

BAB I

PENDAHULUAN

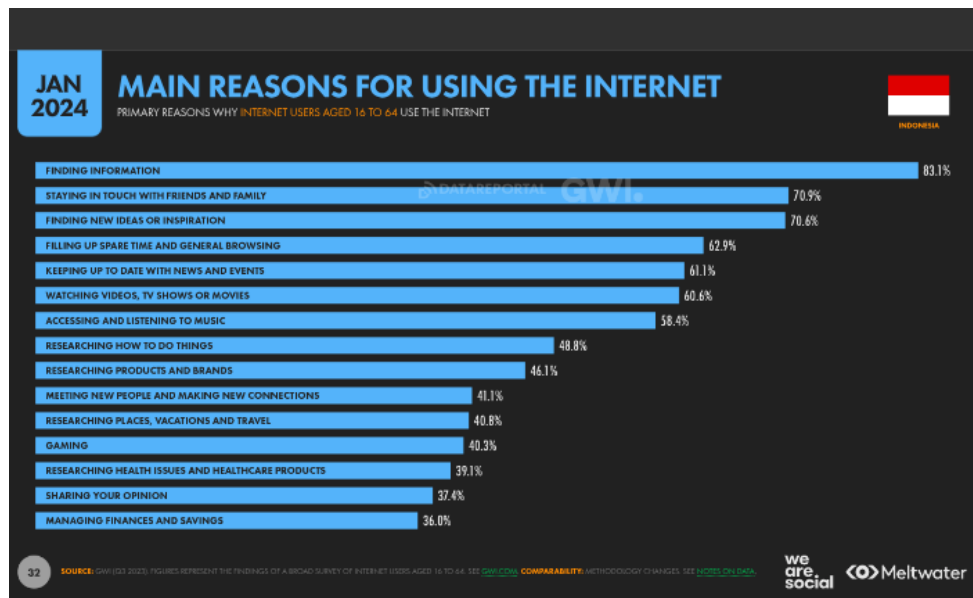
1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia sebagai entitas yang memiliki kecerdasan selalu ingin meningkatkan kemampuannya dalam mempermudah setiap aktivitasnya. Perkembangan teknologi informasi yang berkembang dengan pesat serta melibatkan pemanfaatan berbagai perangkat dan inovasi teknologi baru merupakan salah satu sarana untuk mencapai kemudahan tersebut. Dikenal dengan sebutan era digital, kini seluruh elemen kehidupan manusia telah teradaptasi dengan penggunaan teknologi dan menggantikan sebagian campur tangan manusia dalam pelaksanaannya (Danuri, 2019). Beberapa jenis kategori teknologi yang kian berkembang antara lain teknologi medis, teknologi transportasi, teknologi pendidikan, teknologi konstruksi, serta teknologi informasi dan komunikasi yang turut melibatkan komputasi, manajemen data, telekomunikasi dan juga internet yang dewasa ini telah hidup berdampingan dengan manusia.

Internet telah menjadi bagian integral dalam kehidupan modern pada era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi saat ini. Penggunaan internet yang semakin meluas juga memberikan dampak signifikan pada berbagai bidang kehidupan masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir internet telah menjadi alat yang memfasilitasi transformasi dan kemajuan yang pesat (Gani, 2018). Sebagai hasil dari kemajuan teknologi, internet mampu mengeksplorasi dimensi interaksi sosial yang baru dan berbeda dibandingkan dengan bentuk interaksi sosial yang telah ada sebelumnya. Jika pada masa lalu masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dunia maya atau melalui sosial *online* (Alyusi, 2016).

Angka penetrasi internet di Indonesia sendiri menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2022-2024 telah mencapai 79,5 persen dari total populasi yakni menembus angka sekitar 221 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya yakni tahun 2023 yang berjumlah 215 juta, lalu tahun 2021-2022 sebanyak 210 juta jiwa dan tahun 2019-2020 yang berjumlah 196,71 juta jiwa penduduk Indonesia yang terkoneksi dengan internet. Angka pengguna internet yang tinggi dan terus menunjukkan

pertumbuhan tiap tahunnya menandakan bahwa internet sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat yang harus dipenuhi untuk memudahkan kehidupan dalam segala bidang.



