

**FENOMENA AKUN ANONIM DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI
SUMBER INFORMASI DAN EKONOMI
Analisis Wacana pada Akun Instagram Lambe Turah**

Ari Kurnia

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie
Jl. HR Rasuna Said Kav-22, Kuningan, Jakarta Selatan 12920
Email: ari.kurnia@bakrie.ac.id

Abstrak

Kebutuhan informasi dan hiburan menjadi salah satu alasan seseorang memanfaatkan sosial media untuk mendapatkan salah satu dan atau keduanya. Kemajuan teknologi dan kepadatan aktivitas seseorang menjadi alasan memanfaatkan telepon pintar (*smartphone*) sebagai media *mobile* untuk mendapatkan informasi dan hiburan, hingga membaginya ke banyak orang secara berantai (*broadcast*). Peran sosial media, khususnya Instagram yang awalnya sebagai media dokumentasi dan berbagai foto maupun video, beralih menjadi sarana bisnis. Sukses sebagai sarana bisnis, Instagram menjadi sarana berbagi berita baik yang bersifat informatif hingga hiburan, namun tidak sedikit akun anonim yang mengatasnamakan perorangan, organisasi, hingga pemerintahan, dimana pengelola akun tersebut tidak diketahui identitasnya. Tidak seperti media yang memiliki tanggung jawab menghasilkan konten yang objektif, sosial media Instagram justru menjadi ajang popularitas. Penelitian ini melihat bagaimana akun anonim di sosial media Instagram khususnya. Penelitian fenomenologi dibagi ke dalam tiga tahap penting, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan. Tujuan penelitian ini untuk melihat dan menganalisis akun anonim Instagram yang saat ini beralih peran sebagai “akun gosip” yang menggantikan tayangan *infotainment* di televisi. Teori yang digunakan adalah *use and gratification*, yang memandang audiens sebagai individu yang aktif dalam mencari media untuk dikonsumsi dengan mempertimbangkan kepuasan yang akan didapat setelah mengkonsumsi. Penelitian ini menggunakan metode konstruktivis kualitatif dengan analisis wacana berupa observasi terhadap akun anonim Lambe Turah di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan, Instagram menggantikan sumber informasi bagi program *infotainment* di televisi, justru *infotainment* di televisi yang mengambil sejumlah berita di akun Instagram Lambe Turah.

Kata kunci: fenomena akun anonim, media sosial, Instagram, sumber informasi, sumber ekonomi

Abstract

The need for information and entertainment is one reason why people use social media to get one or both. Technological advances and the density of one's activities are the reasons for using smartphones as a mobile medium for information and entertainment, to share them with many people on a broadcast basis. The role of social media, especially Instagram which originally as a medium of documentation and various photos and videos, turned of business. Success as a business, Instagram becomes sharing good news about informative to entertainment, but not a few anonymous accounts on behalf of individuals, organizations, until the government, where the account manager unknown identity. Unlike the media that has the responsibility to produce objective content, Instagram social media actually become a show of popularity. This study looks at how anonymous accounts in social media (Instagram) in particular. Phenomenology research is divided into three important steps, there are preparation, implementation, and reporting. The purpose of this study is to view and analyze an anonymous Instagram account that currently switches its role as a "gossip account" that replaces infotainment shows on television. The case study theory which views the audience as an active individual for media to be consumed by considering the satisfaction that will be get after consuming. This research uses qualitative descriptive method with case study in the form of observation of an anonymous account of Lambe Turah in Instagram. The results showed, Instagram replace the source of information for infotainment program on television, it is infotainment on television that took news in Instagram Lambe Turah account.

