

Muhd Ar. Imam Riauan, Zhafira Farras Salsabila:
Virtual Communication Pattern Of Twitter Autobase Management (Study Of Sharing Real Life Things Media On @bertanyarl Account)
Pola Komunikasi Virtual Pengelolaan *Autobase* Twitter (Studi Media *Sharing Real Life Things* Pada Akun @bertanyarl)

Virtual Communication Pattern Of Twitter Autobase Management (Study Of Sharing Real Life Things Media On @bertanyarl Account)

Pola Komunikasi Virtual Pengelolaan *Autobase* Twitter (Studi Media *Sharing Real Life Things* Pada Akun @bertanyarl)

Muhd Ar. Imam Riauan¹, Zhafira Farras Salsabila²

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau, Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Pekanbaru*

Email: Imamriauan@comm.uir.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau, Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Pekanbaru

Email: zahfirasalsabila7@gmail.com

Masuk tanggal : 28-12-2021, revisi tanggal : 19-03-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal : 27-03-2022

Abstract

Autobase raises the phenomenon of sending messages anonymously by using the help of Bots to send messages automatically via DM (direct messages) on Twitter. One of them is the @bertanyarl autobase, which allows its users to ask questions, discuss, or share things in real life which in its utilization and use cannot be separated from the help of the admin who manages and monitors the activities that occur in the @bertanyarl autobase. The purpose of this study was to determine the virtual communication pattern in the @bertanyarl autobase management as well as the supporting and inhibiting factors of the @bertanyarl Twitter autobasae management. This research uses a qualitative descriptive method, and the source of data obtained from five informants uses a purposive sampling technique. By using data collection techniques in the form of observation interviews and documentation, the results obtained are the managements virtual communication patterns carried out by the admin in the form of activities consisting of questions and answer about real life, open followback, MIXLR, and paid promotion, as well as efforts to maintain the security and comfort of the @bertanyarl autobase by creating rules or regulations and imposing sanctions. From each virtual communication, two different communication network pattern are found, known as the pattern of all channels and the pattern of the wheel. As well as the supporting factors found, namely the active Bot and sender features, the impediment is that Twitter frequently locks and suspends accounts.

Keywords: @bertanyarl account, autobase, communication pattern, virtual

Abstrak

Kebutuhan akan informasi menjadi kebutuhan primer di era digital yang menyebabkan berkembangnya cara baru dalam menyebarkan dan mengakses informasi. Salah satu aktivitas penyebaran informasi dilakukan dengan menggunakan akun *autobase* di Twitter. Salah satu sumber informasi yang dimanfaatkan bersumber dari akun Twitter @bertanyarl. Tingginya kebutuhan akan informasi menyebabkan munculnya fenomena *autobase* yang memungkinkan pengguna Twitter untuk berkirim pesan secara anonim dengan

menggunakan bantuan *Bot* secara otomatis melalui pesan langsung di Twitter. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi virtual dalam pengelolaan *autobase* @bertanyarl dan mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pengelolaan *autobase* Twitter @bertanyarl. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Peneliti berupaya mendeskripsikan secara komprehensif pola komunikasi dalam proses penyebaran informasi pada akun *autobase* @bertanyarl. Wawancara dilakukan dengan lima orang informan yang terdiri dari 1 orang *admin* dan 5 orang *user* yang memahami pola komunikasi dalam proses komunikasi pada akun @bertanyarl. Data dikumpulkan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi virtual pengelolaan akun *autobase* merupakan aktivitas yang terdiri dari tanya jawab seputar kehidupan (*real life*), *open follback*, *MIXLR*, dan *paid promote*. Pola komunikasi virtual yang dilakukan adalah pola semua saluran dan pola roda. Untuk menjaga keamanan dan kenyamanan dari *follower autobase* @bertanyarl dilakukan dengan menetapkan aturan dan sanksi. Adapun Faktor Pendukung yang ditemukan yakni fitur *Bot* yang diperbarui dan sender (pengirim *menfess*) yang aktif, sedangkan faktor penghambatnya yaitu Twitter sering melakukan *lock* dan *suspend account*.

