Orasi
Jurnal Dakwah dan Komunikasi
p-ISSN 2085-7357 | e-ISSN 2541-7142
http://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi

Volume 17 No. 1 Juli 2026

**Page 33-43**

**Received: 15-05-2026**
**Revised Received: 27-06-2026**
**Accepted: 15-07-2026**
**Online Available: 25-07-2026**

# STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENGUNGKAPAN DIRI ANONIM DAN PEMBENTUKAN MAKNA KOLEKTIF RELASI ROMANTIS DI AUTOBASE X @MUNVESS

# *COMMUNICATION STRATEGIES IN ANONYMOUS SELF-DISCLOSURE AND COLLECTIVE MEANING FORMATION OF ROMANTIC RELATIONSHIPS IN AUTOBASE X @MUNVESS*

**Wellsy Norvani[1,a)], dan Eka Vuspa Sari[2]**
[1,2] Universitas Bengkulu
Jalan Wr Supratman Kandang Limun, Kec. Muara Bangkahulu,
Bengkulu 38371, Indonesia.
[a)]*e-mail: wellsynorvanii@gmail.com*

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi dalam praktik pengungkapan diri anonim pada akun autobase X @munvess serta proses pembentukan makna kolektif mengenai relasi romantis di ruang digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif melalui reflexive thematic analysis terhadap 50 menfess yang dipublikasikan selama periode 1 November–31 Desember 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sender menggunakan berbagai strategi komunikasi untuk membangun keterlibatan audiens, seperti pengungkapan emosional langsung, penggunaan pertanyaan normatif, bahasa informal, dan pengalaman yang bersifat universal. Strategi tersebut mendorong munculnya respons audiens dalam bentuk validasi sosial, dukungan emosional, dan berbagi pengalaman serupa. Interaksi yang berlangsung secara berulang dalam praktik menfess anonim turut membentuk pemaknaan kolektif mengenai relasi romantis di kalangan pengguna. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi anonim di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang pengungkapan diri,

©2026 – Orasi : Jurnal Dakwah dan Komunikasi by https://journal1.uinssc.ac.id/index.php/orasi/workflow/index/24111/4 This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License. Indexed by: SINTA, Google Scholar, Moraref, Portal Garuda, BASE, ROAD, etc

tetapi juga sebagai ruang pembentukan makna sosial secara kolektif dalam komunitas digital.

Kata Kunci: Autobase X; Komunikasi Digital; Makna Kolektif; Pengungkapan Diri Anonym; Strategi Komunikasi

***ABSTRACT***

*This study examines communication strategies in anonymous self-disclosure practices on the X autobase account @munvess and the process of collective meaning construction regarding romantic relationships in digital spaces. This research employed a qualitative approach using qualitative content analysis through reflexive thematic analysis of 50 menfess posts published between November 1 and December 31, 2025. The findings show that senders use various communication strategies to build audience engagement, including direct emotional expression, normative questioning, informal language, and universal relationship experiences. These strategies encourage audience responses in the form of social validation, emotional support, and the sharing of similar experiences. Repeated interactions within anonymous menfess practices also contribute to the construction of collective meanings regarding romantic relationships among users. This study demonstrates that anonymous communication on social media functions not only as a space for self-disclosure, but also as a space for the collective construction of social meaning within digital communities.*

*Keywords: Anonymous Self-Disclosure, Collective Meaning, Communication Strategies, Digital Communication, X Autobase*

