

MOTIF KOMUNIKASI FOLLOWERS AKUN TWITTER @RADENRAUF DALAM MENGGUNAKAN TAGAR #LOVESTORY

COMMUNICATION MOTIVES FOLLOWERS TWITTER ACCOUNT @RADENRAUF IN USING THE HASHTAG #LOVESTORY

Muhamad Imam Sobari¹, Mayasari², Nurkinan³

¹²³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Singaperbangsa Karawang

Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang,
Jawa Barat, 41361

*Korespondensi: Email imam.sobari0206@gmail.com

(Diterima oleh Dewan Redaksi: 17-01-2023)

(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: 01-04-2023)

ABSTRACT

The development of Information and Communication Technology is endless which provides significant changes to human life. One of them is social media as a place to find information or even complain. The presence of social media is also used by one of the well-known influencers, Raden Rauf, to create online matchmaking agency content with the hashtag #LoveStory on his Twitter social media @radenrauf which takes place every Saturday night starting at 19.00 WIB. This study intends to find out the motives of followers of the Twitter account @radenrauf in using the hashtag #LoveStory. The researcher chose a qualitative descriptive method using Alfred Schutz's Phenomenological Theory. The subjects in this study were six informants who were followers of @radenrauf and used the hashtag #LoveStory at least five times. Data collection techniques used are in-depth interviews, observation, documentation study and literature study. The results obtained from this study concluded that there were various motives for followers using the hashtag #LoveStory @radenrauf on Twitter, including the feeling of being entertained, looking for followers, getting work relationships and even to be able to move on from the past. Researchers also found novelty in which the hashtag #LoveStory has become a new phenomenon in terms of finding a mate in cyberspace besides using the Online Dating Application.

Keywords: Followers; Motive; Phenomenology.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak ada habisnya yang memberikan perubahan signifikan bagi kehidupan manusia. Salah satunya adalah media sosial sebagai tempat untuk mencari informasi atau bahkan berkeluh kesah. Hadirnya media sosial juga dimanfaatkan oleh salah seorang *influencer* ternama yakni Raden Rauf untuk membuat konten biro jodoh *online* dengan tagar #LoveStory di media sosial *Twitter* nya @radenrauf yang berlangsung setiap malam minggunya mulai pukul 19.00 WIB. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui motif *followers* akun *twitter* @radenrauf dalam menggunakan tagar #LoveStory. Peneliti memilih metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz. Subjek pada penelitian berjumlah enam orang informan yang merupakan pengikut (*followers*) @radenrauf dan menggunakan tagar #LoveStory minimal sebanyak lima kali. Teknik Pengumpulan Data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, studi dokumentasi dan studi pustaka. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menyimpulkan bahwa ditemukan ragam motif pengikut menggunakan tagar #LoveStory @radenrauf di *Twitter* diantaranya seperti rasa iseng mencari hiburan, mencari *followers*, memperoleh relasi pekerjaan dan bahkan agar bisa *move on* dari masa lalu. Peneliti juga menemukan kebaruan yang mana tagar #LoveStory menjadi fenomena baru dalam hal mencari jodoh di dunia maya selain menggunakan Aplikasi *Online Dating*.

Keywords: Fenomenologi; Followers; Motif.

Muhamad Imam Sobari, Mayasari, Nurkinan, 2023. Motif Komunikasi *Followers* Akun *Twitter* @radenrauf Dalam Menggunakan Tagar #LoveStory.

PENDAHULUAN

Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memberikan dampak yang luar biasa bagi kehidupan manusia. Semula, keberadaan, kemajuannya dimanfaatkan manusia untuk saling berkomunikasi satu sama lain. Namun seiring dengan berkembangnya zaman, hal itu mengalami perubahan. Perubahan tersebut menyesuaikan dengan kebutuhan manusia itu sendiri, misalnya Internet (Rosana, 2010).

Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2) menyebutkan bahwa sebanyak 196,71 juta jiwa pengguna internet dari total populasi 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia. Data menyebutkan ada sebanyak 51,5% penduduk Indonesia yang menggunakan internet untuk kebutuhan sosial media. Dengan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191,4 juta (Indonesia, 2020). Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa terjadi peningkatan pengguna internet dan sosial media dari tahun sebelumnya yang mana pada tahun 2021, ada sebanyak 202,6 juta pengguna (Social, 2021).

Media sosial adalah suatu medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016). Media sosial adalah wadah untuk bersosialisasi dengan menggunakan teknologi berbasis web untuk menyebarkan secara pengetahuan dan informasi secara cepat kepada seluruh pengguna internet di dunia (Eriyawati, 2020). Media sosial memiliki sifat yang lebih interaktif apabila dibandingkan dengan bentuk media

tradisional seperti radio maupun televisi (Sukrillah, 2018).