Kata Kunci: akun @bertanyarl, *autobase*, pola komunikasi, virtual

Pendahuluan

Menurut Suranto pengertian dari komunikasi adalah proses penyampaian pesan maupun simbol yang mengandung makna atau arti dari seseorang atau komunikator kepada orang lain yang disebut komunikan dengan tujuan atau maksud tertentu (Suranto, 2018). Komunikasi di era modern saat ini memudahkan siapa saja untuk berkomunikasi melalui media yang ada. Salah satunya dengan menggunakan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 202,6 juta penduduk, sementara pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta penduduk (Kemp, 2021). Media sosial saat ini menjadi salah satu kebutuhan primer yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi tidak terbatas oleh jarak, ruang, dan waktu, kapan saja dan di mana saja, baik komunikator dan komunikan mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat. Meskipun komunikasi yang dilakukan tidak secara langsung atau tatap muka, namun tetap tidak menghilangkan esensi dari komunikasi tersebut. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan untuk berkomunikasi serta bersosialisasi adalah Twitter. Twitter, digunakan oleh ratusan juta orang. Dimulai dengan sejarah penandaan lokasi atau *geotagging* dan kemudian munculnya informasi geografis *crowdsourced*, yang menimbulkan sejumlah masalah dan pertanyaan (Haffner, 2020).

Twitter juga merupakan *platform* Media sosial yang menjadi paling banyak digunakan berdasarkan data dari *hotsuite we are social* (Kemp, 2021). Twitter menduduki peringkat kelima sebagai media sosial yang paling banyak menurut *we are social*. Twitter berhasil mempertahankan eksistensinya sejak awal kemunculannya sampai hari ini. Twitter juga merupakan salah satu platform media sosial yang mengalami perkembangan setiap tahunnya, hal ini dibuktikan dari yang awalnya Twitter hanya identik dengan fitur *Retweet*, hingga yang terbaru saat ini

memiliki fitur *Space*. Sejalan dengan perkembangan yang terjadi, beberapa akun yang terdapat di Twitter memfasilitasi penggunaanya untuk memanfaatkan *autobase* (Haffner, 2020). Penggunaan Twitter juga sangat tinggi intensitasnya di Indonesia, masyarakat Indonesia sendiri dapat menghabiskan waktu lebih dari 8 jam per hari untuk menggunakan internet dan 3 jam nya digunakan untuk mengakses media sosial (Mardiana and Zi'ni, 2020). Penelitian *sosial network analysis*, juga menemukan bahwa dalam percakapan di Twitter terdapat pesan yang dikirim oleh *Bot*.

Pemanfaatan *Bot* diberbagai akun media sosial marak digunakan baik di Twitter, Facebook, Whatapps, Instagram. *Bot* digunakan untuk menjawab secara otomatis tiap-tiap pesan langsung yang masuk. Sebuah penelitian membahas isi pesan akun *Bot* dalam penyebaran informasi dengan menggunakan hashtag covid19 (Permatasari, Yosral, and Annisa, 2021). *Autobase* adalah sebuah akun tempat berkumpulnya orang-orang yang memiliki minat atau ketertarikan yang sama untuk memberikan informasi atau mengirim pesan. Lalu, ada istilah lain yang disebut dengan *menfess (mention confess)* merupakan pesan-pesan yang dikirim ke akun *base* melalui DM (*direct message*) yang nantinya akan diunggah secara otomatis menggunakan jasa penyedia *Bot* untuk mengirimkan *menfess (mention confess)* secara otomatis. Kegunaan *Bot* adalah mengirimkan cuitan ataupun pesan dari DM (*direct message*) secara otomatis tanpa diketahui identitas pengirimnya atau yang disebut juga dengan istilah anonim. Akun *autobase* ini sangat berguna bagi pengguna Twitter, karena tidak semua orang memiliki *followers* atau pengikut yang banyak untuk dapat menyuarakan apa yang ingin disampaikan yang membutuhkan orang banyak untuk mendapatkan saran, jawaban, atau hal lainnya atas apa yang ingin disampaikan.

