

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental cara masyarakat dalam berinteraksi dan membangun hubungan sosial. Transformasi digital tidak hanya menghadirkan sarana pertukaran informasi yang lebih cepat dan efisien, tetapi juga menciptakan ruang-ruang sosial baru yang memungkinkan terbentuknya komunitas, berbagi pengalaman, hingga membangun kepercayaan sosial dalam bentuk yang berbeda dari interaksi tatap muka tradisional. Kehadiran media sosial telah meruntuhkan batasan-batasan konvensional dalam komunikasi, memungkinkan terjadinya interaksi tanpa dibatasi oleh geografis, waktu, bahkan identitas personal. Salah satu fenomena menarik yang muncul dalam ekosistem digital adalah komunikasi anonim yang, secara paradoks, justru mampu menciptakan kedekatan emosional dan kepercayaan antar penggunanya meskipun identitas personal tidak diungkapkan.

Dalam konteks global, komunikasi anonim di media sosial telah menjadi objek kajian yang menarik perhatian para peneliti komunikasi dan psikologi sosial. Penelitian di berbagai negara menunjukkan bahwa anonimitas dalam komunikasi digital memiliki dampak ganda yang kompleks. Di satu sisi, anonimitas dapat memfasilitasi online disinhibition effect yang negatif, seperti cyberbullying, hate speech, dan penyebaran informasi yang tidak bertanggung jawab. Namun di sisi lain, anonimitas juga dapat menciptakan safe space yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur dan

terbuka, terutama pada topik-topik yang dianggap sensitif atau stigmatized. Ketika individu tidak dibebani oleh tekanan untuk menjaga reputasi sosial yang terkait dengan identitas asli mereka, mereka cenderung lebih berani untuk mencari bantuan, berbagi pengalaman personal, dan terlibat dalam diskusi yang mungkin dianggap tabu dalam interaksi tatap muka.

Di Indonesia, fenomena komunikasi anonim mengalami perkembangan yang sangat dinamis, khususnya melalui platform X atau yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter. Platform X merupakan salah satu media sosial yang memfasilitasi komunikasi anonim melalui sistem yang dikenal dengan istilah autobase. Autobase adalah akun yang menyediakan layanan menfess, singkatan dari mention-confess, dimana pengguna dapat mengirim pesan secara anonim kepada admin autobase untuk kemudian dipublikasikan ke khalayak yang lebih luas. Menurut data DetikINET yang dirilis pada tahun 2025, pengguna aktif platform X di Indonesia telah mencapai lebih dari 25 juta pengguna, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan penetrasi pengguna X tertinggi di Asia Tenggara. Dari jutaan pengguna tersebut, diperkirakan terdapat ribuan akun autobase yang tersebar dalam berbagai komunitas dan minat, mulai dari topik hiburan, pendidikan, kesehatan, hingga isu-isu sosial yang lebih serius.

Sistem autobase ini memungkinkan seseorang untuk menyampaikan pendapat, bercerita tentang pengalaman personal, mengajukan pertanyaan, atau bahkan mengungkapkan perasaan yang sulit disampaikan secara langsung, tanpa harus mengungkapkan identitas aslinya kepada publik. Mekanisme ini menciptakan lapisan perlindungan psikologis yang membebaskan pengguna

dari tekanan sosial dan potensi judgment yang biasanya menyertai komunikasi dengan identitas terbuka. Admin autobase berperan sebagai kurator yang memfilter dan memvalidasi konten sebelum dipublikasikan, sehingga terdapat mekanisme kontrol kualitas yang menjaga relevansi dan appropriateness dari konten yang dibagikan. Proses kurasi ini juga membangun kepercayaan antara pengguna dan admin, karena pengguna merasa bahwa privasi mereka dilindungi dan konten yang dipublikasikan telah melalui pertimbangan tertentu.

