

POLA KOMUNIKASI PADA LESBIAN DI *AUTOBASE* TWITTER

(Analisis Pada Followers @GXGBercengkrama di Kota Solo)

*Lesbian Communication Patterns on Autobase Twitter (Analysis on Followers
@GXGBercengkrama in Solo City)*

**Asih Prasetyani¹, Dra. Nurnawati Hindra Hastuti, M.Si², Andri Astuti Itasari, S.Sos.,
M.I.Kom³.**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Slamet
Riyadi Surakarta

asiiiiiih@gmail.com

Abstrak

Perubahan internet yang cepat juga membuat banyak perubahan dalam media sosial khususnya Twitter. Hadirnya autobase dalam Twitter membuat banyak komunitas-komunitas online yang berbentuk dengan preferensi masing-masing. Seperti pada autobase @GXGBercengkrama yang merupakan base khusus lesbian dimana subjek dari penelitian ini dipilih. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pola komunikasi followers @GXGBercengkrama yang berada di kota Solo. Tipe penelitian ini adalah Kualitatif Deskriptif, menggunakan teknik sampling aksidental. Dimana sampel akan diambil berdasarkan siapa saja yang bersedia untuk menjadi subjek penelitian dengan syarat sesuai kategori sampel. Penelitian ini menggambarkan komponen dan hubungan diantara para followers @GXGBercengkrama di kota Solo dalam pola komunikasi menggunakan analisis pola komunikasi. Pola yang diteliti adalah pola komunikasi *sirkular*, pola broker komunikasi, pola komunikasi ideal, pola komunikasi *hiperinteraktif*. Untuk menganalisis komunikasi yang terjadi peneliti menghadirkan 4 orang informan. Hasil dari penelitian ini twitter sebagai media dalam berkegiatan mencari informasi dan komunikasi sesuai dengan kebutuhan, informasi yang didapatkan lebih cepat dan *up to date*, Terdapat empat pola komunikasi pada penelitian ini yaitu pola komunikasi sirkular, pola broker komunikasi, komunikasi hiperinteraktif, dan komunikasi ideal sebagai pola komunikasi yang terjadi dalam komunikasi pada akun twitter @GXGBercengkrama.

Kata kunci: Lesbi, Autobase, Twitter, Pola komunikasi.

ABSTRACT

The rapid change of the internet has also made many changes in the social media, especially Twitter. The presence of autobase in Twitter makes many online communities shaped according to their respective preferences. There is an autobase @GXGBercengkrama which is a lesbian-specific base where the subject of this study was selected. Based on the background and formulation of the research problem, the purpose of this study is to describe the communication patterns of @GXGBercengkrama followers in the city of Solo. This type of research is Descriptive Qualitative, using axidental sampling techniques. Where the sample will be taken based on anyone who is willing to be a research subject with conditions according to the sample category. This study describes the components and relationships between @GXGBercengkrama followers in Solo in communication patterns using communication pattern analysis. The patterns studied are circular communication patterns, communication broker patterns, ideal communication patterns, hyperinteractive communication patterns. To analyze the communication that occurred, the investigator presented 4 informants. Based on the results of this study, Twitter as a medium in activities to find information and communication according to needs, the information obtained is faster and up to, there are four communication patterns in this study, namely circular communication patterns, communication broker patterns, hyperinteractive communication, and ideal communication as communication patterns that occur in communication on the twitter account @GXGBercengkrama.

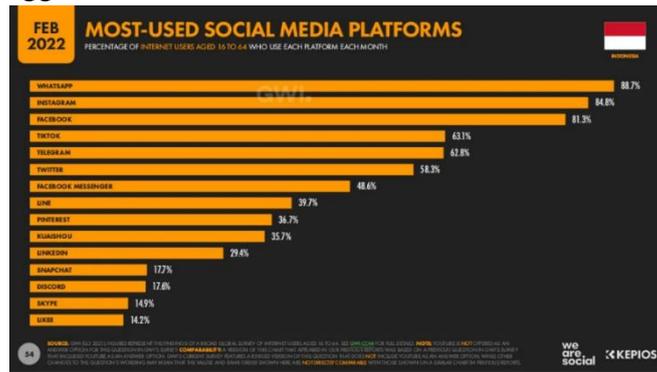
Keywords: Lesbi, Autobase, Twitter, Communication patterns

