

Pemanfaatan Twitter Akun *Autobase* @JPFBASE Sebagai Media Komunikasi Bagi Kalangan Penikmat *Pop-Culture* Jepang di Pekanbaru

¹Kamila Khairunnisa, ²Dyah Pithaloka

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau, Indonesia

E-mail: ¹kamilaknisaa@student.uir.ac.id, ²pithaloka@comm.uir.ac.id

**Kamila Khairunnisa

Diterima : September 2023

Disetujui : September 2023

Diterbitkan : Oktober 2023

Abstrak

Keberadaan berbagai budaya Jepang, meningkatkan karakteristik mereka secara global. Akun autobase @JPFBASE adalah media yang dikhususkan bagi para penggemar untuk berbagi opini, informasi, dan berdiskusi tentang hal-hal yang berkaitan dengan pop-culture Jepang. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana penggemar pop-culture Jepang memanfaatkan fitur autobase sebagai media komunikasi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan para peminat pop-culture Jepang memanfaatkan akun @JPFBASE sebagai sarana informasi, sarana menjalin hubungan, sarana edukasi, dan sarana hiburan. Hasil penelitian mengungkapkan faktor pendukung dan penghambat berperan besar dalam pemanfaatan basis tersebut. @JPFBASE adalah akun yang terbuka untuk umum bagi para pengikutnya untuk mendiskusikan konten Jepang terkait secara terbuka. Sebaliknya, followers yang belum difollow oleh @JPFBASE tidak bisa mengirimkan menfess. Karena followers yang masif, beberapa menfess seringkali tidak terjangkau.

Kata Kunci: Budaya Populer, Fitur Autobase, Twitter

Abstract

Existence of various japan culture, globally enhance their characteristics. The @JPFBASE is an autobase, a media-devoted account which commonly used for sharing and discussion on japanese pop culture matters. This research was conducted to perceive how Japanese pop-culture fans utilize the autobase feature as a communication tools. This study was conducted by using a descriptive qualitative approach through in-depth interviews, observation, and documentation. The result indicates Japanese pop-culture enthusiasts use the @JPFBASE account as a tool of information, establishing relationships, educational tool, and an entertainment facility. The research revealed the supporting and inhibiting factors played a major role for the utilization of the base. The @JPFBASE is a generally-open account for its followers to openly discuss the related Japanaese content. In contrast, the followers that has not been followed by the @JPFBASE are unable to send the menfess. Due to a massive followers, several menfess are often unreachable.

Keywords: Popular Culture, Autobase Features, Twitter

PENDAHULUAN

Jepang merupakan sebuah negara yang memiliki beragam budaya, baik itu budaya tradisional maupun budaya *modern* atau biasanya disebut sebagai budaya populer (*pop-culture*). Keberadaan *pop-culture* tidak menghilangkan nilai-nilai dari budaya tradisional yang sudah tertanam di tengah masyarakat. Kedua budaya ini hidup berdampingan bahkan seiring berjalannya waktu berbagai *pop-culture* Jepang seperti *anime* (animasi), *manga* (komik), *game* (permainan), *J-music* (musik Jepang), *dorama* (serial drama), dan *cosplay* (permainan kostum) yang menjadi ciri khas negara Jepang, telah berkembang ke seluruh dunia. *Pop-culture* Jepang hadir karena adanya fenomena dimana Jepang mengalami permasalahan seperti melambatnya pertumbuhan ekonomi pada tahun 1990-an sehingga terjadinya defisit keuangan (Aqilla & Yogyakarta, 2022). Kondisi ini membuat kalangan generasi muda dalam mendorong kreativitasnya untuk berekspresi dan mengembangkan diri di tengah perekonomian yang melambat.

Pemerintah Jepang memutuskan untuk melakukan diplomasi budaya. Kementerian Luar Negeri mengembangkan proyek budaya dengan cara menetapkan Doraemon sebagai duta *anime* pada bulan Maret 2008. Lalu pada Januari 2009, mereka mempromosikan serta memperkenalkan bahasa Jepang ke beberapa negara melalui *The Japan Foundation* dengan mengirimkan beberapa sukarelawan melalui program *Japan Culture Volunteers Program*. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menyebarkan daya tarik Jepang, serta mempromosikan budaya populer untuk meningkatkan citra negara Jepang di tengah warga negara asing.

Pop-culture Jepang yang unik menjadi sebuah gerbang bagi Pemerintah Jepang dalam melakukan diplomasi dengan negara lain, termasuk Indonesia. Dengan menyebarkan budaya yang dimiliki Jepang di Indonesia, Jepang berhasil mendapatkan atensi oleh masyarakat Indonesia khususnya di kalangan muda mengenai nilai-nilai kebudayaan Jepang. Fakta bahwa Jepang pernah menjajah Indonesia menimbulkan hubungan yang tidak baik antara kedua negara ini. Pasca penjajahan, membuat masyarakat Indonesia tidak dapat menerima kembali kehadiran Jepang. Pada tahun 1958 hubungan diplomatik antara Indonesia dengan Jepang dimulai dengan adanya perjanjian perdamaian antara Indonesia dengan Jepang (Kunjana, 2018). Dengan masuknya produk *pop-culture* Jepang ke Indonesia membuat pola pikir serta pandangan masyarakat Indonesia mengenai Jepang berubah perlahan-lahan.

Kesuksesan diplomasi budaya antara satu negara dengan negara lainnya didasari oleh bagaimana presepsi masyarakat negara penerima dengan negara pengirim budaya. Di masa sekarang, Indonesia cukup familiar dengan *pop-culture* dari beberapa negara selain Jepang,

salah satunya yaitu Korea Selatan. Jika membandingkan antara penyebaran *pop-culture* Jepang dengan Korea Selatan, *pop-culture* Jepang lebih dahulu masuk ke dalam Indonesia, mengingat *anime* dengan judul *Wanpaku Omukashi Kumu Kumu* sudah beredar di stasiun televisi TVRI pada akhir era 1970-an. Namun, program *Cool Japan* baru dikenalkan pada tahun 2010. Produk *pop-culture* Jepang yang disebarkan di Indonesia antara lain yaitu *anime* (animasi), *manga* (komik), *game* (permainan), *J-music* (musik Jepang), *dorama* (serial drama), dan *cosplay* (permainan kostum). Masyarakat Indonesia menaruh perhatian terhadap *anime* dan *manga* ketika produk tersebut baru memperlihatkan keberadaannya. Namun, terdapat kendala dalam penyebaran *pop-culture* Jepang di Indonesia dikarenakan terdapat masalah sensor yang dilakukan pemerintah Indonesia. Tidak hanya itu, penyebaran *J-music* juga berhasil diterima oleh masyarakat Indonesia. Sangat disayangkan karena minimnya dukungan dari pemerintah dan eksklusivitas industri musik Jepang membuat *J-music* tidak terlalu populer di kalangan remaja (Islamiyah et al., 2020).