## 1. Pendahuluan

Era digital telah mengubah secara fundamental cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi, menciptakan ruang-ruang baru yang memungkinkan individu untuk terhubung tanpa batasan geografis (Iswaratama 2024). Dalam perspektif ilmu komunikasi, transformasi ini bukan sekadar perubahan medium, namun juga mengubah strategi, pola, dan fungsi komunikasi itu sendiri. Dengan adanya ruang-ruang ini memungkinkan penyampaian pesan melalui medium internet atau *cyberspace* (Arifah & Candrasari, 2022). Perkembangan komunikasi digital juga mendorong munculnya media sosial sebagai ruang interaksi berbasis internet. Dengan dukungan platform media elektronik modern, informasi yang dipublikasikan dapat dengan mudah diakses dan dilihat oleh publik (Rahmaudina et al., 2024). Berdasarkan laporan We Are Social yang dikutip dalam penelitian (Arsyanda et al., 2025), jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2025 mencapai 143 juta orang atau sekitar 50,2% dari total populasi, dengan rata-rata waktu penggunaan media sosial sekitar 3 jam 12 menit per hari. Salah satu media sosial yang mempunyai pengguna dengan jumlah yang banyak dari berbagai kalangan adalah Twitter yang sekarang telah berubah nama menjadi X. Sebagai platform komunikasi digital, X memungkinkan pengguna berinteraksi dan bertukar informasi secara cepat. Selain itu, fitur unggahannya mendukung berbagai jenis konten seperti teks, gambar, video, dan tautan (Azzahra et al., 2023).

Menurut laporan terbaru DataReportal, pada akhir 2025 platform media sosial X memiliki jangkauan iklan di Indonesia sekitar 22,9 juta pengguna (DataReportal, 2025), sehingga menunjukkan bahwa X merupakan salah satu platform media sosial terpopuler di Indonesia. Hal ini memunculkan salah satu fenomena unik di X Indonesia yaitu keberadaan akun autobase atau *automatic fanbase* yang memfasilitasi pengungkapan diri secara anonim. Autobase merupakan akun di media sosial X yang berfungsi sebagai sarana komunikasi bagi pengikutnya untuk mengirimkan pernyataan atau pertanyaan, kiriman ini secara umum dikenal sebagai menfess (Arsyanda et al., 2025). Menfess merupakan akronim dari *mention* dan *confess*, yakni aktivitas mengirimkan pesan secara anonim melalui sistem bot yang kemudian memposting pesan tersebut ke akun publik tanpa mencantumkan identitas pengirim (Dwiwina and Putri 2021). Dalam perspektif *Computer Mediated Communication* (CMC), menfess memiliki karakteristik yang secara fundamental membentuk strategi komunikasi penggunanya, di mana komunikasi berlangsung asinkron, berbasis teks, bersifat publik, namun tanpa identitas pengirim. Kondisi ini mendorong *sender* mengembangkan strategi komunikasi tertentu untuk mengekspresikan diri sekaligus menarik keterlibatan audiens anonim. Konsep *audience design* (Bell, 1984) menjelaskan bahwa produksi pesan dilakukan dengan mempertimbangkan audiens yang dituju. Pada konteks menfess, pengirim tetap mengonstruksi pesan secara strategis untuk memicu keterlibatan audiens, walaupun identitas pengirim tidak diketahui secara personal.

Di antara akun autobase yang beroperasi di X Indonesia, @munvess hadir sebagai salah satu akun dengan komunitas yang aktif dan berfokus pada tema kehidupan sehari-hari, termasuk topik relasi romantis. Konten mengenai relasi romantis menjadi salah satu yang paling dominan dan menghasilkan *engagement* tertinggi, sehingga menunjukkan adanya keterhubungan dan ketertarikan audiens terhadap topik tersebut. Dalam kerangka *self disclosure*, Jourard (2011) menjelaskan bahwa pengungkapan diri dapat mencakup aspek-aspek personal yang berkaitan dengan perasaan, ketakutan, dan harapan individu. Dalam konteks menfess bertema percintaan, bentuk pengungkapan diri semacam ini menunjukkan adanya keterbukaan terhadap pengalaman emosional yang bersifat pribadi. Munculnya pengungkapan personal di ruang publik anonim menunjukkan bahwa anonimitas tidak selalu menjadi hambatan komunikasi, melainkan dapat mendorong individu untuk lebih terbuka dalam menyampaikan pengalaman pribadi, sebagaimana dijelaskan dalam konsep *online disinhibition effect* (Suler 2004).