Gambar 1. 1 Persentase Alasan Utama Penggunaan Internet di Indonesia 2024

Sumber: <https://wearesocial.com/id/>

Berdasarkan data hasil penelitian We Are Social dan Hootsuite, peringkat pertama yang menjadi alasan utama bagi masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet adalah mencari informasi. Mahasiswa termasuk dalam kelompok yang secara aktif melakukan pencarian informasi yang didorong oleh kebutuhan akademis dengan mempertimbangkan sumber informasi yang relevan, *up to date*, dan kredibel (Novianto, 2011). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meilinda (2018) mengenai peran media sosial sebagai media penyebaran informasi pada mahasiswa yang menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan karena kemudahan akses informasi, serta fleksibilitasnya sebagai media penyebar informasi yang memungkinkan mahasiswa terlibat dalam penyampaian informasi, baik sebagai sumber pesan, penerima pesan, maupun sebagai komentator yang menjadikannya lebih menarik untuk diakses oleh kalangan mahasiswa (Meilinda, 2018).

Media baru atau yang sering disebut sebagai *new media* merupakan transformasi media yang cenderung dihubungkan dengan internet yang

memungkinkan cakupan khalayak sasaran yang lebih luas serta meliputi banyak hal lainnya yang tidak dapat dilakukan oleh media cetak dan elektronik (Mahendra, 2017). Perkembangan teknologi yang pesat tentunya berdampak pada situs-situs komunikasi yang menjadikan *new media* kini dapat ditemui pada jejaring sosial atau media sosial. Di antara berbagai macam platform, Twitter menjadi salah satu media sosial yang populer untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi.

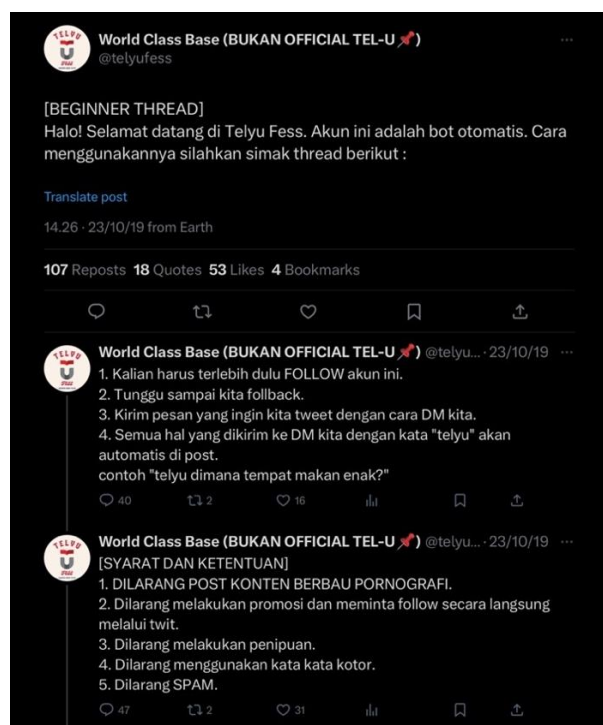
Merujuk pada <https://databoks.katadata.co.id/>, Indonesia menempati peringkat empat sebagai negara dengan jumlah pengguna Twitter terbanyak di dunia pada Juli 2023 yakni mencapai hingga 25,25 juta pengguna. Twitter yang diperkenalkan ke publik pada Juli 2006 ini merupakan media sosial dengan jenis *microblogging* yang saat ini memberikan fasilitas bagi penggunanya untuk menulis pesan dengan batasan 280 karakter untuk setiap unggahannya. Namun, sejak akuisisi oleh afiliasi Elon Musk pada Oktober 2022 silam, Twitter sendiri telah mengalami beberapa perubahan, hingga tepatnya tanggal 24 Juli 2023 dilansir pada <https://www.cnnindonesia.com/>, Twitter resmi melakukan *rebranding* berupa pergantian nama menjadi X serta logo yang semula burung biru juga berganti menjadi X.