Sedangkan *pop-culture* Korea Selatan atau biasanya disebut dengan arus gelombang budaya Korea (*Korean Wave*) atau *Hallyu*, mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2002 dengan munculnya serial drama yang berjudul *Endless Love* di salah satu stasiun televisi swasta. Selain itu, produk *K-Pop* berhasil masuk dan mewarnai industri musik di Indonesia sejak tahun 2011. Hingga saat ini, tingginya tingkat popularitas *Korean Wave* di Indonesia membuat para produsen *K-pop* yakin untuk mengadakan konser di Indonesia untuk mempertemukan para penggemar dengan idol mereka melalui berbagai acara (Putri, 2017).

Tabel 1. Perbandingan Budaya Jepang dan Korea Selatan di Indonesia

Jepang	Korea Selatan
Masuk ke Indonesia sejak akhir tahun 1970-an	Masuk ke Indonesia sejak tahun 2002
Budaya populer yang disebarkan berbentuk <i>anime</i> , <i>manga</i> , <i>game</i> , <i>J-music</i> , <i>dorama</i> , dan <i>cosplay</i>	Budaya populer yang disebarkan berbentuk serial drama dan <i>K-Pop</i>
Memperkenalkan <i>Cool Japan</i> pada tahun 2010	Memperkenalkan <i>Hallyu</i> atau <i>Korean Wave</i> pada tahun 2002
Pernah mengalami resistensi dari pemerintah Indonesia dan terkendala dengan sensor	Tidak pernah mengalami resistensi dari pemerintah Indonesia

Sumber: Jurnal dengan judul "Diplomasi Budaya Jepang dan Korea Selatan di Indonesia tahun 2020: Studi Komparasi"

Budaya Jepang memiliki tingkat kepopuleran yang tinggi di Indonesia pada awal tahun 2000-an. Hal ini ditunjukkan dengan tersebarnya komunitas penikmat *pop-culture* Jepang pada saat itu. Namun, terjadinya penurunan tren *pop-culture* Jepang pada tahun 2013 dikarenakan program diplomasi budaya Jepang terlambat menyadarinya. Di sisi lain, penyebaran *pop-culture* Korea berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia dengan kehadiran group band dan serial drama. Hal ini berdampak terhadap gaya pakaian, aliran musik, dan drama di kalangan muda mulai berkiblat pada Korea Selatan. Namun, hal ini tidak membuat *pop-culture* Jepang tenggelam dan tetap bertahan di tengah masyarakat, terbukti dengan banyaknya festival budaya Jepang yang diadakan di Indonesia, salah satunya di Kota Pekanbaru.

Masuknya budaya Jepang di Pekanbaru ditandai dengan banyaknya kelompok atau kumpulan penikmat *pop-culture* Jepang. Beberapa kelompok penikmat *pop-culture* Jepang di Pekanbaru antara lain yaitu; 1) *Japanese Club* (salah satu ekstrakurikuler di SMAN 8 Pekanbaru), 2) *Seikatsu Cosplay* (komunitas khusus cosplay), 3) Kampus *Weaboo* Pekanbaru (komunitas penikmat *pop-culture* Jepang dan tidak dikelompokkan), dan lainnya. Tidak hanya itu, di Pekanbaru juga sering mengadakan festival budaya Jepang. Pada bulan November 2022 lalu, festival kebudayaan Jepang diadakan di Mal Ciputra Seraya. Dalam waktu dekat ini, Pekanbaru Otaku Nakama yang merupakan *event* kebudayaan Jepang terbesar di Pekanbaru juga akan mengadakan festival pada bulan Februari tahun 2023.

Internet menjadi media yang digunakan dalam mendistribusikan produk-produk *pop-culture* Jepang di Indonesia. Para penikmat *pop-culture* Jepang di Pekanbaru juga memanfaatkan internet dalam berbagi informasi dan berkomunikasi. Bersamaan dengan perkembangan teknologi dan pertukaran informasi, membuat para penggunanya semakin terikat dengan media, terutama dalam penggunaan media sosial. Penikmat *pop-culture* Jepang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, berinteraksi, berdiskusi, serta berbagi informasi mengenai hal-hal seputaran *pop-culture* Jepang. Dengan menggunakan media sosial, mereka dapat berkomunikasi serta berbagi informasi tanpa adanya batas ruang dan waktu.

Saat ini, ada berbagai jenis media sosial dengan keunggulannya masing-masing. Salah satu jenis media sosial yang paling banyak digunakan yaitu jenis *microblog* seperti *Twitter*. *Twitter* merupakan sebuah media sosial berbentuk *microblogging* yang digunakan untuk membagikan pengalaman, aktivitas sehari-hari, opini, dan beberapa informasi lain kepada pengguna lainnya. *Twitter* merupakan salah satu situs media sosial yang berkembang pesat di

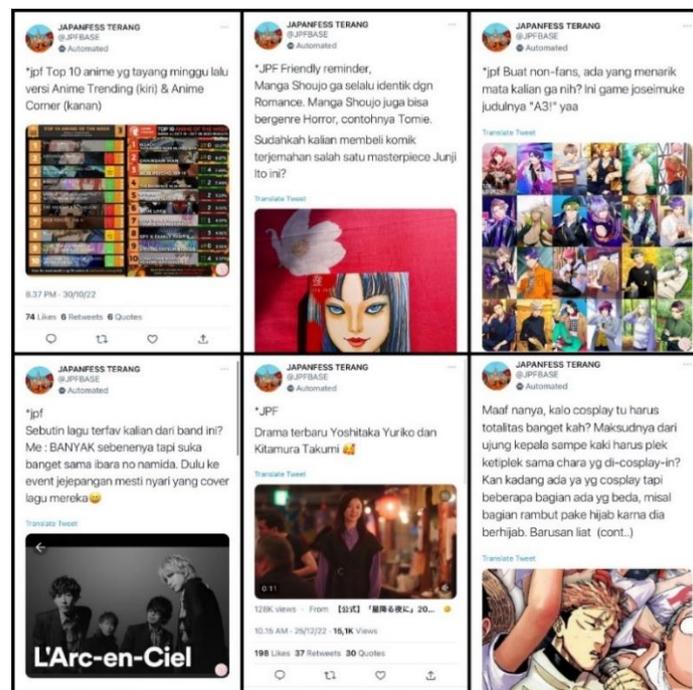
tengah masyarakat karena hanya dengan menggunakan perangkat dan jaringan internet para penggunanya dapat langsung berinteraksi di manapun dan kapanpun. *Twitter* hadir sejak tahun 2006 yang dibentuk oleh Jack Dorsey (Rezeki, 2020). Berdasarkan laporan We Are Social jumlah pengguna *Twitter* di Indonesia menyentuh angka 18,45 juta di tahun 2022. Hal ini membuat Indonesia menjadi peringkat ke lima negara pengguna *Twitter* terbesar di dunia.