Salah satu akun autobase yang menarik untuk dikaji secara akademis adalah @ohmy_beautybank, yang dikenal dengan singkatan OMBB di kalangan penggunanya. Akun ini memfokuskan diri pada topik kecantikan, perawatan kulit atau skincare, self-love, body positivity, dan berbagai aspek kehidupan perempuan sehari-hari. Berdasarkan data observasi yang dilakukan peneliti per Januari 2025, akun @ohmy_beautybank telah memiliki lebih dari 229.547 followers dan menunjukkan tingkat engagement yang tinggi dengan menerima puluhan hingga ratusan menfess setiap harinya. Tingginya volume interaksi ini mengindikasikan bahwa akun tersebut telah menjadi ruang yang relevan dan bermakna bagi komunitasnya.

Keunikan akun @ohmy_beautybank terletak bukan hanya pada volume pengikut atau frekuensi posting, tetapi pada kualitas interaksi yang terjalin di dalamnya. Observasi awal menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi tidak terbatas pada sekadar pertukaran rekomendasi produk kecantikan atau tips perawatan kulit, melainkan telah berkembang menjadi ruang untuk berbagi pengalaman personal yang mendalam, memberikan dukungan emosional

secara kolektif, mendiskusikan isu-isu yang sensitif dan jarang dibicarakan secara terbuka seperti body image, insecurities terkait penampilan fisik, masalah jerawat yang persisten, dampak psikologis dari standar kecantikan yang tidak realistis, hingga kesehatan mental yang berkaitan dengan self-esteem dan penerimaan diri. Interaksi yang terjadi di kolom komentar dan reply menunjukkan adanya kedekatan emosional, empati, dan kepercayaan sosial yang terbentuk di antara pengguna yang bahkan tidak saling mengenal identitas asli satu sama lain. Pengguna saling memberikan validasi, berbagi strategi coping, dan membangun collective knowledge berdasarkan pengalaman personal mereka.

Fenomena ini menjadi sangat menarik untuk dikaji karena memunculkan paradoks yang menantang asumsi-asumsi dasar dalam teori komunikasi interpersonal. Di satu sisi, teori komunikasi konvensional menekankan pentingnya identitas, keterbukaan, dan accountability dalam membangun kepercayaan interpersonal. Kepercayaan dalam pandangan klasik dipahami sebagai hasil dari pengalaman interaksi yang berulang dimana identitas dan reputasi individu dapat diverifikasi dan dievaluasi. Namun di sisi lain, fenomena yang terjadi di @ohmy_beautybank menunjukkan bahwa pengguna justru merasa lebih aman, lebih terbuka, dan lebih percaya untuk berbagi pengalaman personal yang sangat pribadi dalam kondisi anonim. Anonimitas, yang dalam banyak literatur dipandang sebagai faktor yang menghambat pembentukan kepercayaan, justru dalam konteks ini menjadi enabler yang memfasilitasi keterbukaan diri dan pembentukan ikatan sosial.

Andriani, Fitri, dan Muchtar dalam penelitiannya tahun 2024 menyatakan bahwa lingkungan daring yang anonim dapat memperkuat ekspresi diri dan keterbukaan interpersonal karena mengurangi risiko penilaian sosial yang negatif. Ketika individu tidak harus menghadapi konsekuensi sosial yang terkait dengan identitas asli mereka, hambatan psikologis untuk berbagi pengalaman yang vulnerable menjadi berkurang secara signifikan. Anonimitas menciptakan ruang dimana pengguna, khususnya perempuan muda yang sering menghadapi tekanan sosial terkait penampilan dan standar kecantikan, dapat mengekspresikan keraguan, ketakutan, dan pengalaman negatif mereka tanpa takut dihakimi, dilabeli, atau menghadapi stigma sosial yang dapat berdampak pada reputasi mereka di dunia nyata.

Lebih jauh lagi, fenomena ini memiliki relevansi khusus dalam konteks sosial budaya Indonesia dimana norma kesopanan dan menjaga muka atau face-saving menjadi nilai yang sangat penting dalam interaksi sosial. Dalam budaya kolektif seperti Indonesia, pengungkapan diri yang terlalu terbuka tentang masalah personal, terutama yang berkaitan dengan penampilan fisik atau kondisi yang dianggap memalukan, seringkali dihindari karena dapat merusak harmoni sosial atau mengundang gossip. Komunikasi anonim melalui autobase menawarkan solusi terhadap dilema budaya ini, memungkinkan individu untuk mendapatkan dukungan dan informasi yang mereka butuhkan tanpa harus melanggar norma sosial yang berlaku dalam interaksi tatap muka mereka.