Masih sama layaknya sebelum pergantian nama, akun-akun pada platform X terbagi menjadi beberapa bentuk akun diantaranya yaitu *personal account*, *fan account*, *roleplay account*, *cyber account*, dan akun berbentuk *base* atau sering disebut *autobase account* yang merupakan salah satu fenomena yang marak terjadi (Mardiana & Fa'zia Zi'ni, 2020). *Autobase* berasal dari kata “Automatic” dan “Fanbase” yang merupakan wadah atau tempat berkumpulnya orang-orang yang memiliki minat atau ketertarikan yang sama untuk saling memberikan informasi atau mengirim pesan. Alur proses dari *autobase* ini sendiri dimulai ketika seorang *followers* mengirimkan pesan atau sering dikenal dengan istilah *menfess* (*mention confess*) yang biasanya berupa pertanyaan atau sekedar informasi ke akun *base* sehingga *menfess* tersebut akan terunggah secara otomatis menjadi unggahan akun *base* yang bersifat anonim, dan selanjutnya *menfess* tersebut akan mendapatkan tanggapan dari *followers base* lainnya.

Akun *autobase* ini sangat berguna bagi para pengguna platform X baik dalam menyebarkan maupun mencari informasi, karena tidak semua orang memiliki *followers* atau pengikut yang banyak untuk dapat menyuarakan apa yang ingin disampaikan dan membutuhkan bantuan orang banyak untuk mendapatkan saran,

jawaban, atau hal lainnya terhadap apa yang ingin disampaikan (Riau & Salsabila, 2022). Terdapat banyak pula jenis *autobase* yang tersedia pada platform X yang dapat menjadi pilihan bagi pengguna untuk memilih sesuai dengan minat dan ketertarikan masing-masing karena setiap akun *autobase* memiliki fokus atau tema dengan kegunaan yang berbeda-beda pula, di antaranya adalah akun @womanfeeds_id dan @ohmy_beautybank yang membahas seputar wanita dan kecantikan seperti tata rias dan perawatan diri. Selain itu, terdapat akun @FOODFESS2 yang membahas tentang makanan, juga terdapat akun @starfess sebagai akun komunitas penggemar *public figure* seperti artis K-Pop dan @kdrama_menfess yang diperuntukkan bagi penggemar K-Drama. Kemudian, terdapat akun *autobase* yang didedikasikan bagi para mahasiswa membahas isu seputar universitas atau perguruan tinggi mereka.

Salah satu akun X yang menjadi pusat perhatian mahasiswa Telkom University dan juga merupakan bagian dari akun berbentuk *autobase* adalah @telyufess. Akun @telyufess ini merupakan wadah yang diperuntukkan bagi mahasiswa Telkom University untuk berbagi informasi terkini seputar kegiatan kampus hingga semua informasi yang berkaitan dengan kehidupan di lingkungan kampus Telkom University.



Gambar 1. 2 Beginner Thread oleh @telyufess sebagai Autobase 2019

Sumber: <https://twitter.com/telyufess/>

Meski sudah tercatat sebagai akun yang bergabung pada media sosial X sejak November 2009, akun @telyufess sendiri baru aktif digunakan sebagai akun *autobase* pada tahun 2019. Per Juli 2024, akun @telyufess sudah memiliki 27K *followers* dengan 452 *following*. Seperti *autobase* lainnya, akun @telyufess tentunya juga menyediakan fitur kirim *menfess* pada awal mulanya dengan bantuan bot Telegram disertai dengan tutorial agar para *followers* dapat dengan mudah mengirimkan *menfess* (*mention confess*) terkait informasi atau pertanyaan seputar kehidupan kampus Telkom University yang bersifat anonim lalu disiarkan atau ditampilkan pada *timeline* @telyufess.

Tutorial Menggunakan Bot

Klik link yang tersedia, Telyu! akan di arahkan untuk mengintegrasikan akun dengan bot pengirim menfess. Sehingga akan tampak seperti gambar di samping. Silakan klik @telyufess pada Visited Base

Telyu! akan di arahkan pada menfess page @Telyufess dan silakan pilih gateway yang ada. Kalau gateway default sedang tidak muncul di daftar pilihan, berarti gateway tersebut sudah limit. Bisa dipilih menggunakan gateway pakai 5 point. Silakan tulis menfess dengan kata trigger "Telyu!"