Twitter menjadi salah satu aplikasi yang dimanfaatkan oleh penikmat *pop-culture* Jepang untuk mencari informasi mengenai hal-hal yang mereka butuhkan. *Twitter* memiliki fitur pencarian (*search*). Hanya dengan mengetik kata kunci (*keyword*), *Twitter* akan memberi penggunanya akses berupa cuitan yang mengandung informasi tersebut. *Twitter* merupakan media sosial yang dipilih untuk mencari informasi karena tingkat kecepatan tersebarnya informasi sangat tinggi. *Twitter* dapat menyebarkan informasi dengan banyak orang tanpa membatasi siapa yang menerima informasi tersebut. Namun, segala hal di dunia ini memiliki sisi positif dan negatif. Menurut Abdulloh (Abdulloh & Hidayatullah, 2019) banyak pengguna *Twitter* yang tidak menggunakan teknologi secara bijak dengan melakukan hal-hal yang berbau negatif seperti, penyebaran berita bohong (*hoax*), penipuan, menebar kebencian, menggiring opini, mem-posting sesuatu yang mengandung unsur SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan), serta terjadinya tindakan *bullying*. Hal-hal seperti ini menjadi dampak negatif dari penggunaan *Twitter* di tengah masyarakat. Namun, terlepas dari pandangan negatif tersebut, tidak membuat para penikmat *pop-culture* Jepang beralih dari *Twitter* karena banyaknya fitur yang tersedia.

Salah satu fitur *Twitter* yang dimanfaatkan oleh penikmat *pop-culture* Jepang yaitu akun *autobase*. *Twitter* menjadi satu-satunya media sosial yang menyediakan fitur *autobase*. Fitur *autobase* dimanfaatkan para penikmat dalam memperkaya informasi mengenai *pop-culture* Jepang. Akun *autobase* yang digunakan para penikmat *pop-culture* Jepang yaitu akun dengan nama pengguna (*username*) @JPFBASE. Akun @JPFBASE merupakan media yang didedikasikan kepada para penikmat *pop-culture* Jepang untuk berbagi pendapat, berbagi informasi, serta berdiskusi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan *pop-culture* Jepang. Akun @JPFBASE menjadi pilihan yang ingin diteliti karena akun @JPFBASE merupakan akun yang bertemakan *pop-culture* Jepang yang memiliki pengikut (*followers*) terbanyak dibandingkan dengan akun *autobase* yang memiliki fokus yang sama, contohnya yaitu @JAPANFESS. Hingga November 2022, akun @JPFBASE memiliki sekitar 798.000 followers.



Gambar 1. Profil Akun @JPFBASE



Gambar 2. Postingan Pop-Culture Jepang di Akun @JPFBASE

Terdapat banyak akun *autobase* yang bertemakan *pop-culture* Jepang, namun kebanyakan dari akun tersebut hanya membahas secara khusus, contohnya akun *autobase* yang dibuat berdasarkan judul dari sebuah *anime* dengan *username* @tokrevfess (Tokyo Revengers), @noragamifess (Noragami), @BSDFESS (Bungou Stray Dogs), dan @HxHMenfess (Hunter X Hunter). Beberapa akun tersebut merupakan akun *autobase* yang dikhususkan untuk membahas sesuatu yang berhubungan dengan judul dari sebuah *anime*. Selain itu, terdapat akun dengan *username* @ANIMEFESS yang hanya membahas seputar

anime, akun ini tidak menerima *mention confess* atau biasa disebut dengan *menfess* mengenai *manga* atau hal lain diluar *anime*, namun akun @JPFBASE membahas secara umum mengenai *pop-culture* Jepang tanpa pengecualian.

Para *followers* dapat mengirimkan *menfess* berbentuk pertanyaan, meminta pendapat, atau segala hal yang berhubungan dengan Jejepangan kepada akun @JPFBASE, lalu pesan tersebut akan terunggah secara otomatis dengan bantuan *bot*. Ketika pesan sudah terunggah di akun @JPFBASE, para pengguna *Twitter* atau *followers* akun @JPFBASE saling berhubungan dikarenakan mereka dapat saling berkomunikasi dengan anggota lainnya baik sebagai pengirim pesan atau *sender* (pengirim *menfess*) maupun sebagai *followers* yang menanggapi unggahan tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana para penikmat *pop-culture* Jepang memanfaatkan fitur *autobase* sebagai media komunikasi. Peneliti ingin mempelajari bagaimana para penikmat *pop-culture* Jepang akhirnya memilih akun *autobase* @JPFBASE untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Berdasarkan banyaknya akun *autobase* dan penggunaannya bagi para pengguna *Twitter*, peneliti tertarik untuk mengkaji pemanfaatan *Twitter* akun *autobase* @JPFBASE sebagai wadah untuk berkomunikasi bagi kalangan penikmat *pop-culture* Jepang di Pekanbaru.

METODOLOGI PENELITIAN

Uses-and-gratifications (U & G) merupakan salah satu teori yang banyak digunakan dalam penelitian tentang penggunaan media. Teori ini memberikan perhatian pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Penelitian dengan teori *Uses and Gratification* akan bertumpu pada khalayak yang mengharuskan peneliti untuk memperlihatkan manfaat dan kepuasan yang dirasakan pengguna media tersebut. Asumsi dasar yang berkaitan dengan penelitian ini adalah *audience* yang aktif dengan penggunaan media berorientasi pada tujuan, *inisiatif* yang menghubungkan antara kebutuhan kepuasan dan pilihan media spesifik terletak di tangan *audience*. Peneliti menegaskan bagaimana manfaat, faktor penghambat, dan faktor pendukung yang dirasakan oleh pengguna? Beberapa indikator dari manfaat, faktor penghambat, dan faktor pendukung tersebut adalah sesuatu yang bersifat *general* dalam akun *autobase* @JPFBASE tersebut.