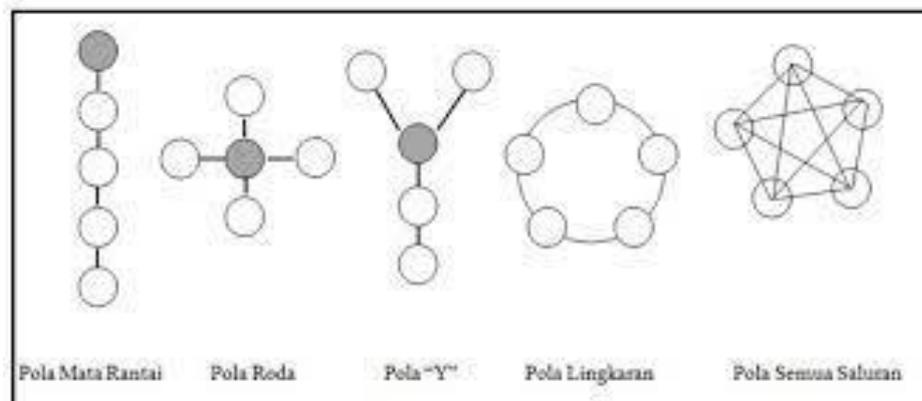
Fenomena berkirim pesan secara anonim melalui *autobase* saat ini, tentunya tidak terlepas dari peran manusia yang menimbulkan komunikasi dan interaksi antara satu dengan lainnya. Kunci penting dari berjalannya sebuah *autobase* terdapat pada admin. Admin merupakan orang yang dipercayakan untuk mengelola dan mengendalikan suatu *platform* media sosial. Meskipun *autobase* merupakan akun yang dioperasikan dengan jasa pengguna *Bot*, *admin* tetap menjadi pihak penting selaku yang mengawasi dan mengelola jalannya aktivitas ataupun kegiatan dalam sebuah *autobase* agar dapat berjalan sesuai harapan. Admin juga yang berhak menentukan hal apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh pengguna yang mengikuti *autobase* yang dikelolanya. Akun *autobase* dapat diatur sesuai dengan keinginan pengguna. Meskipun demikian, admin tetap dibutuhkan untuk mengelola atau memantau penggunaanya dalam memanfaatkan *autobase* agar tidak menyalahi aturan yang telah ditetapkan oleh Twitter, salah satunya adalah *autobase* dengan *username* @bertanyarl berikut ini:



Gambar 1: Profil *autobase* @betanyarl (sumber: dokumentasi peneliti)

Autobase ini memiliki *tagline* “*sharing real life things*” yang berarti *autobase* digunakan untuk bertanya ataupun berbagi informasi seputar hal-hal atau kehidupan nyata, sehingga pengikut atau penggunaanya bebas menanyakan hal apapun. Namun, karena hal tersebut pula banyak ditemukan pelanggaran yang dilakukan oleh pengguna yang mengirimkan pesan yang tidak diizinkan untuk dikirim. Pelanggaran yang ditemukan berupa publikasi hal-hal yang mengandung unsur SARA, perjudian, pencemaran nama baik, dan konten pesan yang mengandung unsur *pornografi*. Untuk mengawal hal tersebut, manajemen pengelolaan akun oleh *admin* sangat dibutuhkan untuk memastikan kegiatan dan aktivitas yang terdapat dalam *autobase* tersebut. Dalam hal ini peran *admin* selaku yang mengelola dan memantau jalannya aktivitas akun tersebut sangat dibutuhkan, bagaimana dan apa saja pola komunikasi yang terbentuk dalam mengelola *autobase* @bertanyarl ini.

Komunikasi virtual menurut Werner J. Severin merupakan sebuah proses di mana terjadinya penyampaian serta penerimaan pesan dengan menggunakan perantara ruang maya yang bersifat interaktif. Komunikasi virtual dipahami sebagai realita namun sering kali banyak yang salah memahaminya sebagai dunia maya, padahal sebenarnya keberadaan sistem elektronik ini sendiri nyata, yang mana komunikasi virtual dilakukan dengan cara mewakili informasi digital yang sifatnya tidak saling bersambungan secara langsung. (Umilasari, 2020). Konsep pola komunikasi berdasarkan pemahaman Menurut Townsend dalam Tubbs dan Moss yang menjelaskan tentang jaringan komunikasi atau yang disebut juga sebagai pola interaksi manusia. Terdapat lima jenis jaringan atau pola komunikasi, yang terdiri dari pola rantai, pola roda, pola Y, pola lingkaran, dan pola semua saluran (Briliana & Destiwati, 2018).



Gambar 2: Pola Jaringan Komunikasi (Briliana & Destiwati, 2018)