PENDAHULUAN

Pola komunikasi dapat terus berkembang dalam komunikasi virtual melalui media sosial yang di pakai sehari-hari. Pola berkomunikasi pengguna di dunia malyal merupakan bagian dari konstruksi presentasi dirinya di hadapan pengguna lainnya. Ini tercermin dari *update* status ataupun melalui pesan atau *symbol* yang diunggahnya (Hadiyat, 2017:13). Menjalani kehidupan sebagai kaum minoritas memang memberikan kesan yang berbeda daripada kaum mayoritas. Terutama kaum minoritas seperti kaum LGBT yang keberadaannya masih belum banyak diterima oleh kalangan masyarakat luas khususnya di Indonesia. Lesbian salah satu bagian dari LGBT yang artinya membuat mereka menjadi sebuah kamu minoritas. Keberadaaan meraka tersembunyi dan kerap dijadikan bahan hinaan atau mendapatkan ujaran kebencian karena dianggap tidak sesuai dengan ajaran agama dan moral yang berlaku (Susanto, 2016:220).

Menurut kumpulan data yang diperoleh dari Data Reportal, data yang disajikan pada Januari 2021 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta, sedangkan pengguna aktif media sosialnya juga mencapai 170 juta pengguna. Lalu, data yang disajikan pada Januari 2022, yakni jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta, sedangkan pengguna aktif media sosialnya mencapai 191 juta penduduk (Simon Kemp, 2022:3). Dari data yang dipaparkan. tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna internet dan media sosial mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan untuk berkomunikasi serta bersosialisasi adalah Twitter. Hal ini ditunjukkan melalui gambar di bawah ini:

Gambar 1: pengguna aktif media sosial



Sumber: Data Reportal Digital 2022: Indonesia

Seiring dengan perkembangannya, beberapa akun yang terdapat di Twitter memfasilitasi pengguna untuk memanfaatkan *base*. Di Twitter sendiri terdapat banyak jenis *autobase* yang dapat menjadi pilihan bagi pengguna untuk memilih ingin mengikuti sesuai dengan yang diinginkan, karena masing-masing dari *autobase* tersebut memiliki fungsi dan kegunaan yang berbeda-beda. Salah satu *autobase* yang menarik peneliti adalah @GXGBercengkrama. *Autobase* @GXGBercengkrama merupakan sarana khusus untuk orang-orang yang LGBTQ+ atau yang biasanya menyebut diri mereka adalah kaum pelangi/*unicorn* semakin banyak bermunculan dalam Twitter. Keberadaan *autobase* Twitter ini memudahkan para lesbian dalam mencari teman melalui dunia maya, dimana mereka bisa menggunakan akun nama samara (*pseudonym*) untuk bergabung dengan komunitas ini. *Autobase* @GXGBercengkrama adalah sebuah akun khusus lesbian di jejaring sosial Twitter yang dibuat pada oktober 2020 dengan memiliki followers sebanyak 4.565 dan following sebanyak 564 per 31 Mei 2022. Akun @GXGBercengkrama dibuat dalam mode privasi (*deprotect*).

Peneliti memilih *followers* @GXGBercengkrama di kota Solo karena dalam beberapa tweet yang ditampilkan ada berbagai macam tweet yang dimana pengirim pesan (*sender*) mengajak (*followers* @GXGBercengkrama) untuk bertemu jika kebetulan berada dalam satu kota. Berdasarkan latar belakang tersebut mendorong peneliti untuk melakukan analisis pola komunikasi yang digunakan antar *followers* @GXGBercengkrama di kota Solo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, merubah data menjadi sebuah temuan (*findings*) dengan *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan Sebagian besar merupakan data kualitatif dimana data tidak bisa dikategorikan secara statistik melalui wawancara dan observasi, dan diolah serta diklasifikasikan untuk memecahkan dalam unit-unit yang lebih tersusun. Wawancara dilakukan secara langsung dan terbuka dengan informan. observasi dilakukan dengan memperhatikan interaksi dari para *followers* @GXGBercengkrama terhadap unggahan *menfess* yang terjadi di media sosial twitter. Dokumen berupa foto pelaksanaan wawancara melalui media chatting yang berisi rekaman suara pada saat wawancara nantinya. Data dapat dianalisis dengan membaca secara teliti data yang diperoleh agar informasi jelas, melihat penting dan signifikan kah data tersebut, mengklasifikasikan sesuai dengan yang dibutuhkan, menemukan inti atau pola dari data tersebut. Dalam analisis data ini menggunakan analisis interaktif, yang terdapat tiga tahap yaitu, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Sajian Data