Setelah ditinjau dari jenis datanya, pendekatan penelitian yang paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diartikan sebagai sebuah penelitian yang menganalisa suatu peristiwa tindakan sosial yang alami menekankan pada cara orang menafsirkan, dan memahami

pengalaman mereka untuk memahami realitas sosial sehingga individu mampu memecahkan masalahnya sendiri (Mohajan, 2018). Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang akan peneliti kumpulkan berupa informasi melalui wawancara, catatan dari observasi lapangan, dokumen pribadi, serta dokumentasi-dokumentasi yang diperlukan.

Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga data objektif mudah untuk didapatkan (Adhimah, 2020). Menurut Abdussamad (Abdussamad, 2021: 79) pendekatan kualitatif fokus kepada kualitas dari sebuah objek penelitian, seperti emosi manusia, nilai, makna, emosi, dan lainnya. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data berupa deskriptif. Dikarenakan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, maka maksud dari penelitian ini yaitu untuk menghasilkan deskripsi secara sistematis mengenai data dan informasi dari wawancara serta observasi sehingga peneliti dapat memaparkan situasi dan peristiwa secara mendalam dan rinci mengenai pemanfaatan *Twitter* akun *autobase* @JPFBASE sebagai media komunikasi bagi kalangan penikmat *pop-culture* Jepang di Pekanbaru.

Untuk mendapatkan hasil yang mendalam dibutuhkan subjek penelitian. Subjek penelitian yaitu sumber data yang dimintai informasinya sesuai dengan permasalahan penelitian. Tatang M. Amirin menyebutkan dalam (Rahmadi, 2011: 61) bahwa subjek penelitian adalah sumber dimana peneliti dapat memperoleh keterangan penelitian. Subjek penelitian yang memiliki kompetensi menjadi suatu keharusan untuk memperoleh data data yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *followers* dari akun @JPFBASE di Pekanbaru.

Menurut Abdussamad (Abdussamad, 2021: 135) teknik *snowball sampling* merupakan metode yang digunakan untuk menentukan, memilih, serta mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Dalam pelaksanaannya, teknik ini didasari oleh analogi bola salju, yaitu pada awalnya dimulai dari bola salju yang kecil, lalu bersamaan dengan penambahan salju maka bola itu kemudian membesar secara bertahap ketika digulingkan dalam hamparan salju. Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* dikarenakan tidak diketahuinya jumlah populasi yaitu *followers* dari akun @JPFBASE. Teknik *snowball sampling* merupakan salah satu cara yang dapat diandalkan dalam menemukan informan sebagai sasaran penelitian melalui hubungan keterkaitan langsung maupun tidak langsung dalam suatu jaringan, sehingga mampu mencapai jumlah sampel yang

dibutuhkan. Oleh karena itu, penggunaan teknik *snowball sampling* dianggap lebih efektif, efisien, dan akurat. Dalam menentukan informan didasari oleh pertimbangan bahwa sumber data yang diminta keterangannya sesuai dengan permasalahan penelitian. Peneliti menentukan informan dengan kriteria tertentu, yakni; 1) pengguna *Twitter*, 2) mengikuti akun @JPFBASE, 3) berdomisili di Pekanbaru, dan 4) bersedia menjadi informan.

Moleong (Moleong, 2007: 324) mengatakan kriteria yang digunakan untuk melakukan pemeriksaan keabsahan data yaitu *confirmability* (kepastian), *transferability* (keteralihan), *credibility* (kepercayaan), dan *dependability* (ketergantungan). Dalam penelitian ini, teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi metode. Triangulasi yang digunakan adalah membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini, informan *followers* Akun *Autobase* @JPFBASE merasakan bahwa akun tersebut memberikan manfaat yang *general* terkait *Pop-Culture* Jepang. Hal tersebut relevan dengan hasil penelitian dengan teori *Uses and Gratifications* yang dilakukan oleh (Ayu Khoirotul Umaroh et al., 2023) terkait pemanfaatan media sosial sebagai informasi terhadap pengikut akun tersebut. Tidak berbeda jauh dengan Akun *Autobase* @JPFBASE yang juga memberikan gambaran terkait faktor penghambat dan pendukung yang dirasakan oleh *followers*.

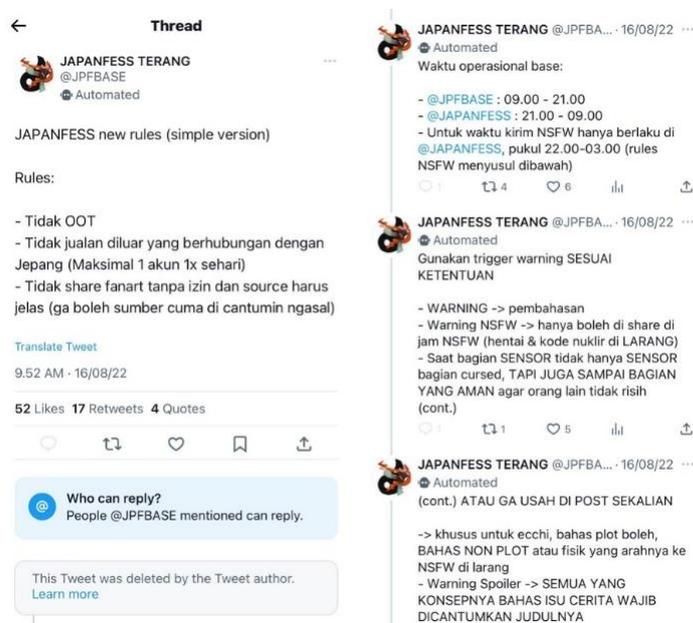
Sejak dulu, fitur *retweet* pada *Twitter* menjadi ciri khas media sosial ini. Seiring berkembangnya sebuah teknologi, *Twitter* menjadi media sosial yang menyediakan fitur *space* (Riauan & Salsabila, 2022). Perkembangan terus berjalan, saat ini *Twitter* memfasilitasi para pengguna untuk memanfaatkan fitur *autobase*. *Autobase* merupakan sebuah istilah dari kata “*automatic*” dan “*fanbase*”. Akun *autobase* atau biasa disebut dengan akun berbasis otomatis merupakan layanan pesan langsung secara otomatis. Akun *autobase* saat ini menjadi media bagi pengguna *Twitter* untuk menyalurkan ketertarikan yang sejalan dalam sebuah komunitas dan media untuk berdiskusi. Para pengguna memanfaatkan akun *autobase* ini untuk berkumpul hingga saling berbagi informasi. Hadirnya akun *autobase* ini memudahkan para penggemar untuk menyampaikan sesuatu karena tidak semua pengguna memiliki pengikut (*followers*) yang banyak, sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh pengirim pesan dapat dijangkau oleh orang-orang yang awalnya tidak terjangkau serta lebih luas. Hanya dengan mengirimkan pesan langsung (*direct message*), pesan tersebut akan terunggah secara