Sementara menurut Soejanto dalam (Azeharie and Khotimah 2015) mengatakan bahwa pola komunikasi merupakan sebuah gambaran sederhana dari proses komunikasi yang menunjukkan kaitan antara satu elemen komunikasi dengan elemen lainnya. Pola komunikasi dibutuhkan dalam proses komunikasi untuk mengetahui gambaran atau struktur yang tepat dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan. Penelitian lain membahas tentang motif mahasiswa menjadi anggota grup WA dan melihat bagaimana bahasa yang digunakan dengan tema dan topik pembicaraan yang beragam (Sidik and Sanusi, 2019). Kajian terdahulu juga membahas tentang bagaimana Twitter digunakan sebagai media promosi dan mencari pelanggan (Hadiyat, 2017). Dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini fokus membahas Twitter dari pola komunikasi virtual yang dilakukan dalam proses penyebaran informasi pada akun @bertanyarl Twitter.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode Penelitian Kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan serta menjelaskan fenomena-fenomena yang ada, baik itu yang berlangsung pada saat ini maupun pada masa lalu (Subandi, 2011). Penelitian ini tidak mengadakan manipulasi ataupun perubahan terhadap variabel-variabel bebas, namun, menggambarkan sebuah kondisi yang apa adanya. Pemaparan kondisi dapat individual ataupun berupa angka-angka (Sukmadinara, 2012; Fitrah & Luthfiyah, 2017). Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai macam kondisi, situasi ataupun fenomena realitas sosial yang terdapat di masyarakat yang menjadi objek dari sebuah penelitian, serta berusaha untuk menarik realitas tersebut ke permukaan sebagai ciri, sifat, karakter, model, tanda, maupun gambaran tentang kondisi, situasi, maupun fenomena tertentu (Moleong, 2017).

Dalam penelitian ini peneliti berupaya mendeskripsikan fenomena yang berkaitan dengan pola komunikasi dalam aktivitas komunikasi yang terjadi pada akun Twitter *autobase* @bertanyarl. Proses deskripsi kualitatif dilakukan dengan mentranskripsi data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian data tersebut direduksi sesuai dengan kebutuhan penelitian, selanjutnya

dikategorisasikan berdasarkan kelompoknya sehingga dapat menggambarkan pola komunikasi secara komprehensif.

Subjek penelitian dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang terdiri dari *admin autobase* akun Twitter @bertanyarl, dan 5 orang pengguna aktif @bertanyarl yang ditetapkan berdasarkan Teknik *purposive sampling*. Arikunto dalam (Rahmadi, 2011) menyebutkan bahwa subjek penelitian sebagai orang, hal maupun benda yang menjadi tempat data dari variabel penelitian melekat serta yang menjadi permasalahan. Teknik *purposive sampling* Menurut (Trisliantanto, 2020) adalah sampel yang dipilih atas pandangan atau penilaian dari peneliti atas dasar tujuan serta maksud dari penelitian.

Kriteria *admin* yang ditetapkan pada penelitian ini adalah *admin* dengan kriteria: Memiliki pemahaman yang komprehensif terhadap proses komunikasi yang terjadi di @bertanyarl; Terlibat pada proses manajemen pengelolaan akun @bertanyarl; Bekerja di akun @bertanyarl minimal lebih dari 1 Tahun. Sedangkan kriteria informan pendukung ditetapkan berdasarkan kriteria: Pengguna aktif media sosial Twitter; Aktif mem-*posting* dan berkomentar di @bertanyarl; mengikuti akun @bertanyarl minimal 1 Tahun.

Objek penelitian ini adalah Pola Komunikasi Virtual Pengelolaan *Autobase* Twitter @bertanyarl. Objek penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu serta ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2013).

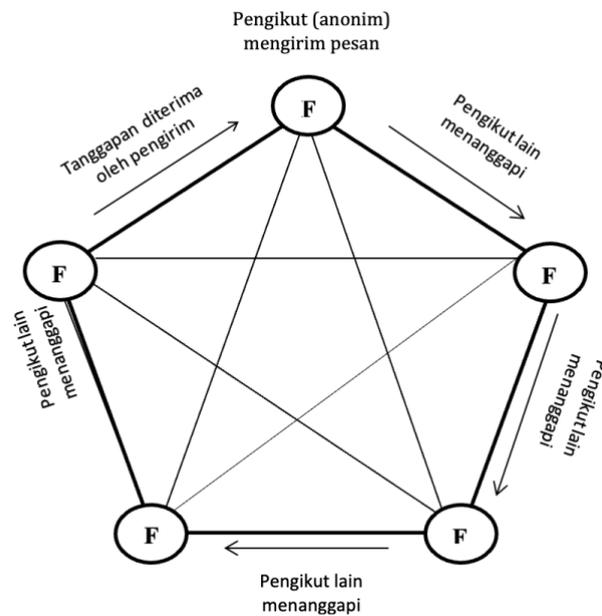
Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Teknik analisis data interaktif dengan model Miles dan Huberman dalam (Trijupitasari and Riauan, 2017) yang membagi analisis menjadi tiga jalur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil dan Penemuan Diskusi

Pola Komunikasi Virtual Akun *Autobase* Twitter @bertanyarl Sebagai Media *Sharing Real Life Things*

