

# Pengaruh Motif Diversi Terhadap Self-Disclosure Pengguna Akun Twitter Autobase @Ngalanfess

Novi Ratriningtyas<sup>a,1,\*</sup>, Irfani Zukhrufillah<sup>b,2</sup>, Jauhar Wahyuni<sup>c,3</sup>, Agnes Sesar MR<sup>d4</sup>

<sup>abd</sup> Universitas Gajayana Malang, Indonesia; <sup>c</sup>Universitas Negeri Surabaya  
<sup>1</sup>novi.ratriningtyas@unigamalang.ac.id, <sup>2</sup>irfani.zukhrufillah@unigamalang.ac.id,  
<sup>3</sup>jauharwahyuni@unesa.ac.id, <sup>4</sup>a9nessa@gmail.com

---

## INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:  
Diterima: Desember 2023  
Direvisi : Januari 2024  
Disetujui: Februari 2024

---

**Kata Kunci:**  
Motif Diversi  
Self Disclosure  
Pengguna Twitter  
Akun Autobase

## ABSTRAKSI

Twitter merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk saling mengirim dan membaca pesan berdasarkan satu sama lain. Dalam praktiknya, media sosial Twitter juga rentan terhadap risiko kebocoran privasi, sehingga muncul fenomena akun Autobase yang merupakan akun yang menjadi tempat berkumpulnya para pengguna Twitter untuk bertanya atau bertukar informasi dengan sifat anonim. Sifat anonim menjadi ruang lingkup baru dimana pengguna tidak dapat dikenali oleh pengguna lain dan memiliki kebebasan untuk berekspresi tanpa ada tekanan. Hal ini juga didukung dengan usia para pengikut akun autobase dengan rentang usia 18-34 tahun dimana pada usia tersebut mereka lebih memilih untuk menceritakan masalah pribadinya secara anonim di akun autobase. Komunikasi yang dilakukan pada akun autobase @Ngalanfess didasari oleh motif pengalihan yang di dalamnya juga terdapat aspek pengungkapan diri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motif pengalihan terhadap pengungkapan diri pengguna akun autobase @Ngalanfess di twitter. Metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasi dengan paradigma postivistik dan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Hasil dari penelitian ini Adanya hubungan dan tingkat kekuatan pada variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari Uji Korelasi antara Motif Pengalihan (X) dengan Self Disclosure (Y) dengan nilai signifikansi sebesar  $0.00 < 0.05$ , sehingga dinyatakan terdapat hubungan antara keduanya dan nilai korelasi product moment menunjukkan hasil 0,472 yang dapat dilihat pada tabel tingkat koefisien korelasi bahwa 0,472 berada pada rentang 0,40-0,599 yang tergolong sedang.

### Abstract:

Twitter is a social media that allows users to send and read messages based on each other. In practice, Twitter social media is also vulnerable to the risk of privacy leaks, so the phenomenon of Autobase accounts is an account that is a gathering place for Twitter users to ask questions or exchange information with anonymous nature. The anonymous nature becomes a new scope where users cannot be recognized by other users and have the freedom to express themselves without pressure. This is also supported by the age of the followers of the autobase account with the age range of 18-34 years where at that age they prefer to tell their personal problems anonymously on the autobase account. Communication carried out on the @Ngalanfess autobase account is based on diversionary motives in which there are also aspects of self-disclosure. The purpose of the study was to determine the effect of diversionary motives on self-disclosure of autobase @Ngalanfess account users on twitter. The research method used is a correlation method with a postivistic paradigm and purposive sampling technique. The results of this study The existence of a relationship and the level of strength in the variables in this study can be seen from the Correlation Test between Diversion Motive (X) and Self Disclosure (Y) with a significance value of  $0.00 < 0.05$ , so it is stated that there is a relationship between the two and the value of the product moment correlation shows the result of 0.472 which can be seen in the correlation coefficient level table that 0.472 is in the range of 0.40-0.599 which is moderate.

