarantees comfort for *@jogjamnfs* followers to contribute and interact with menfess posted on *@jogjamnfs*.

**Keywords:** anonymity, autobase, menfess, Twitter

## Pendahuluan

Saat ini masyarakat lebih cenderung menggunakan media online ketimbang media cetak dan elektronik karena media online sendiri sudah jauh berkembang pesat sehingga di dalam media online kita bisa menemukan berbagai macam informasi kapanpun dan dimanapun, baik informasi yang bisa kita dapatkan di media cetak dan juga elektronik. Selain itu dengan adanya media online kita tinggal mencari informasi ditempat saja dan tidak perlu jauh-jauh mendatangi lokasi terjadinya sebuah peristiwa untuk mendapatkan sebuah informasi.

Pada zaman serba digital seperti sekarang ini, dan seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih, membuat perkembangan Internet juga semakin melaju pesat. Perkembangan teknologi tersebut menjadikan Internet sebagai bagian dari kehidupan masyarakat modern seperti saat ini. Internet dapat menghubungkan semua penggunanya yang terdapat di seluruh dunia di dalam suatu jaringan yang dapat digunakan dimanapun dan kapanpun mereka berada, diwaktu yang bersamaan.

Media yang digunakan untuk menghubungkan seseorang melalui internet, salah satunya adalah media sosial. Media sosial yang paling populer diantaranya adalah Facebook, Twitter, Path, LinkedIn, Instagram, dan Youtube. Indonesia sendiri merupakan salah satu Negara yang paling aktif di media sosial, menurut hasil penelitian *We Are Social* pada Januari 2022 dalam laman [dataindonesia.id](https://dataindonesia.id), saat ini pengguna internet di Indonesia mencapai 191 juta pengguna, dan jumlah tersebut meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yaitu 170 juta pengguna (Mahdi, 2022).

Gambar 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia



Sumber: Mahdi (2022)

Berdasarkan data mengenai jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa terdapat peningkatan setiap tahunnya yaitu dari Januari 2014 hingga Januari 2022, membuktikan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia terhadap media sosial terus meningkat. Selain kemudahan yang diberikan, pemanfaatan media sosial di berbagai bidang menjadi salah satu alasan yang menjadikan media sosial cukup terkenal di kalangan masyarakat Indonesia. Salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan yaitu Twitter.

## Tinjauan Literatur

Kaplan dan Haenlein (Ruliana & Dkk, 2018) mengatakan bahwa salah satu jenis media sosial yaitu situs jejaring sosial yang merupakan aplikasi tempat seseorang saling terhubung antara satu dengan yang lain dengan cara memberi sebuah informasi pribadi dalam bentuk apapun. Twitter sebagai salah satu media sosial yang paling populer merupakan jejaring sosial berbasis teks yang berguna sebagai sarana berbagi informasi antar pengguna dengan batas maksimal teks tulisan sebanyak 280 karakter. Hal tersebut memungkinkan untuk saling mengirim dan menerima pesan melalui kicauan yang disebut dengan *tweet* oleh para penggunanya. Pengguna dapat

membagikan *tweet* dalam bentuk tulisan,gambar,video,suara dan sebagainya. Dixon (Mardiana & Zi'ni, 2020) menjelaskan beberapa fitur yang terdapat dalam Twitter yaitu sebagai berikut:

1) *Folowers* dan *Following*.

*Folowers* adalah akun yang mengikuti akun orang lain, sedangkan *following* adalah akun yang diikuti oleh akun lain. Mem-*follow* sebuah akun akan menerima *update* informasi dari akun yang diikuti tersebut.

2) *Direct Message*.

Digunakan untuk saling mengirim pesan pribadi kepada sebuah akun yang dituju, walaupun tidak mengikuti, antar pengguna masih bisa saling bertukar pesan jika diizinkan oleh pemilik akun.

3) *Twitter Search*.

Memudahkan pengguna untuk mencari orang ataupun akun tertentu dengan kata kunci, subjek, dan tempat.

4) *Trending Topics*.

Hal yang tak kalah menarik dari Twitter yaitu *trending topics*. *Trending topics* biasanya berisikan sepuluh hal yang paling banyak dibicarakan di Twitter dalam jangka waktu tertentu.

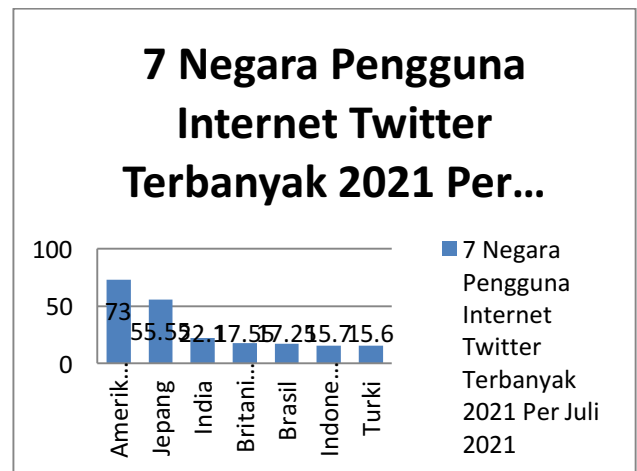
5) *Latest News*.

Jika tertinggal dalam sebuah berita, pengguna Twitter masih dapat mengejar informasi tersebut dengan fitur *latest news* yang tersedia pada Twitter.

Seperti yang telah diketahui bahwa Twitter berdiri pada maret 2006 dengan pendirinya yaitu Evan Williams, Jack Dorsey, Christopher “Biz” Stone, dan Noah. Meskipun telah berusia 16 tahun, popularitas Twitter masih sangat terasa hingga saat ini. Berdasarkan data statista per Juli 2021 yang dirilis pada September 2021 oleh goodnewsfromindonesia.id menunjukkan bahwa Indonesia menduduki

peringkat ke- 6 dengan pengguna sebanyak 15,7 juta (Ramadhanty, 2021).