Menfess memiliki karakteristik khas sebagai praktik komunikasi digital karena melibatkan partisipasi komunitas dalam merespons pesan yang dibagikan secara anonim. Setiap menfess tidak hanya menjadi ekspresi personal, tetapi juga memunculkan berbagai bentuk interaksi seperti *reply*, *quote tweet*, *likes*, dan *bookmark*. Respons-respons tersebut menunjukkan bahwa pengalaman individual di ruang anonim dapat berkembang menjadi percakapan kolektif yang melibatkan banyak pengguna. Pengungkapan diri di akun autobase juga dilakukan sebagai bentuk pelepasan beban perasaan tanpa kekhawatiran akan penolakan interpersonal dan sosial karena terlindungi oleh anonimitas (Mardiana 2020). Penelitian (Adiwijaya and Arianto 2023) pada akun menfess @S di X menunjukkan bahwa individu cenderung memilih medium anonim karena memiliki kecemasan sosial yang tinggi, sehingga

anonimitas dipandang sebagai cara untuk mengekspresikan diri tanpa risiko penghakiman langsung dari lingkungan sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mardiana (2020) pada akun autobase @Subtanyarl, yang menunjukkan bahwa pengungkapan diri melalui menfess memiliki kedalaman dan keluasan yang berbeda dibandingkan pengungkapan diri pada media yang bersifat teridentifikasi. Fenomena ini sejalan dengan temuan (Apriyanti et al. 2024) yang menunjukkan bahwa *self disclosure* di media sosial memiliki pola berbeda dari interaksi tatap muka, dengan adanya elemen anonimitas dan selektivitas audiens. Melalui interaksi yang berlangsung secara berulang, komunitas secara tidak langsung membentuk pemaknaan bersama mengenai relasi romantis, termasuk mengenai hal-hal yang dianggap wajar, bermasalah, atau dapat diterima dalam hubungan. Dalam perspektif komunikasi, makna tidak diproduksi secara individual, melainkan dikonstruksi melalui interaksi sosial dan partisipasi bersama (Jourard 2011).

Penelitian tentang autobase X telah mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Azzahra et al. (2023) mengkaji pengalaman informasi pengguna autobase @sbmptnfess sebagai sumber informasi, sementara (Febryani and Maulitaya 2023) mengeksplorasi fenomena curhat anonim di akun @collagemenfess dengan pendekatan etnografi visual. Studi lain yang dilakukan oleh Ratriningtyas et al. (2024) mengidentifikasi pengaruh motif pengalihan terhadap pengungkapan diri pengguna akun autobase @ngalamfess. Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada anonimitas atau fungsi informasi autobase, sementara kajian mengenai strategi komunikasi dalam pengungkapan diri anonim serta proses pembentukan makna kolektif melalui interaksi komunitas masih relatif terbatas. Padahal, aspek tersebut penting untuk memahami bagaimana komunikasi anonim di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang ekspresi personal, tetapi juga sebagai ruang negosiasi makna sosial secara kolektif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi dalam pengungkapan diri anonim serta proses pembentukan makna kolektif tentang relasi romantis di akun autobase X @munvess. Penelitian ini menggunakan 50 menfess bertema relasi romantis yang dianalisis melalui pendekatan analisis isi kualitatif untuk mengidentifikasi bentuk ekspresi emosional, struktur pesan, serta dinamika respons audiens. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi digital dengan menunjukkan bagaimana pengalaman personal dikomunikasikan, direspons dan dimaknai Bersama dalam ruang public untuk anonim.

## 2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif melalui *reflexive thematic analysis*. Dalam kajian ilmu komunikasi, analisis isi kualitatif digunakan untuk memahami bagaimana pesan dikonstruksi, bagaimana interaksi antarpengguna berlangsung, serta bagaimana makna dibentuk dalam ruang digital anonim. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya berfokus pada identifikasi tema, tetapi juga pada keterkaitan tema-tema tersebut dengan praktik komunikasi yang berkembang dalam komunitas digital. Sumber data dalam penelitian ini berupa konten menfess *(mention confess)* yang dipublikasikan melalui akun X @munvess selama periode 1