**Keywords:**  
Diversion Motive  
Self-Disclosure  
Twitter Users  
Autobase Account

## I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi sangat berkembang saat ini, hal tersebut ditandai dengan adanya *smartphone* yang menjadikan komunikasi tanpa ada batas ruang dan waktu. Melalui *smartphone* kita mengenal adanya media sosial sebagai media komunikasi yang populer saat ini. Salah satu media sosial yang masih digunakan saat ini adalah Twitter. Twitter merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk saling mengirim dan membaca pesan berbasis teks atau yang biasa disebut dengan “*tweet*”. Informasi yang dapat dibagikan oleh pengguna twitter atau yang biasa disebut *tweets* bisa dalam berbagai bentuk seperti; tulisan, gambar, grafik, suara, video dan sebagainya.

Peran twitter di sini adalah sebagai *spielraum* atau ruang bermain untuk menuangkan ekspresi demi mencapai kebebasan, tanpa adanya batasan atau standarisasi untuk suatu hal (De Mul,2015). Oleh karena itu, pengguna lebih memilih untuk membuat ruang baru di mana orang yang pernah dikenal sebelumnya tidak dapat menemukan pengguna tersebut sehingga pengguna juga akan mendapatkan kebebasan untuk berekspresi tanpa harus mendapat tekanan. Hal ini dikarenakan penggunaan media sosial Twitter juga rentan terhadap adanya risiko kebocoran privasi seperti iklan yang tidak diinginkan, *cyberstalking*, pencurian identitas, maupun tindakan kriminal lainnya yang akan merugikan pengguna (Tominaga,2018).

Sehingga munculah fenomena akun *Autobase account* adalah akun yang menjadi tempat berkumpul bagi para pengguna twitter untuk bertanya ataupun bertukar informasi. Akun tersebut diberi nama *autobase* karena dilengkapi dengan fitur *auto DM (Direct Message)*, sedangkan kata *base* dalam bahasa Indonesia berarti pusat/pangkalan dapat diartikan juga sebagai tempat berkumpul. *Autobase* yang berasal dari kata “*Automatic*” dan “*Fanbase*” memiliki fungsi sebagai wadah bagi *followers* akun tersebut untuk mengirim pertanyaan sesuai tema/topik yang diposting oleh pemilik akun bersifat *anonym* dengan mengirim pesan menggunakan *Direct Message* (Agoestin,2019). Sedangkan pesan yang terposting disebut dengan *Menfess (Mention confess)* yang bersifat anonim. Anonimitas dari *menfess* mempunyai peran untuk melakukan interaksi dan ekspresi dalam akun *autobase* (Syam, 2019). Sifat anonim tersebut menjadi sebuah ruang lingkup baru di mana pengguna tidak dapat dikenali oleh pengguna lain dan mempunyai kebebasan dalam berkirim pesan.

*Autobase* di Twitter memiliki beberapa jenis seperti *autobase* yang membahas topik mengenai makanan, kecantikan, pendidikan, buku, seputar artis kesukaan mereka, atau bahkan isu sosial yang sedang marak diperbincangkan. Selain itu ada juga *autobase* yang membahas mengenai situasi disuatu daerah, seperti *autobase @darjofess, @karawangfess, @ngalamfess, @kedirifess, @jemberfess*, dan sebagainya. *@Ngalanfess* sendiri merupakan akun *autobase* daerah Malang raya, di mana akun tersebut memiliki beberapa perbedaan dari akun *autobase* lainnya yang menceritakan mengenai masalah pribadi penggunaannya daripada sekedar informasi mengenai keadaan lingkungan daerah Malang raya. Pengguna twitter berada dalam kategori masa remaja akhir yaitu umur 17–25 tahun dan masa dewasa awal 26–35 tahun (Nurudin,2012). Apabila dilihat dari sisi psikologi sosial, rentang usia tersebut masih mengalami tahap keraguan jati diri, ingin mencari perhatian dan memiliki rasa terasingkan (Nurudin,2012). Sehingga hal tersebut dapat menjadi penyebab pada rentang usia 18-34 tahun lebih memilih untuk menceritakan masalah pribadi mereka secara anonim pada akun *autobase*.