Gambar 2 Negara pengguna *Twitter* terbanyak



Berdasarkan data yang menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat ke- 6 sebagai pengguna Twitter terbanyak, menjadikan Twitter sebagai salahsatu media sosial yang menarik untuk dijadikan sebagai objek penelitian, tentunya akan banyak hal yang bisa diperoleh saat menggali informasi di media sosial Twitter dengan banyaknya pengguna yang mengakses media sosial tersebut. Apalagi dengan semakin berkembangnya fungsi Twitter, diharapkan untuk pengguna media sosial tersebut akan lebih meningkat lagi.

Selain sebagai sarana berbagi informasi, fungsi Twitter telah berkembang menjadi sebuah *platform* yang berguna untuk berbagai macam hal. Salah satunya yaitu dengan munculnya akun *autobase* di Twitter. *Autobase* mengumpulkan orang-orang dengan kesukaan ataupun minat yang sama untuk saling berkumpul, berdiskusi dan berbagi informasi mengenai hal yang menjadi topik di akun *base* tersebut. Pengguna dapat mengirim pesan atau informasi melalui *direct message* yang terdapat pada akun *autobase* yang diikuti. Pesan atau yang lebih akrab disebut dengan *menfess* akan

terkirim secara otomatis dan muncul di *timeline* yang dapat direspon oleh pengikut akun tersebut. Keunggulan *menfess* yang dikirim akan bersifat anonim sehingga pengirim pesan tidak akan diketahui (Noza & Primayanti, 2019).

*Menfess (Mention Confess)* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan pesan yang dikirim melalui *direct message* dalam *autobase*, pada akun *autobase* sering terlihat istilah “*nder*” yang merujuk pada *sender* atau pengirim *menfess* tersebut. Biasanya pengikut akun *autobase* akan mengirimkan *menfess* berupa informasi, pertanyaan, bahkan curahan hati kepada para pengikut akun tersebut (*TINDAK TUTUR ILOKUSI PADA MENTION CONFESS*, n.d.). Setelah muncul pada *timeline*, pengikut akun *base* dapat merespon *menfess* yang dikirim secara anonim tersebut. Uniknya respon yang didapat dalam sebuah *menfess* cukup beragam, ada yang menanggapi dengan serius dan tidak sedikit yang menanggapi dengan bercanda ataupun sekenanya. Meskipun demikian, akun *autobase* tidak pernah sepi menerima kiriman *menfess* setiap harinya, hal ini menunjukkan bahwa seseorang nyaman bercerita secara anonim di Twitter melalui akun *autobase*. Goddyn (Wicaksono & Irwansyah, 2017) telah mengklarifikasikan definisi anonim menjadi 3 yaitu sebagai berikut:

- 1) *Leksikal*.  
Berdasarkan makna leksikal, anonim merupakan sesuatu yang tidak memiliki nama atau tidak teridentifikasi.
- 2) *Sinonim*.  
Sinonim yang merupakan suatu persamaan menyatakan bahwa anonim berarti sesuatu yang tanpa nama.
- 3) *Negative Definition*.  
Dalam definisi negatif, anonim merupakan tidak adanya identitas yang

benar dalam suatu individu dan menggantinya dengan identitas yang lain yang kebenarannya belum tentu diakui.

Jika mengacu pada tiga definisi yang diklarifikasikan oleh Goddyn dapat disimpulkan bahwa anonim memiliki arti yang cukup negatif, namun hingga saat ini akun anonim khususnya di media sosial Twitter masih cukup banyak bahkan munculnya akun *autobase* yang dapat mengirimkan pesan secara anonim memperkuat bahwa pesan anonim cukup banyak diminati. Dalam banyak penelitian, perilaku anonim merupakan dampak dari kerumunan manusia yang termasuk dalam teori deindividuasi.

Reicher, Spears dan Postmes (Wicaksono & Irwansyah, 2017) memandang bahwa *crowd behavior* yang disampaikan dalam buku yang berjudul *The Crowd: A Study of Popular Mind* milik Gustave Le Bon telah mengalami perkembangan teori menjadi dua klarifikasi yaitu teori klasik deindividuasi dan teori modern deindividuasi. Le Bon mengatakan bahwa berkumpulnya individu ke dalam suatu kelompok menyebabkan berkurangnya kesadaran identitas sehingga terjadi perubahan perilaku suatu individu dibanding dengan kesehariannya, perubahan perilaku ini biasanya bersikap sesuai dengan norma yang dianut dalam suatu kelompok.

Festinger, Pepitone dan Newcomb (Wicaksono & Irwansyah, 2017) menyatakan bahwa istilah deindividuasi menjadi penyempurnaan terhadap *crowd theory* oleh Le Bon. Hipotesis yang terdapat dalam jurnal Festinger et al menyatakan bahwa suatu individu akan mengalami diindividuasi jika tidak sesuai atau dianggap tidak wajar dengan perilaku kesehariannya. Perilaku yang dimaksud merujuk setelah seorang individu

bergabung kedalam suatu kelompok. Festinger beserta pengikutnya meyakini bahwa tingginya minat seseorang terhadap suatu kelompok menimbulkan berkurangnya identitas diri dan cenderung memberikan perhatian lebih terhadap keberadaan kelompok tersebut.

Pandangan lain terhadap fenomena deindividuasi yaitu berasal dari Diener yang merupakan salah satu ahli dalam bidang psikologi sosial yang memberikan kritik pada berbagai pandangan mengenai deindividuasi. Menurutnya proses deindividuasi merupakan proses kontrol internal suatu individu yang menggantikan pengaruh eksternal yang berpengaruh untuk membentuk perilaku yang berifat positif maupun negatif (Wicaksono & Irwansyah, 2017). Chang (dalam Wicaksono dan Irwansyah, 2017) menyebutkan bahwa teori deindividuasi menurut Le Bon dan Diener memunculkan generasi teori deindividuasi lainnya yang disebut dengan *Social Identity of Deindividuation Effect* atau yang disingkat dengan *SIDE Theory*. Kemunculan *SIDE Theory* sebagai suatu kritik dari teori deindividuasi yang memiliki prinsip bahwa seseorang berperilaku tidak wajar karena rendahnya kesadaran terhadap identitas diri. *SIDE Theory* diklarifikasikan kedalam dua jenis yaitu sebagai berikut:

#### 1) *Strategic SIDE*.

Suatu dampak yang ditimbulkan oleh perilaku deindividuasi suatu kelompok mampu membangun identitas kelompok yang lain.