November–31 Desember 2025. Pemilihan periode ini didasarkan pada pertimbangan tingginya intensitas interaksi serta keberagaman tema relasi romantis yang muncul dalam rentang waktu tersebut. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) menfess secara eksplisit membahas pengalaman atau persoalan relasi romantis; (2) menfess dipublikasikan melalui sistem autobase @munvess dalam format menfess anonim, bukan tweet promosi, retweet, atau konten non-menfess lainnya; (3) menfess dipublikasikan dalam periode penelitian; dan (4) menfess memiliki substansi narasi yang memadai untuk dianalisis. Berdasarkan proses seleksi tersebut, diperoleh 50 menfess yang dijadikan unit analisis penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital terhadap konten publik. Setiap menfess yang memenuhi kriteria disimpan dalam bentuk tangkapan layar dan dikatalogkan menggunakan kode identifikasi untuk memudahkan proses analisis. Data yang terkumpul kemudian diorganisasi dalam tabel yang memuat tanggal publikasi, isi pesan, dan kategori awal. Analisis data dilakukan menggunakan enam tahapan *reflexive thematic analysis* yang dikembangkan oleh Braun dan Clarke, meliputi familiarisasi data, pengodean awal, pencarian tema, peninjauan tema, pendefinisian tema, dan penulisan laporan. Pada tahap pengodean, peneliti mengidentifikasi unit-unit makna yang berkaitan dengan ekspresi emosional, struktur pesan, dan respons audiens. Kode-kode tersebut selanjutnya dikelompokkan menjadi tema-tema yang merepresentasikan pola komunikasi serta dinamika respons komunitas dalam praktik menfess anonim.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Akun @munvess merupakan salah satu akun autobase populer di platform X Indonesia yang menyediakan layanan pengiriman menfess *(mention confess)* secara anonim melalui *direct message* (DM), kemudian dipublikasikan secara otomatis ke timeline akun. Sebagai autobase umum, @munvess tidak berfokus pada satu tema tertentu, tetapi memuat berbagai jenis menfess, mulai dari pertanyaan sehari-hari, pencarian teman, hingga curahan pengalaman personal terkait relasi romantis. Penelitian ini menganalisis 50 menfess bertema relasi romantis yang dipublikasikan selama periode 1 November–31 Desember 2025. Setiap menfess merepresentasikan bentuk komunikasi interpersonal digital yang memuat ekspresi emosional, pengalaman personal, dan refleksi pengguna terhadap hubungan romantis.

Berdasarkan data penelitian, menfess bertema relasi romantis menunjukkan tingkat *engagement* yang tinggi. Dari 50 menfess yang dianalisis, rata-rata interaksi mencapai 35.079 *engagement,* dengan rentang interaksi mulai dari 2.599 hingga 920.000. Tingginya respons audiens terlihat melalui berbagai bentuk interaksi seperti *reply, likes, quote tweet, bookmark*, dan *retweet*. Hal ini menunjukkan bahwa topik relasi romantis tidak hanya menjadi bentuk pengungkapan diri personal, tetapi juga berkembang menjadi ruang interaksi kolektif yang memicu keterlibatan aktif dari komunitas pengguna @munvess.

Berdasarkan analisis *reflexive thematic analysis* 50 menfess bertema hubungan romantis di akun @munvess periode 1 November - 31 Desember 2025, peneliti mengidentifikasi 7 tema utama yang muncul dalam curhat percintaan anonim. Tema-tema ini merepresentasikan berbagai aspek pengalaman

hubungan romantis yang dibagikan secara anonim oleh pengguna, mencerminkan kompleksitas hubungan romantis di kalangan generasi muda indonesia di era digital.

Tabel 1. Distribusi tema relasi romantis di akun @munvess

| No. | Tema Utama | Frekuensi | Persentase | Rata-rata engagement | Contoh Kode Data |
|---|---|---|---|---|---|
| **1** | Kerinduan dan Hubungan dengan Mantan | 12 | 24,0% | 31.547 | M9, M22,M23, M26, M28, M29, M34, M37, M40, M41, M45, M46 |
| **2** | Dinamika dalam Hubungan | 12 | 24,0% | 19.608 | M1, M11, M12, M15, M16, M18, M25, M27, M35, M36, M43, M48 |
| **3** | Hubungan Tanpa Status (Situationship/HTS) | 6 | 12,0% | 16.416 | M13, M17, M24, M32, M42, M47 |
| **4** | Putus Cinta dan Move on | 7 | 14,0% | 139.776 | M2, M3, M7, M14, M21, M38, M44 |
| **5** | Pendekatan dan Ketertarikan awal | 5 | 10,0% | 7.381 | M8, M10, M13, M19, M20 |
| **6** | Kesendirian dan Kesepian | 4 | 8,0% | 18.582 | M4, M5, M6, M30 |
| **7** | Penghianatan dan Ketidaksetiaan | 4 | 8,0% | 12.244 | M31, M33, M39, M49 |
| **Total** | | 50 | 100% | 35.079 | |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