Menceritakan masalah kehidupan pribadi pada *autobase* merupakan salah satu bentuk dari adanya *self-disclosure*. *Self-disclosure* merupakan proses pengungkapan informasi pribadi kepada seseorang sering kali digunakan dalam berkomunikasi (DeVito,2014). *Self-disclosure* (pengungkapan diri) dapat dimaknai juga sebagai pengungkapan informasi bersifat pribadi yang biasanya tidak dapat diungkapkan secara umum seperti yang terjadi pada *autobase*. Melakukan pengungkapan diri juga dapat membangun sebuah hubungan dengan pengikut lainnya, apabila dilakukan secara aktif merespon pertanyaan-pertanyaan dari pengikut lainnya (Wood,2012).

Dalam teori *uses and gratification* yaitu individu menggunakan media sosial berdasarkan motif-motif tertentu dan jika motif tersebut terpenuhi maka kebutuhan individu pun juga akan terpenuhi.

Menurut McQuail ada empat motif dalam penggunaan media, motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi, serta motif diversifikasi (hiburan). Pada penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan pada motif diversifikasi (hiburan) yaitu kebutuhan akan hiburan yang dapat diperoleh melalui beberapa bentuk, seperti; stimulasi atau mencari suatu cara untuk mengatasi kebosanan; melepaskan diri dari kejenuhan kegiatan rutin; relaksasi atau pelarian dari tekanan dan masalah; serta pelepasan emosi dari perasaan dan energi yang terpendam (Ardianto,2007).

Oleh sebab itu media sosial, salah satunya *autobase* twitter dapat menjadi sarana untuk menghibur diri, melepaskan diri dari tekanan, serta menurunkan kecemasan. Kaitannya antara motif dengan self disclosure yaitu demi tercapainya kebutuhan dalam mengatasi permasalahan pribadi, pengguna akhirnya menerapkan *self disclosure* dalam menggunakan *autobase*. Melihat fungsi akun @ngalamfess tidak hanya digunakan sebagai wadah pertukaran informasi, tetapi juga digunakan sebagai medium melakukan *self-disclosure*. Sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh motif diversifikasi terhadap self disclosure pada pengguna akun *autobase* @Ngalamfess di media sosial twitter.

## II. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Jenis penelitian kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana suatu variabel berkaitan dengan variabel pada satu atau lebih variabel lain berdasarkan koefisien korelasi yaitu *Variabel Independen* (X) dalam penelitian ini adalah Motif Diversifikasi. Indikator Variabel Motif Diversifikasi, yaitu: (1) Melepaskan diri dari kegiatan rutin, (2) Melupakan masalah yang ada meski hanya untuk sesaat, (3) Melepaskan/mengurangi ketegangan dan emosi yang sedang dirasakan, dan (4) Mengisi waktu luang (Susfina, 2010). Sedangkan Variabel Dependen (Y) dalam penelitian ini adalah *Self Disclosure* (keterbukaan diri). Dimensi *self-disclosure* menurut Wheelless dan Grotz ada lima, yaitu: (1) Pengungkapan yang dimaksudkan (*Intended disclosure*), (2) Kuantitas keterbukaan (*Amount of disclosure*), (3) Keterbukaan yang positif atau negatif (*Positive/negative disclosure*), (4) Kontrol kedalaman akan keterbukaan (*Control of depth disclosure*), dan (5) Kejujuran dan ketepatan (*Honesty and accuracy*) (Wheelless dalam Rubin, 2004).

Subjek penelitian ini adalah *followers* akun *autobase* @Ngalamfess dengan jumlah populasi 121.649 orang. Kemudian peneliti menggunakan *purposive sampling* dalam penelitian Teknik *probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* untuk memperoleh jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin dan didapatkan 99,91 dibulatkan menjadi 100 orang untuk menjadi sampel *followers* akun *autobase* @Ngalamfess. Sumber data primer penelitian ini adalah Responden dalam penelitian ini adalah pengikut aktif akun *autobase* twitter @Ngalamfess, mengaktifkan notifikasi akun *autobase* @Ngalamfess, aktif merespon *menfess* dan membuat *menfess*, berusia 18-34 tahun. Sedangkan sumber data sekunder berupa buku, jurnal, internet dan skripsi yang berkaitan dengan objek penelitian ini. Lokasi penelitian dilakukan di akun *autobase* @Ngalamfess yaitu Akun *autobase* @Ngalamfess merupakan akun *autobase* yang populer di kalangan masyarakat Malang Raya. Akun @Ngalamfess digunakan sebagai forum untuk melakukan berkomunikasi secara anonim, serta memfasilitasi pengguna Twitter untuk mengetahui informasi seputar Malang Raya dengan *followers* berjumlah 121.649.