#### 2) *Cognitive SIDE*.

Beridentitas maupun anonim masing-masing individu teridentifikasi dalam suatu kelompok.

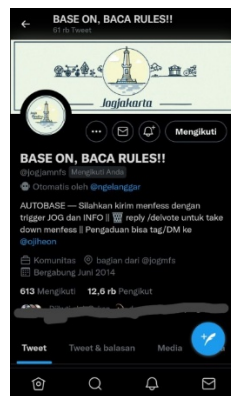
Li (Wicaksono & Irwansyah, 2017) mengatakan bahwa *SIDE Theory* dalam perspektif negatif memunculkan istilah anonim sebagai bagian dari perilaku

deindividuasi. Anonim dalam suatu kelompok akan sulit teridentifikasi sehingga lebih memberi kebebasan kepada suatu individu untuk melakukan perbuatan negatif disekitarnya. Selain itu menurut Li, perilaku anonim sengaja dibentuk untuk memperkuat identitas kelompok terhadap kelompok lainnya.

Chang ( (*PERAN ANONIMITAS DALAM PERILAKU DEINDIVIDUASI*, n.d.) dalam kajiannya terkait penelitian mengenai deindividuasi menyimpulkan bahwa anonimitas merupakan salah satu faktor utama dalam mempengaruhi perilaku deindividuasi. Berdasarkan perilaku anonim yang merupakan bagian dalam teori deindividuasi, akun *autobase* di Twitter menjadikan suatu objek yang menarik untuk diteliti karena *menfess* bersifat anonim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi secara anonim dalam pemanfaatan akun *@jogjamnfs* sebagai media informasi dengan melibatkan tiga pandangan, yaitu: admin, pengirim pesan, dan penerima pesan.

Salah satu *autobase* yang menarik untuk dikaji yaitu *@jogjamnfs*. Akun *@jogjamnfs* adalah akun *autobase* yang bertujuan untuk membahas segala sesuatu tentang Jogja. Akun ini sudah ada sejak Juni 2014 dan hingga saat ini telah diikuti sebanyak 12,6 ribu pengikut di Twitter dengan *tweet* sebanyak 61 ribu.

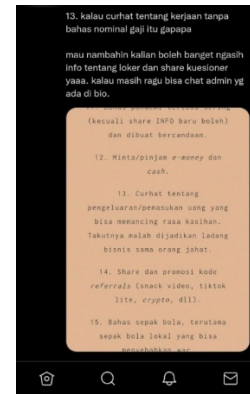
Gambar 3 Tampilan Profil Akun  
@jogjamnfs



Sumber: akun @jogjamnfs

Sama seperti akun *autobase* lain, @jogjamnfs memberikan akses kepada pengikutnya untuk saling bertanya, memberi informasi, mengajak untuk saling mengikuti akun satu sama lain, mencurahkan isi hatinya dan lain sebagainya. Pengikut akun @jogjamnfs dapat mengirim berbagai jenis *menfess* di akun ini namun masih ada batasan seperti *tweet* yang telah disematkan dalam *timeline* akun tersebut. Jika melanggar peraturan yang telah ditetapkan tersebut, konsekuensinya yaitu sender *menfess* dapat diberi peringatan ataupun diblock oleh admin *base @jogjamnfs*.

Gambar 4 Peraturan untuk Pengiriman  
*Menfess* di Akun @jogjamnfs



Sumber: akun @jogjamnfs

Uniknya dalam mengirimkan *menfess*, pengikut dapat menggunakan bahasa daerah yaitu Bahasa Jawa, bagi pengikut yang tidak mengerti Bahasa Jawa mungkin keterbatasan bahasa ini salah satu alasan untuk tidak mengikuti akun @jogjamnfs, namun ternyata jika ada yang meminta untuk diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia tidak jarang ada yang dengan sukarela menerjemahkan Bahasa Jawa tersebut kedalam Bahasa Indonesia sehingga dapat dipahami. Seperti yang telah disebutkan bahwa akun ini membahas seputar Jogja sehingga, kebanyakan *menfess* yang dikirim menanyakan hal yang terjadi atau yang berada di daerah Jogja walaupun kadang juga ada yang bertanya hal di luar konteks tersebut. Beberapa *menfess* yang sering muncul yaitu seputar keadaan cuaca di daerah Jogja, mengajak untuk mengikuti akun satu sama lain, saling berkirip pesan pada fitur *direct message* yang berada di Twitter, promosi jualan, mencurahkan isi hati seputar masalah pekerjaan, hubungan, ekonomi dan lain sebagainya.

Gambar 5 *Menfess* dan Balasan di Akun  
@jogjamnfs



Sumber: akun @jogjamnfs

Dari penjelasan seputar akun @jogjamnfs yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa akun tersebut sangat berguna bagi orang yang tinggal di Jogja ataupun yang ingin mengetahui informasi seputar Jogja. Jika dilihat secara sekilas maka akun *autobase* tidak berbeda jauh dengan akun gosip yang memberikan informasi secara anonim, namun jika diperhatikan secara seksama terdapat perbedaan yang menonjol antara akun @jogjamnfs dengan akun gosip yaitu pada pengirim *menfess*, dalam akun gosip biasanya yang dapat memberikan informasi hanyalah admin akun tersebut sedangkan dalam akun @jogjamnfs, pengikut akun @jogjamnfs juga dapat mengirimkan informasi tanpa perantara admin terlebih dahulu. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menetapkan akun @jogjamnfs sebagai objek yang akan diteliti. Didukung dengan banyaknya akun

yang memilih mengirim *menfess* sebagai anonim dan beberapa akun yang bersedia membalas *menfess* tersebut tanpa mengetahui identitas si pengirim.

## 1. Metode

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif dengan studi netnografi. Metode penelitian merupakan suatu cara untuk menyelidiki kebenaran dengan menggunakan teori berdasarkan hubungan yang sesuai dengan penelitian yang ingin diteliti. Dimana penelitian kualitatif digunakan untuk penelitian yang berhubungan dengan penelitian sosial yang meneliti fenomena sosial. Penelitian kualitatif merupakan pengumpulan suatu data pada latar alamiah yang dimaksudkan untuk menafsirkan suatu fenomena yang terjadi dengan peneliti sebagai instrument kunci (Setiawan, 2018).