**Strategi Komunikasi dalam Pengungkapan Diri Anonim**

Analisis terhadap 50 menfess menunjukkan adanya tiga strategi komunikasi utama yang digunakan sender dalam melakukan pengungkapan diri secara anonim. Strategi tersebut menunjukkan bahwa *sender* tidak hanya menyampaikan pengalaman personal, tetapi juga mengonstruksi pesan dengan mempertimbangkan kemungkinan respons dari audiens. Dalam konsep *audience design*, Bell (1984) menjelaskan bahwa produksi pesan dilakukan dengan mempertimbangkan audiens yang dituju. Pada konteks menfess anonim, sender tetap menyusun pesan secara strategis untuk menarik perhatian dan keterlibatan audiens meskipun komunikasi berlangsung tanpa identitas personal.

Strategi pertama adalah ekspresi emosional langsung, yaitu ketika *sender* menyampaikan perasaan secara terbuka tanpa mengarahkan audiens pada diskusi tertentu. Strategi ini tampak pada menfess seperti M1 (“Another level of sedih adalah minta maaf karena udah kangen sama pacar”) dan M34 (“Gue kangen dan gue benci fakta itu”), yang menunjukkan bentuk pengungkapan emosi personal secara spontan. Dalam konteks komunikasi anonim, strategi ini muncul karena anonimitas memberi ruang bagi individu untuk lebih terbuka dalam menyampaikan pengalaman emosional tanpa kekhawatiran terhadap penilaian sosial.

Strategi kedua adalah pengungkapan naratif bersituasi, yaitu *sender* menyampaikan kronologi pengalaman secara lebih rinci sebelum mengajukan pertanyaan atau meminta tanggapan audiens. Strategi ini terlihat pada M33 yang menggambarkan situasi perpisahan dan dugaan perselingkuhan sebelum mengajukan pertanyaan "Ini termasuk selingkuh ga sih?". Pola semacam ini menunjukkan bahwa *sender* tidak hanya berbagi pengalaman, tetapi juga berupaya membangun konteks agar audiens dapat memahami posisi emosional dan situasi yang dialami.

Strategi ketiga adalah pengungkapan afirmatif kolektif, yaitu ketika *sender* membangun pesan dengan asumsi bahwa audiens memiliki pengalaman serupa. Menfess seperti M45 ("Thoughts balikan sama mantan?") dan M29 ("Kapan terakhir kali kalian kangen mantan?") menunjukkan upaya sender untuk mendorong partisipasi dan keterlibatan komunitas melalui pengalaman yang dekat dengan keseharian audiens. Strategi ini membuat komunikasi tidak berhenti pada ekspresi personal, tetapi berkembang menjadi percakapan kolektif di antara pengguna.

Ketiga strategi tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan diri anonim di ruang digital tidak dilakukan secara acak, melainkan melalui pertimbangan komunikatif tertentu. Pengguna tidak hanya berusaha mengekspresikan pengalaman personal, tetapi juga membangun peluang keterlibatan audiens melalui bentuk penyampaian pesan yang emosional, dekat dengan pengalaman audiens, atau mengundang respons. Hal ini menunjukkan bahwa praktik menfess anonim di akun autobase tidak sekadar berfungsi sebagai ruang curhat personal, tetapi juga sebagai ruang komunikasi partisipatif yang memungkinkan terjadinya interaksi kolektif antarpengguna.

**Strategi Pesan dalam Memicu Respons Audiens**

Selain pola pengungkapan diri, analisis juga menunjukkan adanya strategi pesan yang digunakan *sender* untuk mendorong keterlibatan audiens. Strategi tersebut terlihat melalui cara *sender* menyusun pertanyaan, memilih bahasa, dan membangun kedekatan dengan audiens. Dalam perspektif *Uses and Gratifications,* keterlibatan audiens dipengaruhi oleh sejauh mana pesan mampu memenuhi kebutuhan tertentu, seperti validasi emosional, informasi, atau keterhubungan sosial (Blumler & Katz, 1974).