Keywords: *phenomenon of anonymous accounts, social media, Instagrams, sources of information, economic resources*

Pendahuluan

Meningkatnya kebutuhan informasi membuat setiap orang bergerak cepat mendapatkan informasi dari berbagai sumber. Melihat kemajuan teknologi yang sudah merajai sejumlah alat komunikasi, membuat akses informasi mudah didapat dengan cepat. Namun sejumlah sumber informasi di internet ataupun media sosial menjadi kurang terkontrol. Banyak akun media sosial atau sejumlah alamat website yang dikelola oleh orang yang tidak diketahui identitasnya. Sejumlah akun justru bersifat anonim hingga nilai kebenaran berita juga sulit

dipertanggung jawabkan. Dari fenomena ini, sejumlah akun anonim di media sosial yang saling berbagi informasi keberadaannya meresahkan. Tidak hanya itu, sejumlah televisi turut mengambil sejumlah informasi dari akun anonim tersebut untuk ditayangkan di program mereka. Jelas ini menjadi sebuah kemunduran akan kebutuhan informasi.

Media massa dengan kelebihan audio visual seperti televisi tersebut menjadi terkesan "tidak modal" dalam membagi informasi. Jika peran wartawan sangat berperan dalam proses mencari informasi untuk dikemas di tayangan *infotainment* (Wijaya,

2015), lalu bagaimana posisi wartawan *infotainment* saat ini ketika seorang kreatif program atau produser program *infotainment* banyak mengambil data dari akun anonim seperti Lambe Turah? Akun anonim, akun palsu, akun abal-abal dan akun tidak jelas lainnya adalah orang-orang yang menulis, beropini, memanfaatkan media sosial dan beraktifitas didunia maya tanpa ingin diketahui identitas pribadinya oleh orang lain. Dengan menggunakan akun anonim, mereka merasa bebas dalam menulis, beropini, dan berkarya. Fenomena kemunculan akun anonim ini yang menjadi pergeseran sumber informasi (Eddyono, 2013).

Sejumlah informasi yang dibagi dalam akun anonim Lambe Turah di Instagram saat ini menjadi sumber informasi bagi banyak orang untuk mendapatkan informasi hingga hal-hal lain yang *viral* di sosial media. Televisi seolah tak lagi menjadi sumber media utama menggali referensi, karena keterbatasan waktu. Sementara di media sosial, dengan membuka akun anonim Lambe Turah di Instagram, sejumlah informasi yang sedang ramai dibicarakan dengan cepat telah *posting* di akun tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini menjelaskan bagaimana akun anonim yang membagi berita artis, tokoh, isu terkini hingga melakukan bisnis *endorse* di media sosial tanpa diketahui siapa pengelola akunnya dan tidak dapat dipertanggung jawabkan beritanya.

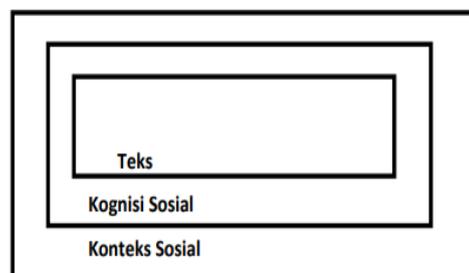
Tinjauan Pustaka

Kerangka Analisis Van Dijk

Pesan-pesan yang disampaikan pada akun anonim Lambe Turah berupa foto, video, rekaman suara, hingga penulisan *caption* atau keterangan yang menjelaskan foto, video dan rekaman suara. Tujuan membagi informasi kepada netizen, bisa berupa berita bahagia artis, tokoh, pejabat, *Youtubers*, dan orang-orang yang sedang menjadi perbincangan hangat. Namun bisa jadi foto, video, rekaman suara dijelaskan dengan *caption* atau keterangan berupa asumsi si pengelola akun Lambe Turah yang anonim tersebut.

Tahapan Konstruksi dalam Teori Analisis Wacana

Menurut Van Dijk, wacana memiliki tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti dari analisis Van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu.