Meskipun fenomena komunikasi anonim di media sosial telah berkembang pesat di Indonesia, penelitian akademis yang mengkaji aspek ini,

khususnya dalam konteks pembentukan kepercayaan sosial, masih sangat terbatas. Tinjauan terhadap literatur yang ada menunjukkan beberapa gap yang signifikan. Mafaazani dalam penelitiannya tahun 2022 tentang cyber account di media sosial Twitter menemukan bahwa pengguna merasa lebih nyaman mengungkapkan diri secara anonim, namun penelitian tersebut lebih fokus pada aspek self-disclosure dan belum mengeksplorasi dinamika kepercayaan yang terbentuk dalam komunitas anonim. Nahdya dalam penelitiannya tahun 2024 menunjukkan bahwa komunikasi virtual melalui fan account mampu membentuk relasi interpersonal yang erat meskipun tanpa pertemuan langsung, namun konteks yang dikaji adalah fan community dimana shared interest terhadap idola menjadi basis ikatan, bukan komunitas yang terbentuk murni dari shared experience anonim.

Amanda dalam penelitiannya tahun 2023 telah mengkaji pengaruh @ohmy_beautybank terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa terkait skincare dan makeup, namun penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada aspek information seeking behavior dan uses and gratifications, belum mengeksplorasi aspek kualitatif dari pembentukan kepercayaan sosial dalam komunitas anonim tersebut. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak membahas aspek pengungkapan diri, penyebaran informasi, atau gratifikasi yang diperoleh pengguna, namun belum secara spesifik dan mendalam mengkaji bagaimana kepercayaan sosial terbentuk, berkembang, dan dipertahankan dalam konteks interaksi anonim, khususnya di kalangan perempuan yang memiliki kebutuhan dan dinamika sosial yang spesifik.

Gap ini menjadi penting untuk dijembatani karena pemahaman tentang bagaimana kepercayaan terbentuk dalam komunitas anonim memiliki implikasi yang luas, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, fenomena ini menantang dan memperkaya pemahaman kita tentang teori-teori kepercayaan sosial dan komunikasi yang sebagian besar dikembangkan dalam konteks komunikasi dengan identitas terbuka. Konsep seperti Computer-Mediated Communication Theory oleh Walther, serta teori-teori tentang trust formation dalam konteks online, perlu dieksplorasi relevansinya dan kemungkinan adaptasinya dalam konteks komunikasi anonim di Indonesia. Secara praktis, pemahaman ini dapat memberikan insight bagi pengelola komunitas online tentang bagaimana menciptakan dan mempertahankan lingkungan digital yang sehat dan supportive, bagi platform media sosial dalam mengembangkan fitur yang mendukung interaksi yang bermakna, serta bagi pengguna dalam memahami dinamika dan potensi risiko dari komunikasi anonim.

Meski komunikasi anonim memiliki potensi positif yang signifikan, terdapat pula tantangan dan risiko yang perlu dipahami secara komprehensif. Interaksi tanpa identitas dapat menimbulkan kesalahpahaman karena keterbatasan contextual cues, penyebaran informasi yang tidak terverifikasi atau bahkan hoax karena tidak ada accountability yang jelas, atau penyalahgunaan anonimitas untuk menyebarkan konten negatif, melakukan cyberbullying, atau memicu konflik tanpa konsekuensi personal. Dalam literatur tentang online disinhibition effect, Suler mengidentifikasi bahwa anonimitas dapat menghasilkan baik benign disinhibition yang positif seperti

peningkatan keterbukaan dan self-disclosure, maupun toxic disinhibition yang negatif seperti flaming dan trolling.