Menurut Hardjana 2016 dalam (Mendrofa and Syafii, 2019) mengatakan bahwa pola komunikasi adalah sistem yang menyambungkan antara anggota-anggota dalam sebuah kelompok menjadi satu kesatuan yang dapat membentuk pola interaksi sesama anggota dalam kelompok tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pola komunikasi virtual pengelolaan yang terjadi pada *autobase* @bertanyarl, yang mana komunikasi terjalin melalui peran *admin* yang mengelola akun tersebut sehingga terjalin interaksi antar pengikut-pengikutnya yang terjadi secara virtual atau melalui ruang maya yang mana interaksi yang termediasi oleh jaringan komputer. Dalam penelitian ini pengelolaan yang dilakukan oleh *admin* berupa: (1) Tanya jawab seputar *real life things*; (2) *Open Follback*; (3) MIXLR; (4) dan *Paid Promote*.

Tanya Jawab Seputar *Real Life Things*. Tanya jawab merupakan kegiatan yang dilakukan antar pengguna *autobase* @bertanyarl. Berikut pola komunikasi yang dapat menggambarkan pola komunikasi tanya jawab seputar *real life things*:

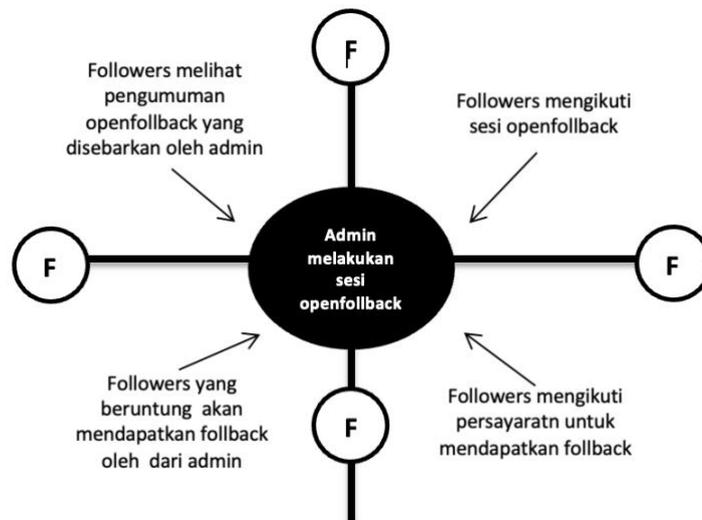


Gambar 3: Pola Tanya Jawab Seputar *Real Life Things* Pada Akun @bertanyarl (F adalah Followers)

Pengguna dapat mengirimkan *DM (direct message)* berupa isi pesan atau yang disebut juga dengan *menfess(mention confess)* dalam bentuk pertanyaan, diskusi, ataupun seputar kehidupan atau hal-hal yang nyata. Pada aktivitas tanya jawab ini, pola komunikasi yang digunakan adalah pola bintang atau semua saluran. Yang mana para pengguna atau pengikut saling berhubungan dikarenakan semua pengguna atau *followers* dapat berkomunikasi dengan semua anggota lainnya baik sebagai *sender* atau pengirim *menfess* (orang yang menyampaikan pesan) maupun sebagai pengikut atau *followers* yang menanggapi, tanggapan yang diberikan akan diterima kembali oleh pengikut yang mengirimkan pesan.

Pada aktivitas tanya jawab ini, pola komunikasi yang digunakan adalah pola bintang atau semua saluran. Pada gambar di atas terlihat bahwa para pengguna atau pengikut saling berhubungan dikarenakan semua pengguna atau *followers* dapat berkomunikasi dengan semua anggota lainnya baik sebagai *sender* atau pengirim *menfess* (orang yang menyampaikan pesan) maupun sebagai pengikut atau *followers* yang menanggapi, tanggapan yang diberikan akan diterima kembali oleh pengikut yang mengirimkan pesan.

Openfollback. *Openfollback* merupakan istilah yang digunakan saat membuka sesi mengikuti kembali atau disebut juga dengan istilah *follback* orang atau akun yang mengikuti *autobase* @bertanyarl. Berikut pola komunikasi yang dapat menggambarkan pola komunikasi *openfollback*:

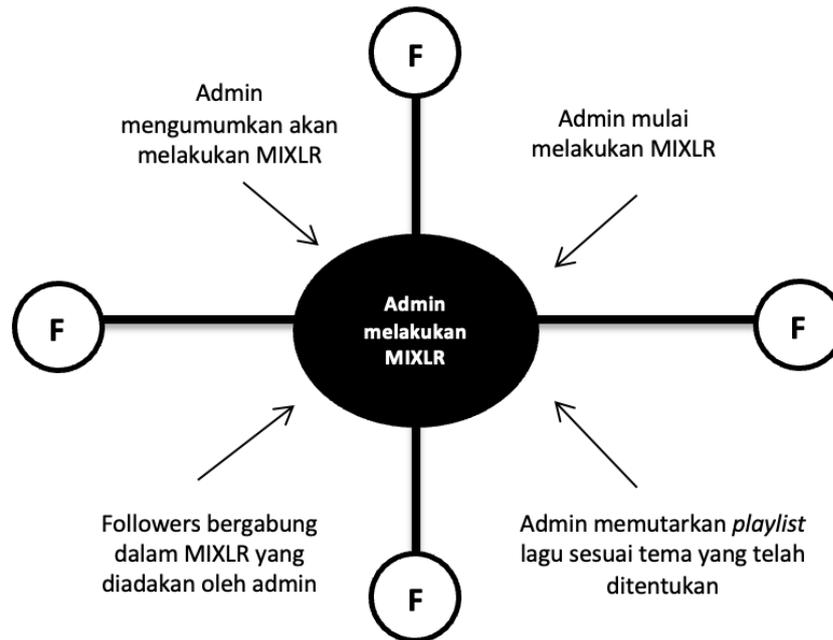


Gambar 4: Pola Komunikasi *Open Follback* Pada Akun @bertanyarl (F adalah Followers)

Pola komunikasi yang digunakan dalam aktivitas *openfollback* ini adalah pola roda. Yang mana admin selaku pusat *center* atau pemimpin dari *autobase* @bertanyarl menyampaikan pesan dan menjalankan sesi *openfollback*, sementara pengguna atau *followers* menanggapi atau melakukan umpan balik terhadap *admin* dengan mengikuti sesi *openfollback* dan mengikuti persyaratan yang dibuat oleh admin agar mendapatkan *follback* dari admin. Sebelum memulai sesi *openfollback*, biasanya *autobase* @bertanyarl akan menyapa pengguna disertai dengan pengumuman atau ajakan untuk bersiap siap bahwa akan melakukan *openfollback*. Ada syarat yang harus diikuti terlebih dahulu oleh pengguna dalam mengikuti sesi *openfollback* ini seperti yang tertera pada gambar di atas. Apabila memenuhi syarat dan beruntung maka akan terpilih untuk mendapatkan *follback* dari *admin*, dan bisa berpartisipasi dalam mengirimkan *menfess*. Syarat yang ditetapkan adalah melakukan *Retweet* dan *me-Reply* tweet yang ditetapkan oleh *admin*.

MIXLR. MIXLR adalah platform penyiaran musik secara langsung, yang dapat menyiarkan *podcast*, stasiun radio, ataupun *playlist* lagu. Dalam hal ini, *autobase* @bertanyarl biasanya menyiarkan *playlist* lagu dan pengikut atau *followers* juga diperbolehkan *request* lagu dengan tema yang sudah ditentukan untuk menghibur para *followers* atau pengguna setia *autobase* @bertanyarl. Pola yang digunakan dalam aktivitas MIXLR ini adalah pola roda. Hal ini dikarenakan *admin* selaku pusat sentralisasi yang menyampaikan pesan serta menjalankan MIXLR ini dan pengguna atau pengikutnya melakukan umpan balik dengan bergabung dan mendengarkan MIXLR yang diadakan oleh *admin*.

Berikut pola komunikasi yang dapat menggambarkan pola komunikasi MIXRL:



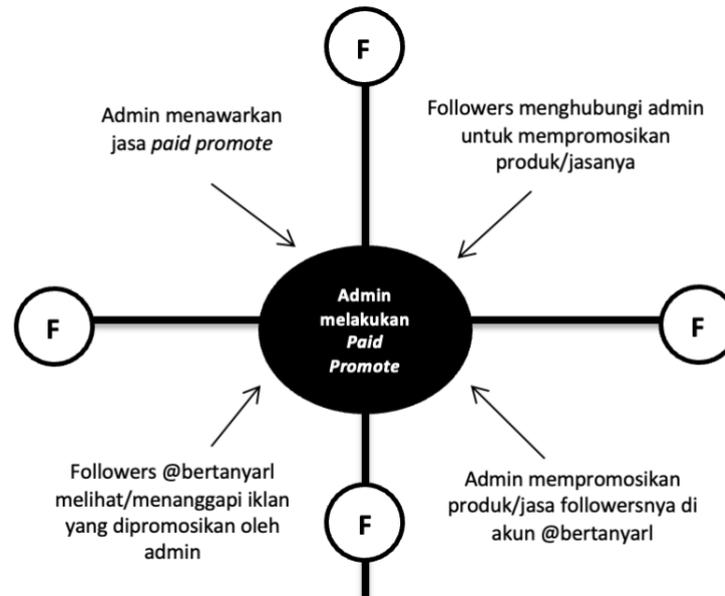
Gambar 5: Pola Komunikasi MIXRL pada akun @bertanyarl (F adalah Followes)