Variasi jenis instrumen penelitian adalah, angket, ceklis (*check-list*), atau daftar centang, pedoman wawancara, pedoman pengamatan (Arikunto, S. (2010). Penelitian ini menggunakan angket tertutup dalam bentuk skala sikap dari Likert. Pada penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan melalui Google Form yang mulai dibuka dan disebar pada bulan April 2023. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software IBM SPSS versi 25 for Windows Adapun tahap pengujiannya antara lain: a) Uji Linieritas, nilai signifikansi pada kolom deviation from *linearity* antara Motif Diversifikasi dengan *Self Disclosure*; b) Uji Korelasi, antara Motif Diversifikasi (X) terhadap *Self Disclosure* (Y); c) Uji Koefisien Determinasi, Nilai R square pada uji koefisien determinasi; d) Uji Regresi Linear Sederhana.

### III. Penyajian dan Analisis Data

Pada penelitian ini telah dilakukan beberapa uji analisis untuk menemukan hasil dari penelitian, berikut beberapa uji yang dilakukan: (1) Uji Linieritas, nilai signifikansi pada kolom *deviation from linearity* antara Motif Diversi dengan Self Disclosure adalah  $0,709 > 0,05$ , dengan  $f$ -hitung  $0,739 < f$ -tabel  $3,94$ , maka dapat disimpulkan antara variabel Motif Diversi (X) dengan variabel Self Disclosure (Y) terdapat hubungan yang linier. (2) Uji Korelasi, antara Motif Diversi (X) terhadap Self Disclosure (Y) dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ , sehingga dinyatakan adanya hubungan diantara keduanya dan nilai dari korelasi *product moment* menunjukkan hasil  $0,472$  yang artinya bernilai positif dan memiliki tingkat kekuatan hubungan dalam taraf sedang. (3) Uji Koefisien Determinasi, Nilai *R square* pada uji koefisien determinasi menunjukkan angka  $0,223$  yang berarti bahwa kontribusi Motif Diversi (X) memberikan sumbangan pengaruh terhadap Self Disclosure (Y) sebesar  $22,3\%$ , dan sisanya  $77,7\%$  dikontribusi oleh faktor-faktor lainnya. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Table 1. Output Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,472 <sup>a</sup>	,223	,215	7,596
a. Predictors: (Constant), Motif Diversi				
b. Dependent Variable: Self Disclosure				

Sumber: diolah menggunakan SPSS

(4) Uji Regresi Linear Sederhana, Pengujian regresi linear sederhana yang menunjukkan persamaan regresi, apabila konstanta (a) sebagai self disclosure (Y) sebesar  $20,181$  bernilai nol atau tidak meningkat, maka nilai tersebut tetap dan memiliki nilai koefisien regresi (b) sebagai motif diversi (X) sebesar  $1,357$ , artinya menunjukkan pengaruh yang searah. Jika motif diversi (X) ditingkatkan sebesar  $1\%$  maka self disclosure (Y) akan terpengaruh sehingga meningkat sebesar  $1,357$ . Output Uji Regresi Linear Sederhana dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Table 2. Output Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,181	4,778		4,223	,000
	Motif Diversi	1,357	,256	,472	5,301	,000
a. Dependent Variable: Self Disclosure						

Sumber : diolah menggunakan SPSS

(5) Uji Hipotesis, koefisien regresi bernilai positif dengan nilai signifikansinya  $0,00 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa (t-hitung)  $5,301 > 1,984$  (t-tabel), Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel motif diversi terhadap self disclosure.