a. Gambaran Umum *Autobase* @GXGBercengkrama

Autobase @GXGBercengkrama merupakan salah satu *base* khusus lesbian. *Autobase* @GXGBercengkrama ini memfasilitasi penggunaannya untuk berkirim pesan secara *anonym* atau identitas yang tidak diketahui melalui *DM* (*direct message*) dari akun tersebut dengan menggunakan bantuan *bot*, sehingga pengirim pesan tidak perlu takut ataupun khawatir identitasnya akan diketahui. Tujuan dibuatnya akun *base* ini untuk menghibur serta membantu banyak orang untuk menyampaikan di akun pribadinya, sehingga akun *base* ini menjadi media penyampaian bagi orang-orang yang membutuhkan pendapat ataupun hal lainnya.

Melalui *base* @GXGBercengkrama ini para *following*nya dapat mengirim pesan melalui *DM* (*Direct Message*) dengan format terdapat kata 'gg' agar pesan tersebut dapat auto di post (tweet) oleh *base* tersebut. Isi tweetnya biasanya berisi tentang tweet yang meminta pendapat, berbagi cerita, mencari teman, dan masih banyak lagi. Khusus untuk para *followers* yang belum mendapatkan *followback* hanya bisa *re-reply* dan *love* saja namun tidak bisa mengirim pesan ke *base* dan menggunakan fitur *auto post*.

b. Identitas Informan Penelitian

Untuk mendapatkan hasil penelitian berpedoman pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pola komunikasi pada lesbian di *autobase* Twitter serta faktor pendukung dan faktor penghambat dari akun *autobase* Twitter @GXGBercengkrama. Hasil penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui teknik analisis data serta teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi serta dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menemukan beberapa orang yang merupakan bagian dari @GXGBercengkrama sebagai narasumber atau informan dalam penelitian ini. Peneliti mendapatkan empat orang narasumber dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, di antaranya dua informan dengan label *femme* dan dua informan dengan label *andro*.

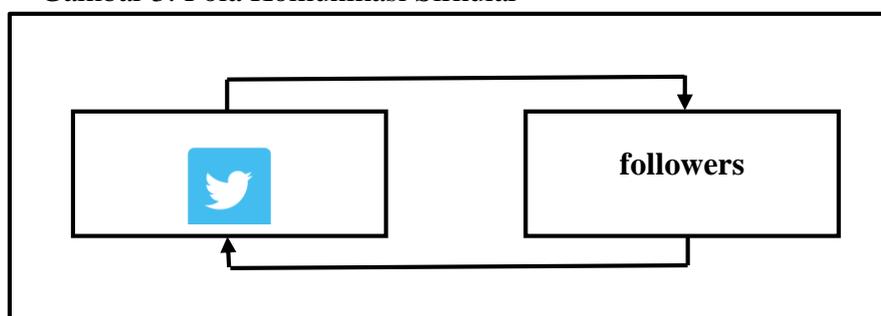
2. Pembahasan

Polakomunikasi media hibrida terlihat dari cara berkomunikasi yang terjadi oleh *followers* terhadap *menfess autobase* yang sering terjadi pada media hibrida. Dalam menganalisis terdapat empat pola komunikasi yang terjadi terhadap media hibrida. Keempat tersebut mampu dilihat dari cara berkomunikasi dan pola komunikasi yang sering terjadi pada media hibrida (Abraham, 2014:75) yaitu:

a. Pola Komunikasi Sirkular

Pola ini merupakan pola komunikasi yang ditandai dengan adanya unsur timbal-balik yang proses komunikasi dimana terjadi diantara pelaku komunikasi dimana masing-masing individu adalah pengirim pesan dan menerima pesan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pola komunikasi yang pertama adalah pola komunikasi sirkular. Pola komunikasi tersebut ditunjukkan oleh pengakuan informan lebih yang mengaku bahwa setiap *menfess* yang dikirimkan selalu mendapatkan respon dari *follower*. Banyak atau tidaknya tanggapan yang didapatkan sangat ditentukan oleh jenis *menfess* yang dikirimkan.