Strategi yang paling dominan adalah bingkai validasi normatif, yaitu ketika *sender* mengemas pengalaman personal dalam bentuk pertanyaan yang mengundang audiens memberikan penilaian atau pendapat. Frasa seperti "wajar ga?", "termasuk apa enggak?", dan "menurut kalian gimana?" menjadi penanda linguistik yang sering digunakan dalam strategi ini. Menfess seperti M17 ("Hts an dua tahun wajar ga?") yang menghasilkan 50.100 interaksi dan M47 ("Apa hukumnya hts tapi minta kepastian?") menunjukkan bahwa bentuk pertanyaan normatif mampu memicu keterlibatan audiens secara luas. Strategi tersebut menunjukkan bahwa *sender* menyusun pesan dalam bentuk yang lebih universal sehingga lebih mudah direspons oleh audiens yang lebih luas.

Strategi kedua adalah penggunaan register informal untuk membangun kedekatan dengan audiens. Penggunaan istilah seperti "gamon", "comsu", "cpdp", sapaan seperti "guys" dan "mantemen", serta emoji sebagai penanda emosi nonverbal menunjukkan upaya *sender* menciptakan suasana

komunikasi yang lebih santai dan akrab. Dalam komunikasi digital, penggunaan bahasa informal dapat memperkuat rasa kedekatan dan mempermudah audiens untuk terlibat dalam percakapan (Rafiq 2020).

Strategi ketiga adalah penggunaan *code-switching* ke bahasa Inggris pada bagian yang mengandung emosi intens. Menfess seperti M46 *("How can I move on? When I'm still in love with you?"*) dan M15 *("Will everything be okay once it's over?")* menunjukkan adanya peralihan bahasa pada momen emosional tertentu. Penggunaan bahasa Inggris dalam konteks ini dapat dipahami sebagai cara untuk menyampaikan emosi secara lebih ekspresif sekaligus menciptakan jarak emosional terhadap pengalaman personal (Mafaazani 2022).

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pesan dalam praktik menfess anonim tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pengalaman personal, tetapi juga untuk membangun kemungkinan keterhubungan dengan audiens. Penggunaan pertanyaan normatif, bahasa informal, dan pengalaman yang bersifat universal membuat audiens lebih mudah merasa terlibat dalam percakapan. Dengan demikian, efektivitas komunikasi di ruang anonim tidak bergantung pada identitas personal *sender*, melainkan pada kemampuan pesan untuk menciptakan relevansi emosional dan rasa keterhubungan bagi komunitas pengguna.

**Respons Audiens dan Validasi Komunitas**

Efektivitas strategi komunikasi *sender* terlihat melalui pola respons audiens terhadap menfess yang dipublikasikan di akun @munvess. Dalam perspektif *Uses and Gratifications, audiens* dipahami sebagai pengguna aktif yang memilih untuk terlibat berdasarkan relevansi dan kedekatan pesan dengan pengalaman mereka. Respons komunitas muncul dalam berbagai bentuk interaksi seperti *reply, likes, quote tweet, retweet*, dan *bookmark*, yang menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang berbeda-beda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa menfess dengan tema yang lebih universal cenderung menghasilkan *engagement* yang lebih tinggi. Menfess M7 ("Kalo putus gara gara *lost spark* tuh gapapa kah?") memperoleh 920.000 interaksi meskipun hanya disampaikan dalam satu kalimat singkat. Sementara itu, M45 ("*Thoughts* balikan sama mantan?") memperoleh 126.000 interaksi hanya dengan empat kata. Sebaliknya, M3 yang berisi narasi lebih spesifik menghasilkan keterlibatan yang relatif lebih rendah, yaitu 2.599 interaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan audiens di ruang anonim lebih dipengaruhi oleh kedekatan pengalaman dan relevansi pesan dibandingkan identitas personal *sender*.