Gambar 1: Diagram Model Analisis Van Dijk

(Sumber: Eriyanto, 2001: 225)

Kerangka Analisis Van Dijk

Seperti pada tahapan konstruksi yang sudah dijelaskan sebelumnya, analisis wacana menurut Van Dijk memiliki tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial dengan kerangka sebagai berikut:

1. Teks melihat suatu teks terdiri dari tiga tingkatan, yaitu struktur makro yang merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepakan dalam suatu tulisan. Selanjutnya struktur wacana berhubungan dengan kerangka suatu teks, yang tersusun pada tulisan secara utuh. Dan yang ketiga adalah struktur mikro, yaitu wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, *paraphrase*, dan gambar.
2. Kognisi Sosial merupakan kesadaran wartawan yang membentuk teks tersebut. Kognisi sosial ini penting dan menjadi kerangka yang tidak terpisahkan untuk memahami teks media. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa.
3. Konteks Sosial memanfaatkan dan mengambil analisis linguistik tentang kosakata, kalimat, proposisi, dan paragraf untuk menjelaskan dan memaknai suatu teks. Konteks sosial merupakan dimensi untuk

menjelaskan bagaimana suatu teks diproduksi oleh individu atau kelompok pembuat teks.

Fenomenologi

Penelitian fenomenologi pertama dikemukakan oleh Edmund Husserl (1859-1938) seorang filsuf Jerman. Pada mulanya penelitian ini bermula dari penelitian sosial. Ada beberapa pengertian tentang fenomenologi menurut Husserl diantaranya yaitu:

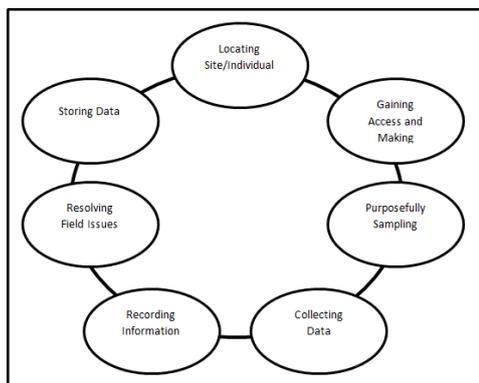
1. Pengalaman subjektif atau fenomenologikal.
2. Suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang.

Bagi Husserl, Fenomenologi ialah ilmu pengetahuan (*logos*) tentang apa yang tampak (*phenomena*). Fenomenologi dengan demikian, merupakan ilmu yang mempelajari atau apa yang menampakkan diri *fenomenon*. Tahapan-tahapan penelitian fenomenologi Husserl (Kuswarno, 2009 : 47-53) antara lain:

- a) Epoche, adalah pemutusan hubungan dengan pengalaman yang peneliti miliki sebelumnya. Dalam melakukan penelitian fenomenologi, epoche ini mutlak harus ada. Terutama ketika menempatkan fenomena dalam kurung (*bracketing method*). Memisahkan fenomena dari keseharian dan dari unsur-unsur fisiknya, dan ketika mengeluarkan "kemurnian" yang ada padanya. Jadi epoche adalah cara untuk melihat dan menjadi, sebuah sikap mental yang bebas.