otomatis pada akun *autobase*. Pesan yang akan diunggah tersebut memiliki istilah yaitu *mention confess* (*menfess*). Akun *autobase* memanfaatkan keberadaan pelayanan *bot* untuk mengirimkan pesan tersebut secara otomatis secara *anonym* (tanpa identitas) (Adelia & Christin, 2022). Pesan tersebut dapat direspon oleh seluruh pengguna *Twitter*, khususnya para *followers*. *Autobase* dibuat oleh seorang admin, artinya walaupun pelayanan *bot* berperan sangat besar namun admin tetap menjadi pengelola serta penanggung jawab akun tersebut.

Akun *autobase* @JPFBASE merupakan akun yang didedikasikan kepada para penikmat *pop-culture* Jepang sebagai media yang digunakan dalam berbagi informasi serta berinteraksi dengan *followers* lain yang memiliki minat yang sama. *Autobase* @JPFBASE memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk mengirimkan pesan melalui *direct message*, lalu pesan itu akan terunggah secara otomatis dengan bantuan *bot*. Ketika pesan itu terunggah, nama pengirim pesan akan dirahasiakan atau bersifat *anonim* sehingga fitur ini sangat bermanfaat bagi orang-orang yang takut atau khawatir jika identitasnya diketahui. Akun @JPFBASE dimanfaatkan oleh para penikmat *pop-culture* Jepang untuk berinteraksi antar *followers* serta berbagi informasi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan Jepang, dengan cara mengirimkan *menfess* atau hanya menanggapi postingan *menfess* yang dikirim oleh pengirim pesan atau *sender* (sebutan bagi pengirim *menfess*). Isi *menfess* yang diunggah oleh akun @JPFBASE dapat berupa pertanyaan, informasi, berita, *jokes*, *memes*, dan sesuatu yang berhubungan dengan kultur Jepang, terutama produk-produk *pop-culture* Jepang seperti *anime* (animasi), *manga* (komik), *game* (permainan), *J-music* (musik Jepang), *dorama* (serial drama), dan *cosplay* (permainan kostum). Setelah *menfess* terunggah, postingan tersebut akan menjadi bahan untuk berdiskusi antar pengguna lainnya.

Untuk mengoperasikan akun *autobase* ini, dibutuhkan bantuan *bot* untuk dapat menjawab secara otomatis ketika ada pesan (*menfess*) yang masuk melalui *direct message*. Pesan tersebut akan terunggah secara otomatis di akun @JPFBASE dan dapat dilihat serta ditanggapi oleh seluruh pengguna *Twitter*, khususnya para *followers*. Namun, agar dapat mengirimkan *menfess*, para penggemar harus memenuhi syarat utama yaitu sudah *follow back* oleh akun @JPFBASE. Calon pengirim *menfess* yang belum di *followback* oleh akun @JPFBASE tidak bisa mendapat akses untuk mengirimkan *direct message* mereka. Dalam mengoptimalkan jalannya sebuah akun *autobase*, @JPFBASE memiliki beberapa aturan yang harus dipatuhi oleh para penggunanya, salah satunya adalah tidak *OOT* (*out of topic*) atau pembicaraan diluar topik yang bersangkutan. Artinya, akun @JPFBASE merupakan akun yang dibuat khusus untuk membahas sesuatu yang berhubungan dengan Jepang. Oleh karena

itu, *menfess* yang akan dikirim oleh calon pengirim pesan harus mengikuti konsep akun *autobase* ini. Jika para pengirim pesan melanggar aturan, maka akan dikenakan sanksi berupa akun *Twitter* pengirim pesan akan kena *blacklist* atau biasa disebut dengan *banned*.

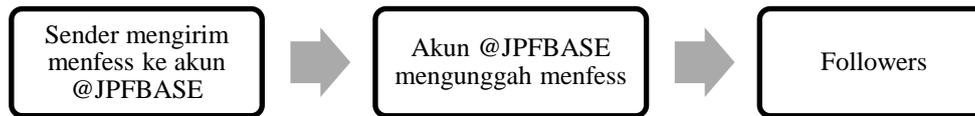


Gambar 3. Aturan Akun @JPFBASE

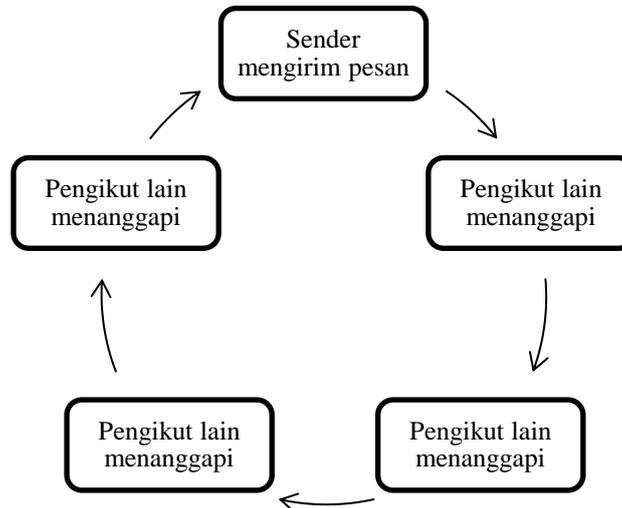


Gambar 4. Sanksi Ketika Melanggar Aturan

Pada aktivitas mengirim *menfess* ini, terlihat bahwa para *followers* dan pengguna *Twitter* lainnya saling berhubungan dikarenakan seluruh pengguna atau *followers* dapat saling menanggapi dan berkomunikasi dengan satu sama lainnya baik sebagai *sender* atau pengirim *menfess* maupun sebagai *followers* yang menanggapi. Tanggapan yang dikirimkan akan diterima kembali oleh *sender* dan *followers* lainnya.