Pola yang digunakan dalam aktivitas MIXLR ini adalah pola roda. Hal ini dikarenakan *admin* selaku pusat sentralisasi yang menyampaikan pesan serta menjalankan MIXLR ini dan F yang berperan sebagai pengguna atau pengikutnya melakukan umpan balik dengan bergabung dan mendengarkan MIXLR yang diadakan oleh admin.

Paid Promote. *Paid promote* merupakan strategi mempromosikan produk maupun jasa melalui pihak ketiga (orang lain) yang memiliki pengikut atau *followers* yang banyak. Dalam hal ini, *autobase* @bertanyarl menerima bagi pengikut atau *followers* nya yang ingin produk atau jasanya dipromosikan dalam *autobase* @bertanyarl dengan kesepakatan yang sudah disetujui bersama.

Pola komunikasi yang digunakan dalam aktivitas *paid promote* ini adalah pola roda, hal ini dikarenakan *admin* dapat berhubungan langsung dengan pengikutnya, juga sebagai orang yang dapat menyampaikan serta menerima pesan. Dalam hal ini *admin* menyampaikan pesan berupa iklan yang ingin dipromosikan oleh pengikutnya, dan pengikut lainnya akan memberikan umpan balik dengan membagikan, menyukai, ataupun *retweet* postingan terkait iklan yang dipromosikan oleh *admin*.

Berikut pola komunikasi yang dapat menggambarkan pola komunikasi *paid promote*:



Gambar 6: Pola Komunikasi *Paid Promote* Pada Akun @bertanyarl (F adalah Followes)

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Dalam pengelolaannya tentunya terdapat berbagai faktor yang mendukung serta menghambat dari jalannya aktivitas atau kegiatan komunikasi yang terjadi pada *autobase* @bertanyarl. Berikut dijelaskan faktor pendukung dan penghambat dari pola komunikasi virtual pengelolaan *autobasae* Twitter (studi media *sharing real life things* pada akun @bertanyarl).

Faktor yang mendukung jalannya aktivitas dalam pengelolaan *autobase* @bertanyarl adalah fitur *Bot* yang terus diperbarui/*update*, fitur yang dimaksud di sini adalah hal-hal atau karakter yang dibuat menggunakan *Bot* dan dapat dimanfaatkan oleh pengguna @bertanyarl yang diperbarui atau *update* secara berkala dan *sender* yang aktif. *Sender* merupakan pengirim *menfess*(*mention confess*). Apabila banyak *sender* yang aktif dalam mengirimkan *menfess* yang ingin ditanya atau didiskusikan maka akan banyak pengikut yang menanggapi postingan *menfess* yang dikirm oleh *sender* dan hal ini menjadikan @bertanyarl ramai digunakan.

Sedangkan faktor penghambat dari jalannya pengelolaan dalam aktivitas *autobase* @bertanyarl adalah Twitter sering melakukan *lock* (akun yang dikunci) dan *suspend* (akun yang diberhentikan sementara) pada *autobase* @bertanyarl. Penyebabnya bisa karena melanggar aturan Twitter, sehingga terkadang akun tidak dapat beroperasi dengan baik, bahkan dapat hilang permanen.

Dari hasil pembahasan yang dijabarkan di atas, ditemukan pola komunikasi virtual pengelolaan yang berupa aktivitas dan upaya dalam menjaga keamanan dan kenyamanan dari *autobase* @bertanyarl yang menciptakan hubungan terjalin secara virtual atau melalui ruang maya, di mana dalam setiap aktivitas atau kegiatannya berpusat atau dijalankan oleh *autobase* @bertanyarl itu sendiri namun saling menghubungkan antar penggunanya satu sama lain dan menghasilkan interaksi

secara tidak langsung. Serta dari masing masing aktivitas dan upaya dalam menjaga keamanan dan kenyamanan *autobase* @bertanyarl ditemukan pola komunikasi yang berbeda-beda, yakni pola komunikasi bintang atau semua saluran dan pola komunikasi roda.