#### IV. Kesimpulan

Adanya hubungan dan tingkat kekuatan pada variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari Uji Korelasi antara Motif Diversi (X) terhadap Self Disclosure (Y) dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ , sehingga dinyatakan adanya hubungan diantara keduanya dan nilai dari korelasi *product moment* menunjukkan hasil 0,472 yang artinya bernilai positif dan memiliki tingkat kekuatan hubungan dalam taraf sedang, yang dapat dilihat pada tabel tingkat koefisien korelasi bahwa 0,472 berada pada kisaran 0,40-0,599 yang bertaraf sedang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Azra, A. (1999). Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi. Logos Wacana Ilmu.
- Cholid, N. (2021). Pendidikan Ke-Nu-an Konsepsi Ahlussunnah Waljamaah Annahdliyah. CV Presisi Cipta Media.
- Cloete, A. L. (2016). Mediated religion: Implications for religious authority. *Verbum et Ecclesia*, 37(1), 1–6.
- Fatmawati, M. S. (2019). Women's Political Rights in Islamic Law Perspective (Analysing the Implementation in Indonesian Political System). WESTECH 2018: Proceedings of 1st Workshop on Environmental Science, Society, and Technology, WESTECH 2018, December 8th, 2018, Medan, Indonesia, 421.
- Haq, M. I., & Rifai, I. A. (2018). Internet Dalam Bingkai Dakwah Organisasi Nahdlatul Ulama. *Journal of Chinese Philosophy*, 30(2), 159–175.
- Hew, W. W. (2018). THE ART OF DAKWAH: social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siau. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79.
- Husna, Z. Z. (2021). Perkembangan Dakwah melalui Media Sosial Instagram. *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 197–208.
- Iskandar, D. (2009). Metodologi penelitian pendidikan dan sosial (kuantitatif dan kualitatif). Gaung Persada Press.
- Ismail, H. F. (2020). NU, Moderatisme, dan Pluralisme: Konstelasi Dinamis Keagamaan, Kemasyarakatan, dan Kebangsaan. *IRCiSoD*.
- Jinan, M. (2012). new media and the shifting of muslim religious authority in contemporary Indonesia. *Conference Proceedings Annual International Conference on Islamic Studies XII*, IAIN Sunan Ampel Surabaya Indonesia, 5–8.
- Kiptiyah, S. M. (2017). The Celebrity's Kyai And New Media. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 19(3), 339–352.
- Kusuma, R. S. (2018). Religious authority and social media: Indonesian da'i use of Facebook. *International Conference on Islam and Muslim Societies (ICONIS)*, 231.
- Lubis, M. S. I. (2021). Teknologi informasi dan komunikasi dalam perspektif islam. *Publik Reform*, 8(1), 79–88.
- Lundby, K., & Evolvi, G. (2021). 20 Theoretical frameworks for approaching religion and new media. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, 233.
- Mulyana, D. (2003). Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya). Remaja Rosdakarya.
- Qomar, M. (2002). NU" liberal": dari tradisionalisme ahlussunnah ke universalisme Islam. *Mizan*.
- Rachmadhani, A. (2021). Otoritas Keagamaan di Era Media Baru: Dakwah Gusmus di Media Sosial. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 5(2), 150–169.

Ridho, A., Rifa'i, A., & Sujud, M. (2022). Jagat Dakwah Nahdlatul Ulama: Dakwah Berbasis Teknologi dan Informasi di Era Digitalisasi dan Disrupsi. *AL-MUNAZZAM: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Manajemen Dakwah*, 2(2), 1–14.

Rohmah, N. N. (2024). Lansia Menyikapi Misinformasi. *Journal of Islamic Communication Studies*, 2(1), 20–32. <https://jurnalpps.uinsby.ac.id/index.php/JICOS/article/view/521>

Rumadi, R. (2012). Islam dan otoritas keagamaan. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(1), 25–54.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK (Cetakan 4)*. Alfabeta.

Watson, C. W. (2005). A popular Indonesian preacher: the significance of Aa Gymnastiar. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 11(4), 773–792.