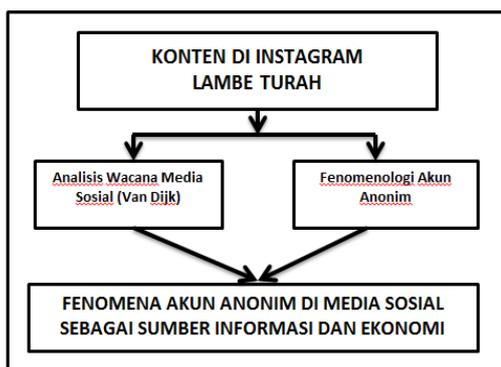
- b) Reduksi, ketika epoche adalah langkah awal untuk “memurnikan” objek dari pengalaman dan prasangka awal, maka tugas dari reduksi fenomenologi adalah menjelaskan dalam susunan bahasa bagaimana objek itu terlihat. Tidak hanya dalam term objek secara eksternal, namun juga kesadaran dalam tindakan internal, pengalaman, ritme dan hubungan antara fenomena “aku”, sebagai subjek yang diamati. Fokusnya terletak pada kualitas pengalaman, sedangkan tantangannya ada pada pemenuhan sifat-sifat alamiah dan makna dari pengalaman.
- c) Variasi Imajinasi, adalah mencari makna-makna yang mungkin dengan memanfaatkan imajinasi, kerangka rujukan, pemisahan dan pembalikan, dan pendekatan terhadap fenomena dari perspektif, posisi, peranan dan fungsi yang berbeda. Tujuannya untuk mencapai deskripsi struktural dari sebuah pengalaman (bagaimana fenomena berbicara mengenai dirinya). Berikut adalah langkah-langkah dalam tahap variasi imajinasi:
- 1) Sistematisasi struktur makna yang mungkin, dengan mendasarkan pada makna tekstural.
 - 2) Mengenali tema-tema pokok dan konteks ketika fenomena muncul.
 - 3) Menyadari struktur universal yang mengedepankan perasaan dan pikiran dalam kerangka rujukan fenomena. Seperti struktur waktu, ruang, perhatian, bahan, kausalitas, hubungan dengan diri dan dengan orang lain.
 - 4) Mencari contoh-contoh yang dapat mengilustrasikan tema struktur varian dan memfasilitasi pembangunan deskripsi struktural dari fenomena.
- d) Sintesis Makna dan Esensi, tahap terakhir dalam penelitian fenomenologi transendental adalah integrasi intuitif dasar-dasar deskripsi tekstural dan struktural ke dalam suatu pernyataan yang menggambarkan hakikat fenomena secara keseluruhan. Dengan demikian, tahap ini adalah tahap penegakan pengetahuan mengenai hakikat.

Prosedur pengumpulan data pada penelitian fenomenologi terdapat langkah-langkah yang harus diikuti (Creswell, 1994) yaitu dimulai dari penentuan lokasi atau individu, kemudian membangun akses dan *rapport*, memilih sampling secara purposif, pelaksanaan pengumpulan data itu sendiri di lapangan, mencatat informasi, memecahkan isi-isu lapangan, menyimpan data serta kembali lagi pada langkah awal. Keseluruhan lingkaran pengumpulan data yang akan dilakukan dapat dilihat pada gambar berikut (Creswell, 1998:110):



**Gambar 1. Lingkaran Pengumpulan Data
(A Data Collection Circle)**

Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

Metode

Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis, yang menentukan bagaimana peneliti memandang suatu masalah penelitian, menentukan metodologi penelitian dan menganalisis data yang diperoleh dari penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara

mendalam (*Indepth Interview*) dan terbuka (*Open Ended*) yang berisi kutipan langsung dari narasumber mengenai pengalaman mereka, opini mereka, perasaan atau pengetahuan mereka. Selanjutnya pengamatan langsung (*Direct Observation*) berisi rincian konstruktivis kegiatan orang-orang, perilaku, aksi, proses interaksi antarmanusia atau didalam organisasi yang semua dapat diamati. metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis wacana terhadap akun media sosial di Instagram yang teridentifikasi kepemilikan akun anonim. Sementara kajian analisis dokumen mencatat hal-hal yang relevan dengan penelitian dari berbagai alat rekam seperti buku, manuskrip, koran, film, dan sebagainya (Patton, 1990).

Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis data menggunakan pendekatan analisis wacana dan fenomenologi ini menjelaskan pada masing-masing analisisnya sebagai berikut:

- 1) Analisis Framing menurut Van Dijk
Menggabungkan ketiga dimensi wacana ke dalam satu kesatuan analisis, yaitu:
 - a. Teks
Teks yang terdapat pada akun anonim Instagram Lambe Turah tidak hanya berisi foto, video, gabungan keduanya (foto dan video), *caption* berupa judul yang menjelaskan foto atau video tersebut. Teks tersebut tidak hanya menjelaskan pada sosok atau tokoh yang dibagi tetapi juga

pada iklan. Misalnya iklan kecantikan, bisnis dan lain-lain.

b. Kognisi Sosial

Dalam tahap kognisi sosial, pengelola akun anonim Lambe Turah setiap kali memberikan *caption* pada setiap foto atau video yang dibagi menjelaskan teks itu sendiri. Kadang foto dan atau video yang dibagi tanpa menggunakan *caption* atau kosong namun untuk hal-hal yang bersifat porno atau simbol-simbol seksualitas. Sehingga, setiap *followers* yang mengisi kolom tersebut akan berkomentar macam-macam yang mungkin saja sesuai maksud dari pengelola akun anonim Lambe Turah tersebut.