Satu dari sekian banyak media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah media sosial *Twitter*. Indonesia memiliki 18,45 juta pengguna *Twitter* pada awal tahun 2022, terbanyak kelima di dunia per bulan Januari 2022 (Social, 2022). *Twitter* adalah layanan *microblogging* yang sangat efektif dan berfungsi sebagai wadah untuk mencari teman dan berkomunikasi dengan semua orang yang ada di dunia. Hal yang menarik dari *Twitter* adalah kata dapat dituliskan dalam satu *Tweet* terbatas hanya 280 karakter. Dengan begitu para penggunanya harus secermat mungkin dalam menuliskan satu *Tweet* atau mereka tidak akan bisa mempublikasikannya (Sipahutar, 2020). Tidak hanya itu, *Twitter* juga memungkinkan penggunanya untuk bisa bertegur sapa dengan seseorang yang dikagumi atau menjadi idola seperti artis, musisi, tokoh publik, *selebtwit* dan bahkan *influencer* sekalipun.

Salah satu *influencer* yang aktif menggunakan *Twitter* adalah Raden Rauf, atau yang kerap disapa oleh warganet dengan sebutan 'Om Auf'. Dirinya acapkali menyajikan konten-konten tentang percintaan yang dibawakan secara santai dan guyon di media sosialnya baik itu di *Instagram* atau pun di *Twitter*. Satu konten yang paling dikenal dan banyak dinanti-nanti oleh warganet adalah konten 'Love from Instastory' atau disingkat dengan Tagar #LoveStory setiap hari Sabtu pukul 19.00 WIB di media sosial *Instagram* dan *Twitter*. Tagar #LoveStory awalnya pertama kali diperkenalkan oleh Raden Rauf pada akun *Instagram* nya @radenrauf pada tanggal 06 Januari 2019 menggunakan fitur *Instagram Stories*. Sebagai contoh, Raden

Rauf mengunggah foto Lisa Blackpink, Choi Si-won Super Junior, dan Song Hye-kyo seorang aktris sekaligus model cantik asal Korea Selatan. Dirinya juga menambahkan keterangan usia, domisili beserta *caption* lucu dan menarik. Bahkan terkadang, ia juga turut meramaikan Tagar *#LoveStory* tersebut dengan hadiah saldo dompet digital *OVO* senilai jutaan rupiah untuk warganet yang beruntung dengan alasan menarik jika mendapatkan hadiah tersebut. Agar terlihat lebih ramai, Raden Rauf juga mengumumkan hal tersebut ke para pengikutnya di media sosial *Twitter*.

Melihat fenomena yang terjadi pada Tagar *#LoveStory* menciptakan banyak pengalaman komunikasi yang tercipta selama prosesnya, dimulai saat mengunggah foto kemudian sampai pada saat saling menanggapi respons dari warganet. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap “Motif *Followers* Akun *Twitter @radenrauf* Dalam Menggunakan Tagar *#LoveStory*”.

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif *followers @radenrauf* dalam menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter*. Dengan begitu, diperoleh deskripsi mengenai ragam motif yang melatarbelakangi *followers @radenrauf* dalam menggunakan tagar tersebut.

MATERI DAN METODE

Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Alfred Schutz, seorang sosiolog asal Austria pada tahun 1899 menjelaskan bahwa fenomenologi secara etimologi berasal dari kata “*phenomenon*” yang berarti kenyataan yang nampak, serta “*logos*” yang berarti ilmu. Sehingga secara terminologi, fenomenologi merupakan ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas yang nampak. Fenomenologi

menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman tiap hari, dan dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal (Littlejohn and Foss, 2009). Dengan kata lain, fenomenologi mendasarkan tindakan sosial pada makna, pengalaman dan kesadaran. Fenomenologi menjelaskan penampakan suatu objek, peristiwa, atau suatu kondisi dalam pandangan kita (Hasbiansyah, 2008). Pengetahuan muncul dari pengalaman yang disadari di dalam pandangan manusia. Dengan demikian, fenomenologi berarti membiarkan sesuatu datang untuk mewujudkan dirinya sebagaimana adanya. Di satu sisi, makna itu hadir dengan cara membiarkan suatu fenomena atau pengalaman itu membuka dirinya. Di lain sisi, makna itu muncul sebagai hasil dari interaksi antara subjek dengan fenomena yang dialaminya (Littlejohn and Foss, 2009). Pokok dari pemikiran Alfred Schutz adalah bagaimana memahami suatu tindakan sosial (yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang) melalui penafsiran. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, serta bertindak dalam kenyataan yang sama (Kuswarno, 2009). Sehingga terciptalah hubungan timbal balik, pemahaman atas dasar pengalaman bersama. Dengan kata lain, Schutz menyebut manusia sebagai “aktor”. Makna subjektif yang tercipta dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah “kebersamaan” dan “kesamaan”, oleh karena itu disebut sebagai intersubjektif.