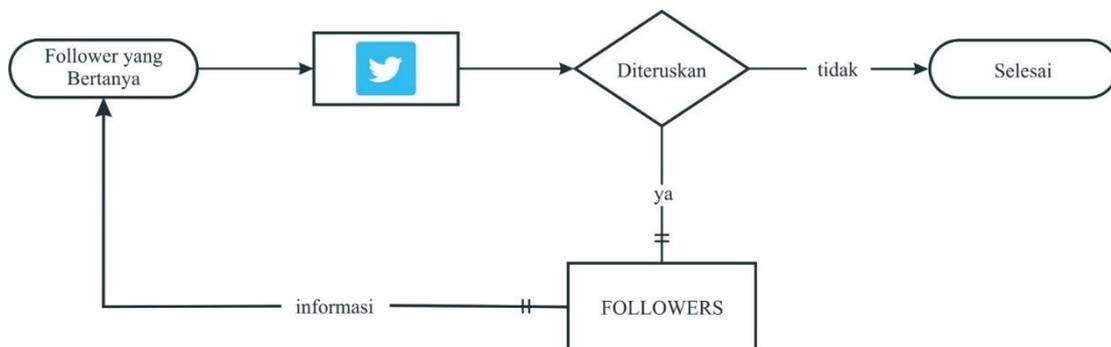
Gambar 3: Pola Komunikasi Sirkular



b. Pola Broker Komunikasi

Pola komunikasi lesbi yang kedua adalah pola broker komunikasi. Broker komunikasi merupakan pola komunikasi yang hanya meneruskan informasi untuk diberitahukan dan diperluas pesan informasi kepada khalayak dan pembuat pesan adalah *followers* dari twitter *autobase @GXGBercengkrama* dan yang akan menerima pesan serta manfaatnya. Pola komunikasi tersebut ditunjukkan oleh pengakuan dari individu lesbi yang mengungkapkan bahwa ia pernah meneruskan sebuah informasi di *autobase* Twitter *@GXGBercengkrama*. Informasi yang di sampaikan adalah informasi tentang sebuah tempat nongkrong yang aman untuk orang-orang yang teridentifikasi lesbi. Ketika ia mengirimkan informasi tersebut, tidak ada interaksi yang terjadi selanjutnya karena tidak ada yang memberikan respon sama sekali.