Dalam pengelolaan yang dilakukan *admin* @bertanyarl ditemukan pola semua saluran atau pola bintang pada aktivitas tanya jawab seputar hal-hal atau kehidupan nyata. Berikut digambarkan pola semua saluran pola bintang. Sementara dalam pengelolaan lainnya yang dilakukan *admin* @bertanyarl ditemukan pola roda pada aktivitas *openfollback*, MIXLR, dan *paid promote*. Pola yang sama juga ditemukan dalam upaya menjaga keamanan dan kenyamanan *autobase* @bertanyarl yakni pola roda dalam membuat aturan/*rules* dan memberikan sanksi.

Simpulan

Pola komunikasi yang terjadi dalam pengelolaan *autobase* @bertanyarl yang dilakukan oleh *admin* terjalin secara virtual atau melalui ruang maya. Pola komunikasi virtual tersebut menghasilkan aktivitas atau kegiatan @bertanyarl yang terdiri dari tanya jawab, *openfollback*, MIXLR, dan *Paid Promote*, serta upaya dalam menjaga kemandirian dan kenyamanan *autobase* @bertanyarl yakni dengan cara membuat *rules* atau aturan dan memberikan sanksi. Yang mana ditemukan pola jaringan komunikasi yang berbeda-beda dari masing masing aktivitas tersebut, yakni ditemukannya pola roda dan pola bintang atau semua saluran.

Sementara itu, faktor pendukung dari komunikasi virtual dalam pengelolaan *autobase* @bertanyarl adalah fitur *Bot* yang diperbarui dan *sender* yang aktif, sedangkan faktor penghambatnya adalah akun *base* yang dibatasi atau *lock account* dan akun *base* yang mendapatkan *suspend* atau ditangguhkan/diberhentikan sementara oleh pihak Twitter.

Untuk penelitian lebih lanjut dapat dikaji untuk dapat melihat perspektif dari pengikut/*followers* tentang bagaimana penggunaan atau pemanfaatan dari *autobase*.

Daftar Pustaka

- Azeharie, S., & Khotimah, N. (2015). Pola Komunikasi Antarpribadi antara Guru dan Siswa di Panti Sosial Taman Penitipan Anak. Melati” Bengkulu”. Jurnal Pekommas, 18(3).
- Briliana, C. N. N., & Destiwati, R. (2018). Pola Komunikasi Virtual Grup Percakapan Komunitas Hamur “HAMURinspiring” Di Media Sosial Line. Jurnal Manajemen Komunikasi, 3(1), 34-50.
- Fitrah, M. (2018). Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hadiyat, Y. (2017). Pola komunikasi prostitusi daring di Twitter. Jurnal FIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan), 18(2), 125-136.
- Haffner, M. (2020). Twitter. In *Geographies of the Internet* (pp. 277-291). Routledge.

- Hidayah, S. M., & Riauan, M. A. I. (2021). Analisis Framing Kebijakan Pemerintah Tentang Rencana Pembelajaran Tatap Muka Di Media Online Cnn Indonesia. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(2), 167-184.
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'. We are social.*
- Mardiana, L., & Zi'ni, A. F. Z. (2020). Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter@ Subtanyarl. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 34-54.
- Mendrofa, A. J., & Syafii, M. (2019). Pola Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Eksistensi Komunitas Marga Parna di Kota Batam (Studi Kasus Komunitas Marga Parna di Batu Aji Kota Batam). *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1).
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi.*
- Permatasari, N., Yosral, R., & Annisa, C. F. (2020). Analisis Media Sosial Twitter tentang Pendidikan Daring pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. In *Seminar Nasional Official Statistics (Vol. 2020, No. 1, pp. 359-369).*
- Rahmadi, R. (2011). *Pengantar metodologi penelitian.*
- Sidik, A. P., & Sanusi, N. (2019). Pola Komunikasi Mahasiswa Di Media Sosial. *Jurnal Common*, 3(1), 26-33.
- Subandi, S. (2011). Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan. *Harmonia journal of arts research and education*, 11(2), 62082.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.*
- Suranto, A. (2018). *Komunikasi organisasi. Pertama. Edited by P. Latifah. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.*
- Trijupitasari, R., & Riauan, M. A. I. (2017). Pola Komunikasi Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Bahaya HIV dan AIDS Kepada Penjaja Sex dan Gay. *MEDIUM*, 6(1), 78-86.
- Trisliantanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian; Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah.*
- Umilasari, P. (2020). *Strategi Komunikasi Virtual Akun Twitter@ K_DramaIndo Dalam Menyebarkan Budaya Pop Korea di Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).*