Kozinets (Evelina, 2019) menyebutkan bahwa netnografi merupakan bentuk dari etnografi yang diadaptasi untuk dunia sosial yang menggunakan media komputer. Netnografi dikategorikan pada riset penelitian kualitatif yang mengadaptasi teknik dari penelitian etnografi untuk mempelajari suatu budaya dari komunitas tertentu yang terjadi dalam komunikasi termediasi komputer (*computer mediated communications*) CMC. Kajian mengenai CMC mulai berkembang sejak tahun 1987. Perangkat yang dimaksud dalam CMC tidak hanya perangkat *Personal Computer* (PC), namun juga semua alat yang berbasis komputer seperti PDA, *smartphone*, tablet dan sejenisnya yang disebut dengan media baru komunikasi (Arnus, 2015). Syarat melakukan penelitian netnografi yaitu familiar dengan CMC dan menjadi anggota dari komunitas media online yang menjadi objek penelitian.



Kozinets (Oktaviani, n.d.) mengatakan bahwa ciri khas netnografi yaitu mengganti pengamatan di lapangan dengan komunikasi berbasis komputer yang dikhususkan melalui internet. Data yang dikumpulkan berasal dari pengamatan partisipatif peneliti yang bergabung dalam sebuah komunitas yang berada di internet. Kozinets (Sri & Astuti, 2019) menganalisis struktur pola interaksi antar anggota komunitas dalam netnografi yang disebut actor (nodes) dan relasi antar anggota dalam komunitas (tie). Bowler Jr (dalam Priowidodo, 2019) menyebutkan tahapan metodologis dalam netnografi yaitu:

#### 1) *Entrée*

Merupakan perumusan dan identifikasi penelitian yaitu komunitas online yang sesuai untuk studi.

#### 2) Koleksi data

Data yang diambil langsung dari komunikasi yang berasal dari komunitas yang diteliti, berupa pengamatan dalam komunitas dan anggota yang berada didalamnya.

#### 3) Analisis dan interpretasi

Berisikan klasifikasi, analisisi pengkodean dan kontekstualisasi tindakan yang komunikatif.

Semua langkah yang telah dijelaskan harus sesuai dengan etika penelitian.

Koleksi data dalam netnografi merupakan pengumpulan data yang diambil dari komunitas online yang diteliti, terdapat tiga jenis data dalam netnografi yaitu:

#### 1) *Archival data*

Data arsip yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk melihat kedalaman informasi pengetahuan dalam hal budaya.

#### 2) *Elicited data*

Data elisitasi merupakan data yang diambil dari pengamatan sebuah

peristiwa dan interaksi antar anggota dari komunitas online yang diteliti.

#### 3) *Fieldnote data*

Data fieldnote yaitu sketsa peneliti yang berupa sketsa sebagai catatan lapangan.

Data yang dikumpulkan nantinya berupa salinan langsung dari komunitas online yang menjadi objek penelitian CMC, diambil dari hasil pengamatan antar anggota yang saling berinteraksi dalam komunitas tersebut (Priowidodo, 2019). Bowler (Sri & Astuti, 2019) menyebutkan bahwa Netnografi merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mempelajari *cyberspace* dari teks yang didapatkan untuk mempelajari suatu budaya masyarakat yang muncu dalam komunitas online. Maka dari itu, netnografi merupakan satu-satunya metode yang digunakan secara khusus untuk mempelajari kebudayaan dalam komunitas online. Kozinets (Samatan, 2017) berusaha untuk mengungkapkan anggota dalam sebuah kelompok membawakan dirinya yang disebut dengan “*digital-self*”. Dalam netnografi digambarkan pengalaman dan pembelajaran yang dilakukan secara virtual yang dilakukan secara berulang oleh anggota pada suatu komunitas online.

Penelitian ini akan menggunakan Twitter sebagai daerah penelitian dan akun *autobase @jogjamnfs* sebagai komunitasnya. Sumber data penelitian ini yaitu berasal dari data primer dan data sekunder. Sumber data primer yaitu *menfess* yang terkirim di akun *autobase @jogjamnfs*, sedangkan untuk data sekunder berasal dari buku, jurnal, artikel, dokumentasi dan internet yang masih terkait dengan penelitian. Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara dan observasi. Peneliti akan mewawancarai informan sebanyak 5 orang yaitu satu admin, dua pengirim *menfess*, dan dua



penerima *menfess* melalui pesan yang dikirimkan melalui fitur *direct message* yang ada didalam Twitter. Untuk kategori informan yaitu sebagai berikut:

- 1) Admin: *Username* tertulis di bio akun *@jogjamnfs*
- 2) Pengirim *menfess*: Telah mengikuti dan diikuti oleh akun *@jogjamnfs*
- 3) Penerima *menfess*: Telah mengikuti akun *@jogjamnfs*

Observasi yang akan dilakukan untuk mendukung data yang berasal dari subjek penelitian. Objek observasi yaitu akun *autobase @jogjamnfs* dan para pengikut akun tersebut. Selanjutnya, peneliti akan melakukan teknik analisis data yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan bentuk dari analisis penelitian kualitatif yang digunakan untuk memilih, menggolongkan dan menyederhanakan hasil dari data mentah yang didapatkan dari wawancara dan observasi objek penelitian yaitu akun *@jogjamnfs*. Penyajian data dilakukan dalam bentuk naratif yang bersal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Hal terakhir yang dilakukan yaitu penarikan kesimpulan untuk mengetahui hasil akhir dari penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