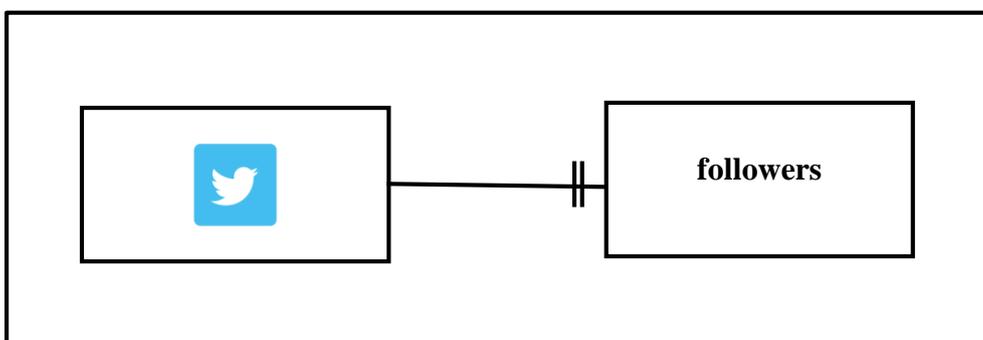
Gambar 4: Pola Broker Komunikasi



c. Pola Komunikasi Ideal

Pola komunikasi ini adalah pola komunikasi dimana informasi tertuju pada satu hal topik dan begitupun dengan interaksi yang terjadi. Misalnya ketika sebuah *menfess* sedang meminta informasi tentang *website* yang bisa digunakan dalam mencari jurnal makanya pada saat ini isi interkasi atau *reply menfess* tersebut hanya seputar tempat-tempat atau hal-hal yang berkaitan dengan jurnal, sama dengan pesan-pesan lainnya yang akan muncul pada *timeline* twitter *@GXGBercengkrama* hanya sesuai topik-topik yang disebarakan yang bisa ditanggapi, sehingga informasi yang dibutuhkan sampai kepada *followers* lainnya secara jelas, serta balasannya sesuai tidak melenceng sesuai yang di interpretasikan oleh penerima. Pola komunikasi Ideal ditunjukkan oleh pengakuan dari informan yang mengungkapkan bahwa *menfess* yang pernah ia kirimkan mendapatkan respon dari *follower* yang dimana respon tersebut tidak sesuai dengan topik yang sedang dibahas.

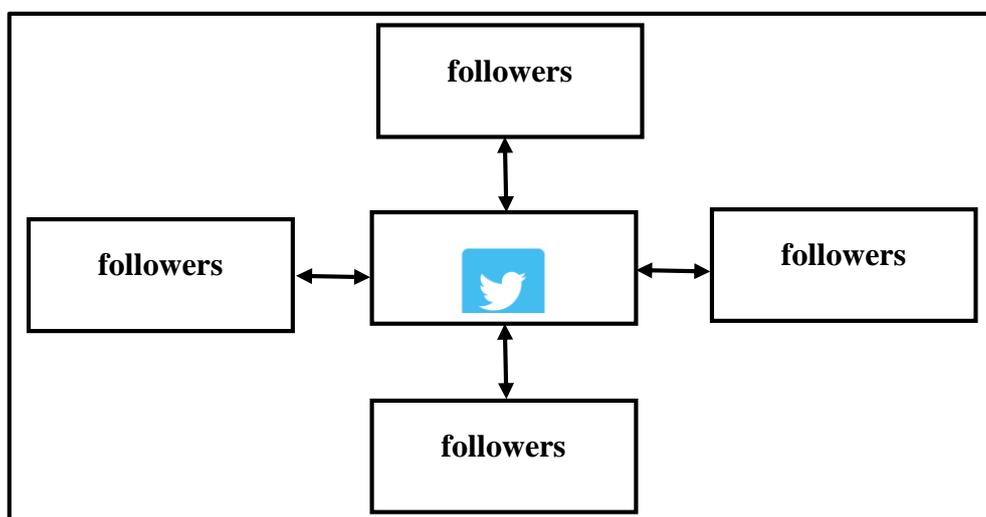
Gambar 5: Pola Komunikasi Ideal



c. Pola Komunikasi Hiperinteraktif

Komunikasi Hiperinteraktif ini adalah komunikasi yang tidak hanya pada satu topik, biasanya akan banyak *menfess* yang bermunculan lainnya pada *timeline* @GXGBercengkrama karena sifat pesan yang siapa saja bisa mengirim sehingga akan banyak topik yang muncul dalam beberapa waktu bersamaan. Misalnya sebelumnya ada *menfess* mencari informasi sebuah tempat, berikutnya nanti akan muncul topik pembahasan hal pengalaman, curhat, mengenai cari pasangan, atau hal lainnya yang berkaitan dengan lesbi. Pada setiap *tweet* tersebut nantinya tetap akan mendapatkan jawaban atau respon yang sesuai dengan topik tersebut sehingga terjadi interaksi timbal balik secara langsung sesuai dengan keunggulan media komunikasi hibrida tidak harus menunggu lama untuk mendapatkan efek timbal balik antar komunikan.