c. Konteks Sosial

Dari komponen teks dan kognisi yang didapat pada foto dan atau video yang dibagi yang dilengkapi dengan *caption* tertentu, si pengelola akun anonim Lambe Turah merupakan bentuk dari pesannya akun anonim tersebut dalam menyampaikan sebuah informasi yang dibagi di akun sosial media bergenre *entertaining gossip by social media* tersebut. Sehingga dari banyaknya postingan foto dan atau video yang dibagi berisi bagaimana sebuah akun anonim gossip yang tidak diketahui siapa pengelolanya bisa dengan mudah menciptakan sebuah asumsi pribadi tentang apa dan siapa

yang dibagi di sosial media Instagram tersebut.

2) Fenomenologi menurut Edmund Husserl

Menggunakan 4 tahap dalam menjawab penelitian Fenomenologi ini, antara lain:

a. Epoche

Meskipun peneliti memiliki akun Instagram yang juga mengikuti akun anonim Lambe Turah, namun peneliti tidak ikut terlibat dalam aksi komentar sehingga tidak berasumsi apapun mengenai berbagai konten yang dibagi. Peneliti hanya mengikuti konten yang dibagi dan bersifat bebas tanpa ikut terlibat dalam diskusi di kolom komentar namun peneliti bebas berprasangka apapun dari apa yang peneliti baca dari setiap komentar para *followers* yang berkomentar.

b. Reduksi

Peneliti menjelaskan bagaimana setiap konten yang dibagi di Instagram Lambe Turah mulai dari susunan bahasa yang digunakan untuk menjelaskan konten tersebut.

c. Variasi Imajinasi

Konten yang dibagi dalam akun anonim Lambe Turah dimaksudkan menjelaskan bagaimana *image* objek yang dibicarakan. Bisa positif bahkan negatif. Dan setiap *caption* yang ditulis, sering kali diajukan pertanyaan kepada *followers* akun Lambe Turah, seperti

“menurut kalian gimana *guys*”, “*no comment*”, “ada yang setuju?”, dan “isi sendiri”. *Caption* ini dimaksudkan untuk mencapai deskripsi struktural dari sebuah pengalaman, dimana sebuah keadaan atau fenomena menjelaskan tentang dirinya.

d. Sintesis Makna dan Esensi

Pada hakikatnya, segala konten yang dibagi dalam akun anonim Lambe Turah hanya sebagai informasi yang menjelaskan foto dan atau video, namun karena objek yang dibagi kebanyakan adalah artis dan orang-orang yang sedang *viral* atau sedang menjadi pembicaraan banyak orang, maka akun anonim Lambe Turah disebut juga sebagai akun gosip yang nilai kebenarannya tidak dapat dipertanggung jawabkan karena tidak menampilkan sumber, namun hanya berupa foto yang diambil dari *camera handphone*.

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Wacana menurut Van Dijk yang ditampilkan dalam sosial media Instagram akun anonim Lambe Turah, jika dilihat dari teks (foto, video, dan *caption*) tidak hanya menjelaskan sosok atau tokoh tetapi juga pada iklan. Artis atau tokoh yang dibicarakan sebagai pengantar untuk membuat sejumlah *followers* membaca.

Semakin banyak *followers* atau netizen yang berkomentar di kolom komentar foto atau video tersebut, maka sejumlah orang pebisnis online di Instagram juga ikut berkomentar namun bukan berisi komentar konten melainkan promosi produk yang dijualnya. Jika dilihat dari kognisi sosial, simbol-simbol yang ditunjukkan pada setiap foto atau video yang dibagi di akun anonim Lambe Turah namun tidak menggunakan *caption* dimaksudkan agar *followers* atau netizen mengisi sendiri makna dari foto dan atau video yang dibagi. Dengan harapan, interpretasi pengelola akun Lambe Turah sama dengan komentar yang ditulis *followers* atau netizen di kolom komentar. Sementara konteks sosial merupakan bentuk dari pesan akun anonim tersebut, yang bergenre *entertaining gossip by social media*. Pengelola akun Lambe Turah menciptakan asumsi pribadi tentang apa dan siapa yang dibagi di Instagram.