Respons komunitas di akun @munvess juga menunjukkan adanya praktik validasi sosial antarpengguna. Audiens tidak hanya memberikan tanggapan berupa opini, tetapi juga dukungan emosional, pengalaman serupa, dan penilaian terhadap situasi yang dialami sender. Dalam konteks komunikasi anonim, validasi dari pengguna lain tetap dipandang bernilai karena dianggap berasal dari pengalaman yang setara dan tidak dipengaruhi kedekatan personal. Hal ini menunjukkan bahwa akun autobase tidak hanya berfungsi sebagai media pengungkapan diri, tetapi juga sebagai ruang interaksi kolektif yang memungkinkan terbentuknya dukungan sosial di antara pengguna.

**Pembentukan Makna Kolektif tentang Relasi Romantis**

Akumulasi strategi komunikasi sender dan respons audiens menunjukkan adanya proses pembentukan makna kolektif mengenai relasi romantis di akun @munvess. Dalam perspektif konstruksionisme sosial, makna sosial terbentuk melalui proses komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus dalam interaksi sosial. Pada konteks menfess anonim, pengalaman personal yang dibagikan *sender* berkembang menjadi bahan diskusi bersama yang memungkinkan audiens memberikan penilaian, validasi, maupun interpretasi terhadap suatu persoalan relasi romantis.

Proses negosiasi makna terlihat pada menfess yang menggunakan bingkai validasi normatif. Kata seperti "termasuk", "wajar", dan "hukumnya" dalam M49, M17, dan M47 menunjukkan bahwa *sender* tidak hanya membagikan pengalaman personal, tetapi juga meminta komunitas untuk menilai apakah suatu perilaku dalam hubungan dianggap dapat diterima atau tidak. Menfess M7 ("Kalo putus gara gara *lost spark* tuh gapapa kah?") yang memperoleh 920.000 interaksi menunjukkan bahwa isu tertentu dalam relasi romantis dapat berkembang menjadi pembahasan kolektif yang melibatkan banyak pengguna. Dalam proses tersebut, audiens secara tidak langsung turut membentuk pemahaman bersama mengenai hubungan romantis, termasuk mengenai perilaku yang dianggap normal, bermasalah, atau dapat diterima dalam suatu hubungan.

Selain melalui respons terhadap menfess, pembentukan makna kolektif juga terlihat dari munculnya kosakata komunikasi bersama seperti "gamon", "situationship", "cpdp", dan "comsu". Istilah-istilah tersebut tidak hanya berfungsi sebagai slang digital, tetapi juga menjadi bagian dari cara komunitas memahami dan mengomunikasikan pengalaman relasi romantis di media sosial. Penggunaan kosakata yang sama menunjukkan adanya kerangka pemahaman bersama antarpengguna dalam memaknai pengalaman hubungan romantis di ruang digital (Febryani & Maulitaya, 2023).

Temuan ini menunjukkan bahwa praktik menfess anonim di akun @munvess tidak hanya berfungsi sebagai ruang pengungkapan diri, tetapi juga sebagai ruang pembentukan makna sosial secara kolektif. Melalui interaksi yang berlangsung secara berulang, komunitas pengguna secara tidak langsung membangun norma, interpretasi, dan pemahaman bersama mengenai relasi romantis di era komunikasi digital.

## 4. Simpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik menfess anonim di akun X @munvess tidak hanya berfungsi sebagai ruang pengungkapan diri personal, tetapi juga sebagai ruang komunikasi partisipatif yang memungkinkan terjadinya interaksi kolektif antarpengguna. *Sender* menggunakan berbagai strategi komunikasi dalam menyampaikan pengalaman relasi romantis, mulai dari ekspresi emosional langsung, pengungkapan naratif bersituasi, hingga pengungkapan afirmatif kolektif. Strategi tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan diri anonim dilakukan melalui pertimbangan komunikatif tertentu untuk membangun keterlibatan audiens.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi di ruang anonim dipengaruhi oleh cara pesan dikonstruksi. Penggunaan pertanyaan normatif, bahasa informal, serta

pengalaman yang bersifat universal membuat audiens lebih mudah merasa terhubung dan terlibat dalam percakapan. Respons audiens tidak hanya muncul dalam bentuk interaksi digital seperti *reply*, *likes*, dan *quote tweet*, tetapi juga dalam bentuk validasi sosial, dukungan emosional, dan berbagi pengalaman serupa.