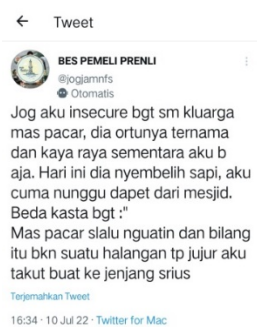
Media sosial, salah satunya Twitter memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk saling berinteraksi dan berkumpul tanpa harus saling bertatap muka. Hal ini berkaitan dengan fenomena deindividuasi dan anonimitas yang telah dijelaskan sebelumnya, dengan munculnya akun *autobase* pada media Twitter yang mengumpulkan orang-orang dengan minat yang sama untuk saling berkumpul dan membentuk suatu komunitas untuk saling berdiskusi dan bertukar informasi. Selama melakukan penelitian, peneliti memperoleh data yang berasal dari

observasi yang dilakukan dalam akun *@jogjamnfs*, dalam hal ini peneliti juga tergabung menjadi salah satu anggota dalam akun tersebut dan wawancara kepada informan yang telah ditentukan sebanyak 5 informan yaitu admin, pengirim pesan 1, pengirim pesan 2, penerima pesan 1 dan penerima pesan 2 pada akun *@jogjamnfs*. Cara kerja akun *autobase* ini yaitu dengan mengirimkan pesan secara anonim dan pengikut akun *autobase* dapat membalas pesan yang muncul dalam *timeline autobase* tersebut. Akun *autobase* yang diteliti yaitu akun *@jogjamnfs*. Untuk meneliti akun tersebut, peneliti telah menjadi pengikut dan telah diikuti balik oleh akun tersebut karenanya peneliti akan meneliti akun *@jogjamnfs* dengan studi netnografi. Syarat melakukan penelitian netnografi yaitu familiar dengan CMC dan menjadi member dari komunitas media online yang menjadi objek penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis komunikasi yang terjadi secara anonim dalam memanfaatkan akun *@jogjamnfs* sebagai media informasi dengan melibatkan tiga persepsi, yaitu: admin, pengirim pesan, dan penerima pesan. Hasil dari pengamatan yang telah dilakukan peneliti selama menjadi pengikut akun *@jogjamnfs* ditemukan bahwa terdapat beberapa jenis *menfess* yang paling sering dikirim dalam akun tersebut, yaitu *menfess* yang berisikan curahan hati, *menfess* yang berisikan ajakan untuk saling mengikuti akun satu sama lain/ saling berkirim pesan melalui fitur *direct message*/ pergi ke suatu tempat di daerah Jogja, dan *menfess* yang berisikan pertanyaan /informasi seputar tempat di daerah Jogja. Seperti yang telah dikatakan oleh Costolo (Juditha, 2018) bahwa menurutnya pengguna media sosial di Indonesia khususnya Twitter sangat

atraktif dan bersemangat dalam menuliskan sebuah postingan di media sosial Twitter sehingga banyak orang yang mengirimkan sebuah *menfess* di akun *@jogjamnfs*. Hal ini juga berlaku untuk jawaban yang diterima oleh pengirim *menfess* yang beragam, yaitu dapat sesuai dengan topik yang ditanyakan ataupun keluar dari topik tersebut.

Gambar 6 *Menfess* curahan hati kiriman dari salah satu pengikut diakun *@jogjamnfs*



Sumber: akun *@jogjamnfs*

Berdasarkan gambar diatas, salah satu pengikut akun *@jogjamnfs* menceritakan mengenai rasa tidak percaya dirinya dikarenakan perbedaan ekonomi antara pengirim dengan pasangannya. Dalam hal ini, pengirim *menfess* tidak meminta saran ataupun balasan dari pengikut akun *@jogjamnfs* yang lain, namun hanya ingin berkeluh kesah saja tanpa diketahui identitasnya oleh orang lain.

Dengan identitas pengirim *menfess* yang bersifat anonim, pengikut akun *@jogjamnfs* bebas mengirimkan *menfess* apapun tanpa merasa takut karena identitasnya tidak akan diketahui oleh pengikut akun *@jogjamnfs* yang lain, sehingga terkadang terdapat *menfess* yang melanggar peraturan yang telah dibuat oleh admin, namun biasanya *menfess* yang melanggar aturan ini akan lebih banyak mendapat respon dari pengikut akun

*@jogjamnfs*. Anonimitas di media sosial menyebabkan seseorang membentuk sebuah identitas baru dalam dunia virtual yang selama ini dipendam dalam dunia nyata. Dengan menggunakan identitas yang bersifat anonim, seseorang dapat dengan bebas bertukar opini ataupun informasi dengan orang lain dan menghilangkan topeng dunia nyata mereka (Ayundari & Perbawani, 2021).

Gambar 7 *Menfess* curahan hati kiriman dari salah satu pengikut dan jawaban yang diperoleh oleh pengirim diakun *@jogjamnfs*



Sumber: akun *@jogjamnfs*

Salah satu kiriman *menfess* yang dikirim oleh seorang pengikut akun *@jogjamnfs* menunjukkan bahwa pengirim tersebut tidak takut menceritakan masalah keluarganya kepada khalayak, padahal permasalahan keluarga merupakan sesuatu yang bersifat pribadi dan kurang layak untuk menjadi konsumsi publik. Setelah mengirimkan *menfess* dan bertanya kepada pengikut akun *@jogjamnfs*, pengirim mendapatkan respon yang diinginkan ataupun tidak diinginkan. Contoh *menfess* tersebut yang biasanya akan ramai mendapat tanggapan dari pengikut akun *@jogjamnfs*.

Akun *@jogjamnfs* adalah sebuah akun *autobase* yang jarang sepi oleh pengirim *menfess* ataupun seseorang yang

membalas *menfess* tersebut. Komunikasi dilakukan setiap hari, bahkan hingga dini hari tetap ada yang mengirim *menfess* di akun @jogjamnfs. Hal ini menunjukkan bahwa Twitter menjadi sebuah tempat untuk menghabiskan waktu guna memenuhi kebutuhannya akan informasi ataupun tweet lain dalam dunia virtual dengan identitas yang tersembunyi (Panjaitan et al., 2020).

Gambar 8 *Menfess* yang dikirim pada dini hari



Sumber: akun @jogjamnfs

Kedua *menfess* yang dikirim pada dini hari membuktikan bahwa akun @jogjamnfs tetap aktif sebagai media untuk saling berkomunikasi antar pengikut meskipun intensitasnya tidak sebanyak seperti saat siang ataupun sore hari.