Pastikan point kamu mencukupi jika tidak menggunakan gateway default. Cara topup adalah dengan kembali pada Page Sender dan pilih menu Topup Point

Telyu!
Kesempatan bagi kamu untuk mengirim menfess dengan jumlah tidak terbatas tanpa harus di followback 😊👉

Gambar 1. 3 Tutorial Penggunaan Bot oleh @telyufess 2024

Sumber: <https://twitter.com/telyufess/>

Sedikit mengalami pembaruan, per Juni 2024 @telyufess tidak lagi beroperasi menggunakan DM ataupun bot Telegram melainkan melalui bot khusus *autobase* terbaru dengan link shorturl.at/SRdfy. Dalam mengirim *menfess*, bot ini menyediakan

dua *gateway*, yaitu *gateway default* dan *gateway 5 point*. *Gateway default* memberikan kebebasan pengguna untuk mengirim *menfess* secara gratis namun memiliki batasan penggunaan, sehingga opsi lain yang ditawarkan adalah *gateway 5 point*, di mana *gateway* ini mengharuskan pengguna untuk memiliki jumlah *point* yang cukup yaitu 5 *point* untuk setiap *menfess* yang dikirim. Pengguna dapat melakukan isi ulang *point* dengan minimal pembelian 150 *point* seharga Rp16.500 menggunakan metode pembayaran QRIS, DANA, Gopay, atau BTPN/Jenius.

Akun @telyufess, sebagaimana kebanyakan *autobase* lainnya, menerapkan beberapa peraturan yang harus dipatuhi oleh *followers* khususnya bagi si pengirim *menfess*. Peraturan yang dibuat oleh pihak admin dan pengelola akun @telyufess bertujuan untuk memudahkan *followers* dalam pertukaran informasi serta dapat berfokus pada tujuan dari *autobase* itu sendiri. Format yang harus disertakan oleh pengirim *menfess* dalam pesan yang ditulis adalah “telyu!”, sehingga dengan begitu pesan akan secara otomatis muncul di *timeline* @telyufess dan dapat ditanggapi oleh *followers* lainnya.

Penelitian mengenai akun *autobase* saat ini banyak dilakukan, mulai dari motif penggunaan, efektivitas akun *autobase* terhadap pemenuhan informasi, hingga pola komunikasi dari *autobase* itu sendiri. Namun, perlu diketahui karena beragamnya jenis akun *autobase* yang ada pada platform X, penelitian atau literatur yang fokus membahas pemanfaatan akun *autobase* dalam konteks universitas masih terbatas. Adapun penelitian terdahulu yang sudah membahas mengenai akun *autobase* universitas menjadi acuan peneliti untuk melakukan dan mengembangkan dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwiwina & Putri (2021) dengan pendekatan analisis isi mengenai akun *autobase* @collegemenfess menunjukkan hasil bahwa penggunaan akun *autobase* menjadi sarana untuk menanyakan dan memberikan pendapat dan opini serta mengajak berdiskusi mengenai terkait isu hangat yang sedang diperbincangkan melalui *menfess* dan kolom komentar. Selain itu, pada penelitian ini juga disebutkan bahwa penggunaan *autobase* saat itu bekerja dengan cara *followers* mengirimkan DM ke akun tersebut dan akan terunggah secara otomatis menjadi postingan akun tersebut. (Dwiwina & Putri, 2021). Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah objek akun yang diteliti, penelitian yang akan dilakukan lebih

spesifik meneliti pandangan mahasiswa Telkom University sebagai pengguna @telyufess, sedangkan penelitian sebelumnya meneliti akun @collegemenfess dengan sasaran mahasiswa secara umum.

Peneliti juga menggunakan referensi dari berbagai penelitian lain dengan objek berbeda seperti penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa & Pithaloka (2023) dengan judul Pemanfaatan Twitter Akun Autobase @JPFBASE sebagai Media Komunikasi bagi Kalangan Penikmat *Pop-Culture* Jepang di Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan terhadap *autobase @jpfbase* dengan melihat faktor pendukung dan penghambat yang berdampak bagi penggunaan dan interaksi antar pengikutnya (Khairunnisa & Pithaloka, 2023). Perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada objek serta latar belakang akun yang diteliti.