Lebih lanjut, interaksi yang berlangsung secara berulang dalam praktik menfess anonim turut membentuk makna kolektif mengenai relasi romantis di ruang digital. Komunitas pengguna secara tidak langsung membangun norma, interpretasi, dan pemahaman bersama mengenai hubungan romantis melalui proses komunikasi yang berlangsung di akun @munvess. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi anonim di media sosial tidak hanya berkaitan dengan pengungkapan diri, tetapi juga dengan proses pembentukan makna sosial secara kolektif dalam komunitas digital

## Daftar Pustaka

Adiwijaya, Maharduta, and Irwan Dwi Arianto. 2023. "Curhat Anonimitas Di Media Sosial Melalui Akun Menfess Twitter @ S Oleh Remaja Awal Surabaya." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3: 7053–65.

Apriyanti, Eka, Sapta Sari, and Martha Heriniazwi Dianthi. 2024. "Self Disclosure Pada Komunikasi Generasi Z." *Proffesional Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik* 11 (1): 417–26.

Arsyanda, Diva Nisrina, Saleha Rodiah, and Asep Saeful Rohman. 2025. "Peran Akun Autobase X ( Twitter ) Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Followers." *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 13 (1): 233–40.

Azzahra, Salsabilla Risna, Athanasia Octaviani, and Puspita Dewi. 2023. "Pengalaman Informasi Pengguna Akun Autobase Twitter @ Sbmptnfess Sebagai Sumber Informasi Bagi Calon Mahasiswa." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 12 (2): 109–23.

Bell, Allan. 1984. "Language Style as Audience Design." *Language in Society* 13 (2): 145–204. doi:10.1017/S004740450001037X.

Dwiwina, Risma, and K Y.s Putri. 2021. "The Use of the Auto Base Accounts on Twitter as A Media for Sharing Opinions." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 13 (June): 123–44. doi:10.31937/ultimacomm.v13i1.1603.

Fara Hasna Arifah, and Yuli Candrasari. 2022. "Pola Komunikasi Virtual Dalam Komunitas Games Online." *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi* 2 (2): 55–66. doi:10.55606/juitik.v2i2.206.

Febryani, Ayu, and Ade Liza Maulitaya. 2023. "Fenomena Curhat Secara Anonim Di Akun Menfess Twitter ( Studi Etnografi Virtual Pada Akun @ Collegemenfess )." *Padaringan (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)* 05 (3): 154–66.

Iswaratama, Aulia. 2024. "Peran Komunitas Virtual Dalam Mendorong Interaksi Di Era Digital." *HISTORICAL: Journal of History and Social Sciences* 3 (1): 51–61.

Jourard, S. M. 2011. *The Transparent Self: Self-Disclosure and Well-Being. Van Nostrand. Littlejohn, S. W., & Foss, K. A.* 10th ed. Waveland Press.

Mafaazani, Lathifah Firza. 2022. "Self-Disclosure of Cyber Account Users on Twitter - A Case Study of Follower s ' Self-Disclosure of the @ Moonareas Autobase Account in Realizing Intimacy" 2 (2).

Mardiana, Lisa. 2020. "PENGUNGKAPAN DIRI PENGGUNA AKUN AUTOBASE TWITTER @ SUBTANYARL." *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi* 03: 34–54.

Rafiq, A. 2020. "DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT." *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 1: 18–29.

Rahmaudina, Revina Widya, Marcellino Fredrico, and Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana. 2024. "Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Interaktif Di Grande Garden Cafe." *RELASI : Jurnal Penelitian Komunikasi* 04 (03): 11–18.

Ratriningtyas, Novi, Irfani Zukrufillah, Jauhar Wahyuni, and Agnes Sesar. 2024. "Pengaruh Motif Diversi Terhadap Self-Disclosure Pengguna Akun Twitter Autobase @ Ngalamfess" 7 (2): 22–27.

Suler, John. 2004. "The Online Disinhibition Effect." *CyberPsychology & Behavior* 7 (3): 321–26. doi:10.1089/1094931041291295.