Meskipun *menfess* bersifat anonim, namun banyak pengikut akun @jogjamnfs yang tetap mengirim dan membalas *menfess* tersebut, menunjukkan bahwa minat terhadap anonimitas pada akun

@jogjamnfs cukup banyak. Sebenarnya menjadi anonim dalam dunia virtual melindungi privasi seseorang atas penyalahgunaan identitas yang dapat terjadi pada media sosial, selain itu juga ancaman terhadap *cybercrime* yang marak terjadi dan menjadi anonim juga sebagai sarana bagi seseorang untuk bebas berekspresi (Rini, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan ditemukan bahwa pengikut akun @jogjamnfs mengirimkan beragam jenis *menfess* pada *autobase* tersebut. Para informan banyak memanfaatkan akun @jogjamnfs untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan, beberapa diantaranya juga memanfaatkan akun tersebut untuk mencari teman, bahkan ada juga yang memilih untuk menceritakan kisahnya di akun @jogjamnfs. Salah satu informan mengatakan bahwa jangkauan akun @jogjamnfs lebih luas sehingga bisa diperoleh jawaban yang lebih variatif.

*“Macem-macam kak, bisa minta info, bisa sekedar minta pendapat/curhat aja. Alasannya karena audiensnya banyak dan bervariasi jadi berharap bisa nemuin alternatif jawaban yang beragam/masukan yang variatif juga” (Wawancara via direct message, informan pengirim menfess 2).*

Selain untuk mencari informasi, salah satu informan juga memanfaatkan akun @jogjamnfs sebagai ajang mendapatkan teman baru sehingga diharapkan bisa dan mau untuk diajak pergi kesuatu tempat dan makan bersama.

*“Saya tipe orang yang nggak suka sendiri kemana pun. Terkadang kalau saya pengen makan atau nongkrong pas kebetulan teman saya pada nggak bisa, saya*

*mengirimkan menfess untuk ajakan makan atau nongkrong. Saya tipe yang suka ngobrol jadi asyik aja kalau ada orang baru bisa tukar cerita” (Wawancara via direct message,informan pengirim menfess 1).*

Beragam hal yang dapat dilakukan di akun @jogjamnfs dimanfaatkan oleh para pengikut akun tersebut sesuai dengan kebutuhannya, dengan adanya akun @jogjamnfs diharapkan dapat membantu memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi oleh pengirim *menfess*. Oktavianti (Fauzia et al., 2019) mengatakan bahwa media sosial dimanfaatkan sebagai sarana berkeluh kesah dan ekspresi diri selain untuk saling berbagi informasi.

Selanjutnya setelah mengirim sebuah *menfess*, pengirim akan mendapatkan jawaban dari para pengikut akun @jogjamnfs. Berdasarkan pernyataan para informan, ada dua jawaban yang akan didapatkan dalam sebuah *menfess* yang muncul di akun @jogjamnfs yaitu jawaban yang sesuai *menfess* dan jawaban yang tidak sesuai dengan topik yang ditanyakan atau yang sedang dibahas.

*“50:50 sih, kadang sesuai kadang out of the topic alasannya yaa bisa jadi pertanyaanku kurang jelas jadi dimaknain ganda sama yang baca” (Wawancara via direct message,informan pengirim menfess 2).*

Salah satu alasan sesuai atau tidaknya jawaban yang diterima bergantung kepada kejelasan pertanyaan yang dilontarkan oleh seorang pengirim *menfess*. Namun juga perlu diingat bahwa di dunia virtual, terlebih lagi dengan identitas anonim, seseorang dapat lebih bebas mengatakan apapun tanpa khawatir akan identitas yang sebenarnya. Seperti yang telah dikatakan oleh Bishop (dalam

Maulana, 2018) bahwa deindividuasi dapat berpengaruh terhadap lemahnya seseorang dalam berperilaku sehingga cenderung melakukan perencanaan jangka panjang yang tidak rasional dengan menargetkan orang lain dan tidak peduli dengan pemikiran orang lain terhadap perilaku yang telah diperbuat sehingga pengikut akun @jogjamnfs merasa bebas membalas *menfess* yang ada sesuai dengan keinginan mereka.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, menemukan bahwa beberapa kali terlihat *menfess* yang melanggar aturan yang telah dibuat oleh admin sehingga *menfess* tersebut akan lebih ramai mendapatkan tanggapan dari *followers* akun @jogjamnfs dibandingkan dengan *menfess* yang lain.

*“betul sekali, tidak hanya kebencian tapi juga dunia konflik pribadi yang dibawa ke menfess / perspill spillan, selain ramai juga bisa berdampak bagi akun menfes tersebut dan bisa terkena suspend, untuk itulah sudah ada rules rules yg harus dipahami. Cukup lapor admin untuk segera menghapusnya, atau reply dengan bijak untuk agar pengirim sadar menghapus menfesnya kembali dan mengganti dengan yg lebih layak.” (Wawancara via direct message,informan penerima menfess 1).*

Meskipun telah ditulis dengan jelas peraturan yang ada di dalam *base*, nyatanya masih saja ada yang melanggar aturan tersebut. Hal tersebut dipastikan dapat berdampak buruk bagi akun *autobase* yaitu dengan peringatan dari pihak Twitter yang didapat oleh *base* dan jika pelanggaran terus dilakukan akan menyebabkan akun *autobase* tersebut tidak dapat beroperasi kembali.

*“Tentu saja wkwkw kan orang tuh pasti bakal berpendapat yaa dan ada pro kontra gitu deh. Take down & block sendernya.”(Wawancara via direct message,informan admin).*

Menanggapi hal tersebut, admin secara tegas akan menghapus suatu *menfess* yang melanggar peraturan dan memblokir pengikut akun *@jogjamnfs* yang telah melanggar peraturan. Dalam fenomena dunia maya dimana seseorang yang biasanya tidak berani berpendapat akan lebih berani berkomentar menyampaikan pendapatnya karena merasa mendapat saluran tanpa peduli apakah pendapatnya merupakan suatu hal yang positif dan bermanfaat atau hanya luapan dari kekesalan, ketidakpuasan akan suatu hal dengan menggunakan cara yang kurang sopan, kata-kata kasar yang menyinggung dan cenderung bertindak negatif (Harmaningsih et al., 2021).