Gambar 6: Pola Komunikasi Hiperinteraktif



Selain ditemukan empat (4) jenis pola komunikasi tersebut, ditemukan juga bahwa semua pola komunikasi yang dilakukan oleh individu lesbi adalah pola komunikasi sekunder. Hal tersebut dikarenakan pola komunikasi yang dilakukan menggunakan media sebagai sarana penyampaian informasi. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa media informasi yang digunakan adalah akun *autobase*. Biasanya tipe komunikasi yang menggunakan pola ini adalah komunikasi massa (termasuk komunikasi di media sosial) karena komunikasi massa merupakan komunikasi yang mengutamakan saluran sebagai alat menyampaikan pesan komunikasi. Selain itu, komunikasi yang bermedia baik media cetak maupun elektronik juga cocok menggunakan pola ini, karena dalam pola ini menggunakan saluran. Dalam komunikasi organisasi, pola penjuror merupakan bagian dari pola sekunder ini, karena dapat menerapkan komunikasi yang sifatnya terbuka, sehingga dapat dengan mudah melakukan komunikasi dengan berbagai macam hirarki dalam organisasi tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode kualitatif merubah data menjadi sebuah temuan (*findings*) dengan *purposive sampling*. Peneliti menarik kesimpulan bahwa pola komunikasi di *autobase* Twitter (Analisis Pada *Followers @GXGBercengkrama* di Kota Solo) dengan empat pola komunikasi yaitu;

- a. Pola komunikasi Sirkuler merupakan pola komunikasi yang ditandai dengan adanya unsur timbal-balik yang proses komunikasi dimana terjadi diantara pelaku komunikasi dimana masing-masing individu adalah pengirim pesan dan menerima pesan.
- b. Pola Broker Komunikasi pola komunikasi ini memperlihatkan sirkuler dimana pesan dikirim oleh *followers* melalui DM @GXGBercengkrama yang nantinya akan diteruskan pada khalayak umum dan akan diterima oleh *followers autobase* tersebut sehingga akan terjadi timbal balik interaksi pada *menfess* yang berupa balasan atau *reply* sesuai dengan pesan yang dikirim.
- c. Pola Komunikasi Ideal dimana dalam pengiriman dan penerimaan pesan *followers* memiliki topik-topik tertentu yang akan disebar dan diterima, sehingga pesan dan balasan yang diinginkan terfokus pada topik yang sedang dicari atau dibutuhkan informasinya, hal ini menjadikan komunikasi lebih jelas dan ideal.
- d. Pola Komunikasi Hiperinteraktif sesuai dengan hal yang diteliti yaitu media twitter media berbagai cuitan secara bebas yang terjadi pada media twitter dan akan muncul berbagai macam *tweet* pada waktu bersamaan. Hal itu terjadi pada twitter @GXGBercengkrama dimana setiap jam atau menit akan selalu ada topik tertentu yang muncul pada *timeline* sehingga banyak informasi yang akan bermunculan dan didapatkan oleh *followers*.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadiyat. 2017. Pola komunikasi prostitusi daring di Twitter. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 18(2), 125–136.
- Santoso, M. 2016. LGBT Dalam Prespektif Agama dan HAM. *Share: Social Work Journal*, 6(2), 220.
- Simon Kemp. 2022. *Digital 2022: Indonesia*. <https://Datareportal.Com>. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia/>.
- Abraham, F. Z. 2014. *Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Komunikasi Massa*. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 18(1), 67–80.
- Dyatmika, Teddy. 2021. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta :Zahir publishing.
- kompas.tv. 2021. *Apa Perbedaan “Autobase” dan “Manual Base” di Twitter? IniPenjelasannya*. <https://www.kompas.tv/article/216226/apa-perbedaan-autobase-dan-manual-base-di-twitter-ini-penjelasannya?page=all>.
- Wandanovi. 2022. *Blak-blakan, Pasangan Lesbian Chika dan Yumi yang Viral, Salah Satunya Kontestan Pemilihan Model Indonesia*. <https://jabarekspres.com/berita/2021/01/23/blak-blakan-pasangan-lesbian-chika-dan-yumi-yang-viral-salah-satunya-kontestan-pemilihan-model-indonesia/>.
- FirmanningTyas, R. 2019. *Dramaturgi Lesbian di Kalangan Mahasiswa*. *Paradigma*, 7(3).
- Abdul Majid. 2017. *Strategi Pembelajaran*. Bandung: PT Rosda Karya.
- Anggito, A., & Setiawan, J. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Cangara, Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Mulyana, Deddy. (2012:46). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.