Namun, fenomena yang terobservasi di @ohmy_beautybank menunjukkan bahwa komunitas anonim, ketika dikelola dengan baik dan memiliki norma sosial yang jelas, dapat mengembangkan mekanisme self-regulation yang efektif untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari anonimitas. Komunitas ini tampaknya telah mengembangkan norma sosial sendiri yang tidak tertulis namun dipahami dan dipatuhi oleh anggotanya, yang mendorong interaksi yang sehat, saling mendukung, dan bertanggung jawab. Peran admin sebagai moderator yang aktif dan konsisten dalam menjaga kualitas konten juga menjadi faktor penting dalam membentuk kultur komunitas yang positif. Memahami bagaimana norma sosial ini terbentuk, bagaimana komunitas melakukan social policing terhadap perilaku yang tidak acceptable, dan bagaimana kepercayaan dibangun dalam konteks tanpa identitas personal menjadi sangat penting untuk melihat sisi positif dari komunikasi anonim yang selama ini sering dipandang secara negatif atau dengan skeptisisme dalam diskursus publik.

Lebih jauh lagi, konteks topik yang menjadi fokus @ohmy_beautybank yaitu kecantikan dan self-love memiliki dimensi yang sangat penting dalam kehidupan perempuan, khususnya perempuan muda yang berada dalam fase pencarian identitas dan pembentukan self-concept. Industri kecantikan global yang bernilai ratusan miliar dolar telah menciptakan standar kecantikan yang seringkali tidak realistis dan dapat berdampak negatif pada self-esteem dan body image perempuan. Media sosial, dengan visual culture yang dominan,

seringkali memperkuat tekanan ini melalui penyebaran gambar-gambar yang telah disempurnakan secara digital dan promosi gaya hidup yang tidak dapat dicapai oleh kebanyakan orang. Dalam konteks ini, keberadaan ruang seperti @ohmy_beautybank yang memungkinkan perempuan untuk berbagi pengalaman autentik mereka tentang struggle dengan jerawat, insecurities, trial and error dalam mencari produk yang cocok, dan proses penerimaan diri, menjadi sangat valuable sebagai counter-narrative terhadap representasi sempurna yang mendominasi media sosial mainstream.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam bagaimana kepercayaan sosial terbentuk melalui komunikasi anonim pada akun autobase @ohmy_beautybank di platform X. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif untuk menggali pengalaman subjektif pengguna, proses pembentukan kepercayaan, dinamika interaksi dalam komunitas anonim, serta faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan dan pemeliharaan kepercayaan sosial dalam konteks komunikasi tanpa identitas. Dengan memahami fenomena ini secara komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik bagi pengembangan teori komunikasi dalam konteks digital, maupun bagi praktik pengelolaan komunitas online yang sehat dan bermakna.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pola interaksi *followers* akun *autobase* @ohmy_beautybank di platform X dalam pembentukan kepercayaan sosial melalui komunikasi anonim?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pola interaksi followers akun autobase @ohmy_beautybank di platform X dalam pembentukan kepercayaan sosial melalui komunikasi anonim.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam terkait pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya dalam hal komunikasi anonim di media sosial. Penelitian ini memberikan landasan teoritis yang dapat memperkuat pemahaman terkait bagaimana kepercayaan sosial dapat terbentuk meskipun tanpa identitas yang jelas. Penelitian ini menggunakan penerapan Teori Computer-Mediated Communication dalam konteks interaksi anonim di komunitas virtual perempuan Indonesia, yang dapat menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian sejenis di masa mendatang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas terkait dinamika komunikasi anonim, pembentukan kepercayaan sosial dalam ruang digital, serta pola interaksi yang terjalin di komunitas virtual. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak:

1. Bagi pengelola akun autobase dan komunitas online: Memberikan insight tentang bagaimana membangun dan mempertahankan komunitas yang sehat, suportif, dan produktif.
2. Bagi pengguna media sosial: Memberikan pemahaman tentang potensi positif komunikasi anonim dan bagaimana memanfaatkannya secara konstruktif.
3. Bagi pengembang platform media sosial: Memberikan masukan tentang fitur-fitur yang dapat mendukung terciptanya ruang digital yang aman dan mendukung, khususnya bagi perempuan.
4. Bagi praktisi komunikasi dan konselor: Memahami bagaimana ruang anonim dapat menjadi alternatif untuk peer support dan dukungan kesehatan mental.
5. Bagi pengambil kebijakan Memberikan perspektif tentang pentingnya melindungi dan mengembangkan ruang digital yang positif dalam program literasi digital