Selama mengamati akun *@jogjamnfs*, peneliti sering melihat bahwa hingga dini hari *menfess* masih terus bermunculan walaupun tidak sebanyak seperti biasanya.

*“Biasanya jumlah menfess terkirim ada 600-800 menfess perharinya” (Wawancara via direct message,informan admin).*

Pengamatan peneliti telah diperkuat dengan hasil wawancara dengan admin yang mengatakan bahwa terdapat 600 hingga 800 *menfess* setiap harinya, ini membuktikan bahwa minat serta perhatian pengikut akun *@jogjamnfs* terhadap *base* cukup tinggi meskipun *menfess* yang terkirim bersifat anonim.

*“Sangat sering, karena terkadang saya ada waktu senggang dan iseng” (Wawancara via direct message, informan penerima menfes 2).*

Pernyataan yang berasal dari informan penerima 2 juga menegaskan bahwa waktu yang ia gunakan untuk berkomunikasi pada akun *@jogjafmns* cukup sering. Li (Wicaksono & Irwansyah, 2017) mengatakan bahwa anonim merupakan suatu hal yang dengan sengaja dibentuk untuk memperkuat identitas dan pengaruh suatu kelompok terhadap kelompok lainnya. Bahkan peneliti juga menemukan bahwa *menfess* yang terkirim saat dini hari tersebut masih mendapatkan balasan dari pengikut akun *@jogjamnfs*. Beberapa informan diantaranya juga mengatakan bahwa intensitas mereka di akun *@jogjamnfs* cukup sering sedangkan ada juga yang hanya seperlunya saja.

Meskipun bersifat anonim, akun *@jogjamnfs* memiliki banyak peminat, para informan sepakat bahwa mereka lebih nyaman saat identitasnya tidak diketahui saat mengirimkan *menfess* sehingga lebih bebas, bahkan seorang informan juga mengatakan bahwa alasan bersifat anonim karena malu terhadap pertanyaan tertentu yang ingin dikirimkan dan agar orang yang membalas *menfess* tersebut lebih antusias.

*“Karena menfes dibuat agar tidak diketahui siapa pengirimannya, yang pertama karena pengirim malu atau tidak mau diketahui kalau sudah membuat pertanyaan jadi lebih privasi dan orang lebih antusias.”(Wawancara via direct message,informan penerima menfess 1).*

Hasil penelitan Zhang dan Kizilcec (Harmaningsih et al., 2021) menunjukkan bahwa orang-orang lebih memilih anonim untuk merespon sebuah konten di media sosial. Jangkauan yang didapat juga lebih luas saat mengirimkan *menfess* di akun *@jogjamnfs*.

*“Sepertinya warga Twitter bosan yah.” (Wawancara via direct message, informan admin).*

Hal lain yang menjadi alasan mengapa mereka mau mengirim atau menjawab *menfess* tanpa diketahui pengirimnya yaitu karena mereka bosan seperti yang dikatakan oleh admin @jogjamnfs

*“Prinsip saya sekecil apapun saya membantu orang dan sebisa saya membantu pasti saya akan bantu. Saya lebih menjawab menfess yg perlu bantuan seperti itu dari saya” (Wawancara via direct message, informan pengirim menfess 1).*

Meskipun bersifat anonim, *menfess* akan tetap mendapatkan jawaban seperti pernyataan salah satu informan yang mengatakan bahwa ia akan menjawab *menfess* yang membutuhkan bantuan.

Berdasarkan pengamatan peneliti dan hasil wawancara dengan para informan, dapat disimpulkan bahwa beragam *menfess* yang terkirim dalam akun @jogjamnfs bermanfaat bagi para pengikut akun tersebut untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan, walaupun dalam mengirim *menfess*, terdapat dua jawaban yang akan didapatkan yaitu sesuai dengan topik dan tidak sesuai dengan topik yang sedang dibahas. Dengan adanya akun @jogjamnfs, informasi seputar jogja dapat mereka dapatkan dengan mudah, selain untuk mendapatkan informasi yang diinginkan, autobase tersebut juga menjadi ajang untuk mencari teman di dunia maya maupun yang berlanjut hingga dunia nyata. Akun @jogjamnfs menjadi salah satu solusi pemecahan masalah bagi para pengikut akun tersebut.

Dengan beragam *menfess* yang telah terkirim dalam akun @jogjamnfs,

kadang terdapat *menfess* yang melanggar peraturan yang telah dibuat oleh admin. *Menfess* tersebut akan ramai mendapat respon dari pengikut akun @jogjamnfs dengan respon yang beragam. Berdasarkan teori deindividuasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, terdapat pengikut akun @jogjamnfs yang berperilaku tidak wajar atau melanggar aturan yang telah dibuat karena rendahnya kesadaran terhadap identitas diri yang sesuai dengan prinsip deindividuasi. Dalam prosesnya deindividuasi merupakan proses kontrol internal suatu individu yang dalam hal ini merupakan pengikut akun @jogjamnfs yang berpengaruh untuk membentuk perilaku yang positif dengan mengirim *menfess* sesuai aturan yang telah ada maupun bersifat negatif dengan melanggar aturan yang telah ditetapkan dalam akun autobase tersebut. Menanggapi hal tersebut, admin akun @jogjamnfs bersifat tegas dengan memblokir akun pengirim *menfess* yang melanggar peraturan yang terdapat pada akun autobase.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, terdapat banyak *menfess* yang terkirim pada akun @jogjamnfs, bahkan hingga dini hari *menfess* akan terus muncul pada akun tersebut. Berdasarkan penuturan admin, terdapat 600 hingga 800 *menfess* yang terkirim setiap harinya. Hubungan antara penelitian ini dengan teori deindividuasi yaitu tingginya minat pengikut akun @jogjamnfs yang cenderung memberikan perhatian lebih terhadap akun autobase tersebut hingga merelakan waktu untuk berlama-lama saling berinteraksi dalam akun tersebut.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, dapat disimpulkan bahwa mereka lebih nyaman ketika berkirim pesan saat identitasnya tidak diketahui oleh orang lain. Hal tersebut berkaitan dengan anonimitas

dalam suatu kelompok yang akan sulit teridentifikasi sehingga lebih memberikan kebebasan bagi para pengikut akun *@jogjamnfs* untuk mengirimkan *menfess* tanpa takut identitasnya akan diketahui oleh pengikut yang lain. Selain itu perilaku anonim dalam akun *@jogjamnfs* sengaja dibentuk untuk memperkuat identitas *base* tersebut terhadap *base* lain.