Sesuai dengan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori *new media* milik Pierre Levy, peneliti berusaha mengembangkan penelitian terdahulu dengan perspektif yang berbeda yaitu dengan membahas fenomena pemanfaatan akun *autobase* bagi penggunaannya berdasarkan interaksi dan integrasi sosial. Pierre Levy menjelaskan terdapat dua pandangan dalam teori *new media*, yaitu interaksi sosial dan integrasi sosial. Interaksi sosial merupakan pandangan di mana World Wide Web (WWW) merupakan lingkungan informasi yang fleksibel dan dinamis, terbuka, dan memungkinkan orang untuk mengembangkan pengetahuan baru dan terlibat dalam dunia demokratis dan lebih interaktif. Sedangkan integrasi sosial merupakan pandangan di mana media diritualkan yang menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, serta memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan penggunaan media itu sendiri (Feroza & Misnawati, 2020).

Adapun penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini dengan menggunakan teori *new media* oleh Pierre Levy yaitu Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu sebagai Sarana Informasi Terkini. Teori *new media* digunakan pada penelitian tersebut untuk mendukung analisis media sosial sebagai media baru dengan melihat interaksi dan integrasi sosial dalam penyebaran informasi terkini melalui media Instagram (Noventa et al., 2023). Dengan penelitian tersebut, peneliti dapat lebih memahami penggunaan teori *new media* dan dapat mengaplikasikannya untuk melihat pemanfaatan media sosial X khususnya akun *autobase @telyufes* yang berperan sebagai media informasi bagi mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan dan uraian yang sudah disebutkan, peneliti akan mengkaji fenomena dengan judul “Pemanfaatan Akun Autobase X @telyufess sebagai Media Informasi oleh Mahasiswa Telkom University”. Proses penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan fenomenologi sebagai pendekatan yang mengelaborasi dua dimensi yakni pengalaman subjek dan bagaimana subjek memaknai atau menginterpretasi pengalaman tersebut. Pengalaman faktual dari sosok subjek yang objektif membentuk dimensi pertama, dan dimensi kedua bersifat subjektif namun tetap mengikuti prinsip utama fenomenologi sebagai landasan untuk menganalisis data yang berfokus pada pengalaman subjek (Hasbiansyah, 2008). Oleh karena itu, dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini akan berfokus untuk mengelaborasi berbagai pengalaman individu dan interpretasi makna yang diberikan terhadap pemanfaatan akun *autobase* sebagai sumber informasi mengenai dunia perkuliahan dalam hal interaksi dan integrasi sosial dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi pada mahasiswa sebagai pengikut @telyufess.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan akun *autobase X @telyufess* sebagai media informasi oleh mahasiswa Telkom University. Sehingga hasil dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana interaksi sosial dan integrasi sosial dari akun *autobase X @telyufess* sebagai media informasi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti menetapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan interaksi sosial akun *autobase X @telyufess* sebagai media informasi?
2. Bagaimana pandangan integrasi sosial akun *autobase X @telyufess* sebagai media informasi?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik melalui aspek teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang komunikasi dan informasi, dengan fokus mengenai pemanfaatan media sosial X sebagai media informasi. Kontribusi ini mencakup pemahaman yang lebih dalam mengenai teori *new media* oleh Pierre Levy, serta diharapkan dapat menjadi referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi aspek tersebut secara lebih mendalam.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi wadah peneliti untuk menambah wawasan dan pengalaman dalam menganalisis pemanfaatan akun media sosial X sebagai media informasi, serta menjadi sarana untuk melatih keterampilan berpikir peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir khususnya mengenai pemanfaatan akun media sosial X oleh para pengikut akun berbentuk *autobase*.

2. Bagi pihak pengelola @telyufess

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi, masukan, serta gambaran mengenai pemanfaatan akun *autobase* oleh mahasiswa Telkom University sehingga pihak akun @telyufess dapat mengelola *autobase* dengan lebih baik lagi dengan mempertimbangkan pandangan dari mahasiswa sebagai penggunanya.

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana akun media sosial X digunakan sebagai media informasi. Pembaca dapat menggunakan hasil penelitian sebagai sumber pembelajaran atau referensi untuk mengenali pandangan pengguna dalam memanfaatkan akun *autobase* pada media sosial X.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	2023			2024							
		10	11	12	01	02	03	04	05	06	07	
1	Pengajuan Topik Penelitian											
2	Penyusunan Proposal BAB I, II, dan III											
3	Pengumpulan <i>Desk Evaluation</i>											
4	Revisi Proposal Skripsi											
5	Pengumpulan data wawancara informan											
6	Pengolahan data penelitian dan analisis											
7	Pengajuan Sidang Skripsi											

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti, 2024