Gambar 5. Alur Komunikasi di Akun @JPFBASE



Gambar 6. Pola dalam Mengirim Menfess di Akun @JPFBASE

Menurut Poerwadarminta (2002: 125) pemanfaatan merupakan sebuah proses, kegiatan, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti faedah, yang mendapat imbuhan pe- an yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan Pemanfaatan adalah merupakan proses atau cara perbuatan yang dapat bermanfaat. Dengan memanfaatkan sebuah teknologi akan meningkatkan pengetahuan serta prestasi dari orang tersebut. Artinya adalah bagaimana para penikmat *pop-culture* Jepang yang mengikuti akun @JPFBASE dapat memanfaatkan keberadaan akun *autobase* dengan tujuan dan caranya masing-masing. Berdasarkan hasil analisis peneliti, didapati bahwa pemanfaatan *Twitter* akun *autobase* sebagai salah satu teknologi yang maju dan berkembang saat ini. Akun *autobase* @JPFBASE merupakan salah satu media yang sangat membantu dalam meningkatkan pengetahuan serta informasi mengenai budaya Jepang bagi para penikmat *pop-culture* Jepang. *Autobase* sendiri merupakan akun tempat berkumpulnya orang-orang yang memiliki keterarikan yang sejalan untuk memberikan informasi dan mengirim pesan.

Dengan adanya akun @JPFBASE dapat menjalin komunikasi antar penggunanya secara virtual sehingga mempermudah dalam berbagi dan menikmati informasi yang dibutuhkan. Para pengguna hanya membutuhkan *smartphone* serta jaringan internet untuk dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya. Hal ini sangat mempermudah pengguna dalam mencari

informasi, membentuk relasi, serta mendapatkan edukasi mengenai *pop-culture* Jepang. Terutama, akun @JPFBASE merupakan akun *autobase* yang membahas semua yang berhubungan dengan Jepang secara *general* dengan *followers* terbanyak, sehingga mempermudah pengguna untuk menyuarakan dan bertanya karena tidak semua orang memiliki *followers* yang banyak. Dengan adanya akun *autobase* para *followers* dapat menjangkau orang-orang yang awalnya tidak terjangkau. Selain itu, akun *autobase* ini akan menyembunyikan identitas dari *sender* sehingga mereka tidak perlu sungkan dan khawatir jika ingin bertanya atau menyampaikan informasi.

Faktor yang mendorong individu membentuk kelompok virtual adalah kesamaan minat dalam mengembangkan informasi, pengetahuan, dan mobilitas bersama, pada penelitian ini kesamaan minat yang disebutkan adalah para *followers* sama-sama menikmati produk *pop-culture* Jepang. Komunitas virtual memiliki potensi untuk membentuk hubungan virtual baru berdasarkan kesamaan minat, hobi, tujuan, dan faktor-faktor lainnya. Menurut Nasrullah (Nasrullah, 2015: 11), media sosial merupakan suatu platform di internet yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam konteks media sosial, terdapat tiga aspek yang berkaitan dengan aktivitas sosial, yaitu pengenalan, komunikasi, dan kerjasama. Berdasarkan hasil proses wawancara secara mendalam yang telah peneliti lakukan serta proses observasi terhadap akun *Twitter* informan, didapati hasil yang menunjukkan bahwa bentuk pemanfaatan *Twitter* akun *autobase* @JPFBASE bagi kalangan penikmat *pop-culture* Jepang yang dirasakan oleh *followers*-nya yakni: 1) sebagai sarana informasi, 2) sebagai sarana menjalin hubungan, 3) sebagai sarana edukasi, dan 4) sebagai sarana hiburan.

Dalam pemanfaatannya, para penggemar *pop-culture* Jepang menganggap bahwa akun @JPFBASE dapat memberikan akses komunikasi yang mudah bagi sesamanya. Pemanfaatan akun *autobase* @JPFBASE sebagai media komunikasi bagi kalangan penikmat *pop-culture* Jepang terutama dalam berbagi dan menikmati informasi yang langsung tertuju kepada para *followers* untuk meningkatkan informasi mengenai produk *pop-culture* Jepang yakni *anime*, *manga*, *J-music*, *game*, *cosplay*, *dorama*, dan *film*. Dengan adanya akun @JPFBASE, para penggemar *pop-culture* Jepang dapat dengan mudah mengakses informasi tentang produk-produk ini, karena informasi yang dibagikan oleh pengirim melalui akun @JPFBASE tidak terbatas pada kategori tertentu. Hanya dengan membaca *menfess* dan tanggapan di kolom *reply* akun @JPFBASE, para penikmat *pop-culture* Jepang bisa mendapatkan informasi yang tidak bisa didapatkan sebelumnya. Selain itu, akun @JPFBASE juga memberikan informasi yang

tidak terbatas serta cepat dikarenakan pesan dapat dikirim langsung oleh pengirim yang sudah *followback* oleh akun *autobase* (*real time event*) menggunakan fitur *automenfess*. Para penggemar *pop-culture* Jepang dapat mencari informasi dengan mengetik kata kunci relevan di bilah pencarian akun @JPFBASE, dan informasi yang diinginkan akan muncul. Tidak hanya itu, mereka juga dapat aktif berpartisipasi dalam berbagi informasi dengan mengirimkan *menfess* dan menjawab pertanyaan di *menfess*. Namun, syarat untuk dapat mengirim *menfess* adalah para pengikut harus sudah diikuti kembali oleh akun @JPFBASE. Informan Titi menyebutkan bahwa informasi dan pengetahuannya mengenai *pop-culture* Jepang meningkat karena *menfess* yang diposting oleh akun @JPFBASE sangat beragam. Karena Titi terhitung baru menjadi penikmat *pop-culture* Jepang, ia mengaku bahwa antusiasnya terhadap produk-produk *pop-culture* Jepang sangat tinggi sehingga dengan adanya akun @JPFBASE mempermudah Titi dalam mencari informasi.