Garis besar dari hasil pembahasan pada penelitian komunikasi anonim dalam pemanfaatan *autobase* sebagai media informasi bermanfaat bagi para pengikut akun *@jogjamnfs*. Dengan adanya akun *autobase* tersebut, para pengikut dapat saling bertukar pesan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan tidak hanya seputar Jogja namun juga yang lain, didukung dengan pesan yang terkirim secara anonim memberikan kebebasan para pengikut akun *@jogjamnfs* untuk mengirimkan *menfess* secara lebih nyaman.

## Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun *@jogjamnfs* bermanfaat sebagai sarana media informasi dan hal lain dalam lingkup Yogyakarta bagi pengikut akun tersebut. Akun *autobase* tersebut menjadi salah satu pemecah masalah yang sedang dihadapi oleh pengikut akun *@jogjamnfs* yang mengirim *menfess*. Meskipun beberapa jawaban yang diterima tidak selalu sesuai dengan topik yang dibahas, tidak membuat akun *@jogjamnfs* sepi pengirim *menfess*. Banyaknya *menfess* yang terkirim dalam sehari juga membuktikan bahwa akun *@jogjamnfs* menarik dan dibutuhkan oleh pengikut akun tersebut.

Dengan menggunakan sistem yang anonim memberikan kenyamanan bagi para pengikut akun *@jogjamnfs* untuk saling berkirim dan menjawab *menfess* di akun

*@jogjamnfs*, selain itu para informan juga merasa bahwa jangkauan akun *@jogjamnfs* luas sehingga jawaban yang diterima akan bervariasi. Namun sayangnya masih terdapat oknum yang memanfaatkan kesempatan anonim dengan negatif yaitu dengan melanggar peraturan, salah satunya yaitu dilarang untuk mengirim *menfess* yang menimbulkan keributan namun sayangnya masih ada yang melanggar peraturan tersebut. Tindakan yang dilakukan *admin* cukup baik untuk menanggapi *menfess* negatif tersebut yaitu dengan *mem-block* atau *take down menfess* agar pengirim tidak dapat mengirim *menfess* lagi di akun *@jogjamnfs*.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu hanya menggunakan narasumber pengikut akun *@jogjamnfs* sehingga belum mendapatkan perbandingan dengan akun *autobase* yang lain dan wawancara yang dilakukan secara online dikarenakan keterbatasan waktu, tempat dan kondisi saat ini mengingat adanya virus *Covid-19* dan pembatasan untuk saling bertemu sehingga analisa yang dilakukan kurang mendalam.

## Daftar Pustaka

- Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2).
- Ayundari, K. W. & Perbawani, P. S. (2021). Dinamika Online Persona Akun Anonim Twitter Penggemar KPop. *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia*, 2(1). <https://doi.org/10.22146/jmki.63068>
- Evelina, L. W. (2019). Komunitas adalah Pesan: Studi Netnografi Virtual di Situs Wisata TripAdvisor. *Warta ISKI*, 1(02). <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i02.19>
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S. & Ihsan, H. (2019). PENGARUH TIPE KEPRIBADIAN TERHADAP



- SELF-DISCLOSURE PADA DEWASA AWAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KOTA BANDUNG. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3).  
<https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>
- Harmaningsih, D., Yunarti, S. & Wijayanti. (2021). Anonimitas Netizen di Media Sosial : Abstract : *KRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3).
- Juditha, C. (2018). FENOMENA TRENDING TOPIC DI TWITTER: ANALISIS WACANA TWIT #SAVEHAJILULUNG. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 16(2).  
<https://doi.org/10.31346/jpkp.v16i2.1353>
- Mardiana, L. & Zi'ni, A. F. (2020). PENGUNGKAPAN DIRI PENGGUNA AKUN AUTOBASE TWITTER @SUBTANYARL. *Jurnal Audience*, 3(1).  
<https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.4134>
- Noza, C. & Primayanti, A. (2019). Pemanfaatan Akun Twitter @Womanfeeds sebagai Media Informasi di Kalangan Followersnya. *EProceedings of Management*, 6(3).  
 Oktaviani. (n.d.).
- Panjaitan, T. K. S., Tayo, Y. & Lubis, F. M. (2020). Fenomena Penggunaan Akun Pseudonym dalam Memenuhi Motif Identitas Pribadi pada Pengikut Autobase @karawangfess di Twitter. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 8(2).  
<https://doi.org/10.12928/channel.v8i2.17433>
- PERAN ANONIMITAS DALAM PERILAKU DEINDIVIDUASI. (n.d.).
- Rini, L. N. M. R. (2020). Understanding the Use and Motivation of Anonymous Instagram Accounts Among Teenagers. *Interaksi Online*, 9(1).
- Ruliana & Dkk . (2018). *Pendahuluan Tinjauan Literatur Komunikasi Bisnis Tujuan*. 3, 100–111.
- Samatan, N. et. a. (2017). Konstruksi Pendidikan Virtual: Studi Netnografi pembelajaran pada Facebook. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 01(01).
- Setiawan, A. A. dan J. (2018). METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF. In *Jejak*.
- Sri, Y. & Astuti, W. (2019). Body shaming di dunia maya: studi netnografi pada akun youtube rahmawati kekeyi putri cantika (Body shaming in the virtual: netnographic study on youtube accounts Rahmawati Kekeyi Putri Cantika). *Universitas*, 1.
- TINDAK TUTUR ILOKUSI PADA MENTION CONFESS. (n.d.).
- Wicaksono, A. & Irwansyah, I. (2017). FENOMENA DEINDIVIDUASI DALAM AKUN ANONIM BERITA GOSIP SELEBRITI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 10(2).  
<https://doi.org/10.14421/pjk.v10i2.1335>