2. Fenomenologi menurut Edmund Husserl dengan 4 tahapnya menjelaskan bahwa dari tahap epoche hingga sintesis makna dan esensi dapat disimpulkan akun anonim Lambe Turah sebagai akun gosip yang nilai kebenarannya tidak dapat dipertanggung jawabkan karena tidak menampilkan sumber, namun hanya berupa foto yang diambil dari *camera handphone* dimana si pemilik dan pengambil

gambar tersebut pun tidak diketahui siapa.

3. Dalam kaitannya dengan wacana dari fenomena akun anonim Lambe Turah, bahwa segala konten yang ditampilkan di akun anonim Lambe Turah tidak hanya berisi *update* informasi yang sedang menjadi isu atau *viral* di media sosial, tetapi juga hal-hal lain yang coba diangkat dari pengelola akun anonim Lambe Turah mengenai artis, tokoh politik atau hal-hal lain yang dianggap memiliki sisi unik, lucu, hingga memalukan. Selanjutnya, hal ini yang menjadi perbincangan dan memenuhi kolom komentar di konten yang dibagi di akun anonim Lambe Turah tersebut.
4. Kaitannya dengan informasi dan ekonomi, bahwa akun anonim Lambe Turah juga melakukan transaksi bisnis *endorse* kepada sejumlah pebisnis online. Pola promosi akun pebisnis online bis masuk di setiap kolom komentar konten yang sedang dibicarakan, bisa juga dibagi langsung oleh pengelola akun anonim lambe Turah melalui *posting-an* produk itu sendiri. Banyaknya postingan dan berulangnya promosi sudah disepakati antara kedua pihak (pebisnis online dan pengelola akun anonim lambe Turah). Adanya pebisnis online yang mau menjajakan usahanya di akun Instagram orang, membuktikan pebisnis online mampu membaca pasar, bahwa kebutuhan informasi kini dapat dengan mudah, murah,

dan cepat diakses melalui media sosial, dengan jumlah penggunanya yang tidak sedikit pula. Laporan Tetra Pak Index 2017 mencatat ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara hampir setengahnya adalah pengguna media sosial, atau berkisar diangka 40%. Angka ini meningkat lumayan dibanding tahun lalu, di 2016 kenaikan pengguna internet di Indonesia berkisar 51% atau sekitar 45 juta pengguna, diikuti dengan pertumbuhan sebesar 34% pengguna aktif media sosial. Sementara pengguna yang mengakses sosial media melalui mobile berada di angka 39%. (detik.com, 27 September 2017). Jadi media sosial, dianggap efektif dan cepat selain dalam menyebarkan informasi melainkan media ekonomi.

Daftar Pustaka

- Creswell, John W. 1994. *Research Design: Qualitative & quantitative approach*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Detik.com, 17 September 2017 (<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-pengguna-media-sosial>)
- Eriyanto, "Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media", Yogyakarta, LKIS, 2009.

- Kuswarno, Engkus (2009). *Metedologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Patton, QM. 1990. *Qualitative Evaluation and research methods*. CA sage Publications, Newbury Park.
- Shofiyullah Mz. *Fenomenologi Edmund Husserl (Suatu Pendekatan Memahami Ketegangan Religiusitas)*. Jurnal Ilmu-ilmu Ushuluddin Esensia. Vol. 1. 3, No. 2, Juli, 2002.
- Eddyono, A. S. 2013. Twitter, Kawan Sekaligus Lawan bagi Redaksi Berita. *Journal Communication Spectrum*, Vol. 3(1), 47-66
- Wijaya, B. S. 2015. Desire and Pleasure in the Branded Reality Show as a Discursive Psychoanalysis. *Jurnal Humaniora*, Vol. 27(1), 227-241