“Intinya dengan adanya akun ini aku ngerasa bisa lebih explore pop-culture Jepang karna semua hal yang berhubungan dengan Jepang kita bisa liat disini soalnya semua orang bisa ngeshare tentang anime, manga, bahkan event Jepang juga ada, jadi macem macem lah. Untuk aku yang baru suka sama Jepang, antusias aku tu tinggi banget jadi pas ketemu akun ini buat aku jadi tau banyak hal tentang pop-culture Jepang. .” (Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023)

Selanjutnya bentuk pemanfaatan yang kedua yakni sebagai sarana menjalin hubungan. Para *followers* dapat saling berinteraksi pada *menfess* yang diunggah oleh akun @JPFBASE dengan memberikan pertanyaan, berbagi pendapat, berdiskusi, atau sekadar menanggapi *menfess* tersebut. Melalui akun @JPFBASE, para *followers* dapat menjalin hubungan dengan orang asing. Artinya, para *followers* dapat saling berinteraksi dalam sebuah konteks. Ketika sebuah *menfess* diposting oleh akun @JPFBASE, seluruh pengguna *Twitter* dapat menanggapi unggahan tersebut. Saat *menfess* diunggah, tak jarang para *followers* ikut nimbrung untuk membahas pesan yang disampaikan oleh sender, mulai dari memberikan pertanyaan, berbagi pendapat, bahkan berdiskusi. Para *followers* juga dapat memanfaatkan fitur *automenfess* untuk mencari teman dengan minat yang sejalan. Selanjutnya informan Kanaya menyatakan bahwa dengan ia mengikuti akun @JPFBASE membuat ia merasa senang karena bisa bertemu dengan orang baru yang menyukai hal yang di sana.

“Di akun @JPFBASE ni juga aku bisa ketemu banyak orang yang sefrekuensi sama aku, yang sama-sama suka anime. Misalnya aku lagi nonton haikyuu terus ada yang ngebahas itu aku jadi seneng karena ketemu sama orang yang suka hal yang sama. Enak sih ketemu sama orang baru kita jadi bisa tukeran informasi atau diskusi gitu.” (Wawancara pada tanggal 16 Maret 2023)

Bentuk pemanfaatan selanjutnya yaitu sebagai sarana edukasi. Pemanfaatan akun *autobase* @JPFBASE dalam bidang edukasi juga dirasakan oleh para penikmat *pop-culture* Jepang sebagai sarana untuk mendalami pengetahuan tentang Jepang sebagai sebuah negara dan produk budaya populernya. Akun @JPFBASE yang bersifat *general* juga mencakup berbagai topik terkait Jepang, termasuk budaya tradisional, infrastruktur di Jepang, dan kondisi di daerah pemukiman. Selain itu, para penikmat *pop-culture* Jepang juga memanfaatkan akun @JPFBASE untuk meningkatkan kemahiran dalam berbahasa asing, khususnya bahasa Jepang. Bahasa Jepang adalah salah satu bahasa asing yang populer di kalangan penggemar *pop-culture* Jepang untuk dipelajari. Pada akun @JPFBASE, terdapat banyak informasi yang diunggah mengenai kosakata bahasa Jepang. Dengan ini, para penggemar *pop-culture* Jepang dapat memanfaatkan akun @JPFBASE sebagai sarana edukasi untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang bahasa asing. Informan Reghina melihat sebuah informasi yang disampaikan oleh akun @JPFBASE mengandung edukasi. Reghina menganggap akun @JPFBASE sebagai sarana untuk belajar bahasa asing karena banyak *menfess* yang diposting di akun tersebut mengenai kosa kata Jepang.

“Terus pas awal awal tahun 2020-2021 itu kan covid ya jadi aku gabut juga, terus aku kepikiran mau belajar bahasa asing, kebetulan aku suka nonton anime kan jadi yaudah aku fokusin aja belajar bahasa asing walaupun cuma yang dasar-dasar aja, misalnya aku gak tau artinya atau cara bacanya aku bisa nyari itu di akun @JPFBASE tinggal diketik aja apa yang mau dicari di search bar. Biasanya yang aku cari tu kaya ada beberapa suku kata yang maknanya banyak, nah itu sih” (Wawancara pada tanggal 26 Februari 2023)

Bentuk pemanfaatan yang terakhir yaitu sebagai sarana hiburan. Pemanfaatan akun *autobase* @JPFBASE sebagai media komunikasi bagi kalangan penikmat *pop-culture* Jepang juga dapat memberikan hiburan bagi penggunanya. Akun @JPFBASE menjadi salah satu *platform* yang menyediakan hiburan yang biasanya disajikan dalam bentuk gambar (*meme*) dengan tujuan menghibur. Biasanya, lelucon yang diposting oleh akun @JPFBASE berupa

meme yang menampilkan aktor atau karakter *anime* yang diedit secara sengaja untuk menghibur. *Meme-meme* ini dibuat dengan tujuan memberikan humor dan hiburan kepada para pengikutnya, meningkatkan pengalaman hiburan secara keseluruhan bagi para penggemar *pop-culture* Jepang. Informan Reghina menyatakan bahwa akun *autobase* @JPFBASE juga dimanfaatkan sebagai sarana hiburan. Reghina merasa terhibur ketika ada *menfess* yang berisi tentang komedi atau hal-hal seperti editan yang sengaja dibuat dengan tujuan menghibur.

“*Aku ngefollow @JPFBASE juga nyari hiburan soalnya di akun ini sering ada sender yang ngirim meme atau jokes gitu.*” (Wawancara pada tanggal 26 Februari 2023)

Berdasarkan hasil proses wawancara secara mendalam yang telah peneliti lakukan serta proses observasi terhadap akun *Twitter* informan, didapati hasil yang menunjukkan bahwa faktor pendukung dan penghambat dalam pemanfaatan *Twitter* akun *autobase* @JPFBASE bagi kalangan penikmat *pop-culture* Jepang. Faktor pendukung dalam pemanfaatannya yakni akun @JPFBASE yang bersifat *general*. Dikarenakan akun @JPFBASE yang bersifat *general* dan tidak dibatasi oleh kategori apapun, membuat banyaknya informasi yang dapat disampaikan oleh *sender* di akun @JPFBASE. Akun @JPFBASE tidak hanya membahas mengenai produk *pop-culture* Jepang melainkan segala hal yang berhubungan dengan budaya Jepang mulai dari budaya tradisional hingga budaya populer. Semakin banyak informasi yang disampaikan, maka semakin banyak pula topik yang akan dibahas nantinya pada *menfess* yang diunggah oleh akun @JPFBASE. Dengan ini, akun @JPFBASE menjadi pilihan para penikmat *pop-culture* Jepang untuk berinteraksi guna mendiskusikan hal-hal yang menarik bagi mereka. Informan Monica menyebutkan bahwa dikarenakan akun @JPFBASE yang bersifat *general* dan membahas semua yang berhubungan dengan Jepang dan tidak dikategorikan, informasi dan pengetahuan mengenai *pop-culture* Jepang meningkat karena *menfess* yang diposting oleh akun @JPFBASE sangat beragam sehingga membuat para *followers* yang awalnya tidak tahu menjadi tahu.

“*Setelah saya baca informasi yang ada di @JPFBASE ini bahas banyak hal ya, jadi gak terbatas hanya pada satu kategori misalnya anime saja. Saya sering melihat menfess seperti music, anime, manga, film yang dipost di akun ini.*” (Wawancara pada tanggal 3 Maret 2023)

Lalu terdapat dua faktor penghambat dalam pemanfaatannya yaitu: 1) tidak *follow back* oleh akun @JPFBASE, syarat untuk mengirim *menfess* di akun @JPFBASE adalah harus

mendapatkan *follow back* dari akun @JPFBASE. Jika *followers* tidak mendapatkan *follow back*, mereka dapat mengirimkan pesan kepada @JPFBASE, namun akan ada balasan dari pihak @JPFBASE yang mengatakan bahwa pesan tersebut tidak dapat diunggah dikarenakan para calon *sender* tidak *follow back*. Hal ini tentu menjadi penghambat bagi penggunanya yang ingin mengirimkan pesan atau sekedar bertanya mengenai hal-hal yang ingin diketahuinya mengenai *pop-culture* Jepang. Mereka hanya akan bisa menikmati serta menanggapi *menfess* yang telah diposting oleh akun @JPFBASE, dan yang ke 2) *sender* yang aktif mengirim *menfess*, akun @JPFBASE tidak membatasi masuknya *menfess* yang dikirim *sender*. Ketika *menfess* tersebut tidak melanggar aturan dan sesuai dengan ketentuan yang dibuat oleh pihak @JPFBASE, maka *menfess* itu dapat terunggah secara otomatis di akun @JPFBASE. Artinya, dengan banyaknya *menfess* yang diposting menimbulkan dampak tenggelamnya *menfess* yang terdahulu. Sehingga ketika seseorang menanggapi *menfess* terdahulu dengan menanyakan sesuatu mengenai *menfess* tersebut, tanggapan tersebut akan ikut tenggelam bersama *menfess* dan pengguna lain sulit untuk menjangkaunya kembali sehingga komunikasi yang terjadi pada tanggapan tersebut menjadi komunikasi satu arah.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian yang telah disajikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan akun *Twitter autobase* @JPFBASE, beserta faktor pendukung dan penghambatnya, berperan sebagai media komunikasi bagi para penggemar budaya populer Jepang dalam berbagai bentuk. Sebagai sarana informasi, *followers* yang sudah di-*follow back* oleh akun @JPFBASE dapat memanfaatkan fitur yang disediakan oleh akun @JPFBASE dengan mengirimkan *menfess* yang akhirnya akan diposting di akun tersebut dan menjadi wadah untuk berinteraksi sesama penikmat *pop-culture* Jepang. Sebagai sarana menjalin hubungan, para penikmat *pop-culture* Jepang memanfaatkan akun @JPFBASE sebagai sarana menjalin hubungan antar sesama dengan saling mendiskusikan hal-hal di dalam konteks sebuah *menfess* yang diposting oleh akun @JPFBASE. Mereka juga dapat memanfaatkan fitur ini dengan mengirimkan *menfess* yang secara khusus bertujuan untuk menemukan individu sejenis di antara pengguna lain untuk berhubungan dan menjalin persahabatan dengan orang-orang yang memiliki minat serupa. Sebagai sarana edukasi, dikarenakan sifat akun @JPFBASE yang tidak dikategorikan, membuat segala informasi dapat diterima dan disampaikan, termasuk mengenai Bahasa Jepang. Terakhir, sebagai sarana hiburan,

pemanfaatan fitur *autobase* akun *Twitter* @JPFBASE digunakan oleh *sender* untuk mengirimkan hal-hal lucu, *meme*, atau editan yang sengaja dibuat untuk menghibur.

Dalam pemanfaatannya, terdapat faktor pendukung dan penghambat para penggemar *pop-culture* Jepang berkomunikasi. Faktor pendukung dalam pemanfaatan *Twitter* akun *autobase* @JPFBASE adalah akun @JPFBASE yang bersifat *general*, hal ini membuat banyaknya topik yang dapat dibahas dan didiskusikan oleh para penikmat *pop-culture* Jepang. Sedangkan faktor penghambat dalam pemanfaatan *Twitter* akun *autobase* @JPFBASE adalah 1) tidak *difollow back* oleh akun @JPFBASE, hal ini membuat calon *sender* sulit untuk menjangkau orang-orang karena tidak dapat mengirimkan *menfess* dan 2) *sender* yang aktif mengirimkan *menfess*, hal ini membuat *menfess* terdahulu tenggelam dikarenakan banyaknya *menfess* yang diunggah.

REFERENSI

- Abdulloh, N., & Hidayatullah, A. F. (2019). Deteksi Cyberbullying pada Cuitan Media Sosial Twitter. *Automata, Vol 1*(1), 1–5.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.)). CV. Syakir Media Press.
- Adelia, Y., & Christin, M. (2022). Pola Komunikasi Pada Autobase Twitter @Collegemenfess Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Di Bidang Pendidikan. *E-Proceeding of Management*, 9(02), 1112–1121. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17773>
- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57–62. <https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31618>
- Aqilla, N. D., & Yogyakarta, U. M. (2022). *Penerapan Diplomacy Japan Melalui Karya Sastra Naufal Daffa Aqilla Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Abstrak. October*.
- Islamiyah, A. N., Priyanto, N. M., & Prabhandari, N. P. D. (2020). Diplomasi Budaya Jepang dan Korea Selatan di Indonesia tahun 2020: Studi Komparasi. *Jurnal Hubungan Internasional*, 13(2), 257. <https://doi.org/10.20473/jhi.v13i2.21644>
- Kunjana, G. (2018). *60 Tahun Indonesia-Jepang*. Investor.Id. <https://investor.id/archive/60-tahun-indonesia-jepang>
- Lexy J, Moleong. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mohajan, H. (2018). Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Putri, I. F. (2017). Diplomasi Dua Budaya: Studi Kasus Perbandingan Strategi Diplomasi Pop Culture Korea Selatan Dan Jepang Di Indonesia. *Global Insight Journal*, 01(02), 96–106.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Syahrani (ed.)). Antasari Press.
- Rezeki, S. R. I. (2020). Penggunaan Sosial Media Twitter dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi Dki Jakarta Dalam Penanganan Covid-19). *Journal of Islamic and Law Studies*, 04(02), 63–78.
- Riauana, M. A. I., & Salsabila, Z. F. (2022). Virtual Communication Pattern Of Twitter Autbase Management (Study Of Sharing Real Life Things Media On @bertanyarl Account). *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 192. <https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.16118>