Schutz dalam Kuswarno (2009) dunia sosial adalah sesuatu yang intersubjektif serta pengalaman yang penuh makna. Dalam hal ini, makna tindakan yang identik dengan motif yang mendasari tindakan tersebut. Schutz mengelompokkan motif kedalam dua kategori, yakni:

- a. *Because motive* (Weil *Motive*), adalah motif yang tertuju

pada suatu tindakan yang terjadi di masa lalu. Dimana, tindakan tersebut dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan ketika ia melakukannya.

b. *In-order-to-motive (Um-zu-Motive)*, adalah motif yang tertuju pada suatu tindakan di masa mendatang. Dimana, tindakan tersebut yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditentukan.

Penelitian fenomenologi berusaha mencari jawaban tentang makna dari suatu fenomena dengan fokus utama terbagi menjadi dua yakni *Textural Description* adalah menjelaskan apa yang dialami oleh subjek penelitian terhadap suatu fenomena, kemudian *Structural Description* yang menjelaskan tentang bagaimana motif subjek dalam memaknai pengalamannya (Nuryana, 2019).

Influencer

Secara sederhana, *influencer* merupakan seseorang yang telah menghimpun *audience* secara alami dari waktu ke waktu dan memiliki pengaruh atau membawa pengaruh terhadap orang lain sehingga penerima pesan merasa terinspirasi dan dapat mempengaruhi tindakan orang lain untuk membuat suatu keputusan (Hennesy, 2018). *Influencer* terbagi menjadi empat kategori diantaranya *Mega-Influencer* dengan jumlah pengikut lebih dari satu juta *followers*, *Macro-Influencer* dengan jumlah pengikut berada di antara 100.000 sampai satu juta *followers*, *Micro-Influencer* dengan jumlah pengikut antara 1.000 sampai dengan 100.000 *followers*, dan *Nano-Influencer* dengan jumlah pengikut kurang dari 1.000 *followers* (Ismail, 2018).

Meskipun memiliki jumlah pengikut yang banyak, (Shimp and Andrews, 2012) seorang *influencer* harus memiliki kriteria khusus agar

mempengaruhi pengikutnya yakni sebagai berikut:

1. Kredibilitas atau *Credibility* adalah kecenderungan untuk mempercayai seseorang dengan mempertimbangkan dua aspek yakni keahlian '*expertise*' dan kepercayaan '*trustworthiness*'.

2. Daya Tarik atau *Attractiveness* adalah kriteria seberapa menariknya *influencer* yang dilihat dari fisik seseorang dengan memperhatikan tiga indikator yakni kesamaan '*similarity*', tingkat popularitas '*familiarity*', dan sikap positif '*liking*'.

3. Kekuatan atau *Power* adalah kemampuan *influencer* untuk menarik perhatian *audience* dan mempengaruhi tindakan *audience* nya.

Metode

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi Alfred Schutz. Adapun teori yang akan digunakan adalah teori fenomenologi itu sendiri dengan mengedepankan pembahasan pada motif. Subjek pada penelitian ini yakni warganet yang menggunakan Tagar *#LoveStory* di media sosial terdiri dari enam orang pengikut (*followers*) *Twitter* @radenrauf. Sedangkan objek yang diteliti adalah fenomena Tagar *#LoveStory* yang ada pada akun *Twitter* @radenrauf setiap malam minggu pukul 19.00 WIB.

Adapun kriteria yang Informan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Laki-laki atau Perempuan yang merupakan pengikut akun *Twitter* @radenrauf
2. Aktif berpartisipasi dalam tagar *#LoveStory* di *Twitter* yang diadakan oleh @radenrauf minimal sebanyak 5 (lima) kali.

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data pendukung seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2018). Sumber data primer adalah data yang dihasilkan dari

penelitian di lapangan melalui hasil observasi, pada penelitian ini didapat dari *followers Twitter @radenrauf* yang membuat *tweet #LoveStory* setiap malam minggunya pukul 19.00 WIB. Sumber data sekunder adalah data yang dihimpun peneliti dari sumber literatur seperti buku, jurnal, dan bahkan *capture tweet followers* yang membuat *tweet #LoveStory* Raden Rauf.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi dan studi pustaka dengan referensi berbagai buku, karya ilmiah, jurnal dan juga skripsi. Kemudian teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *data collection*/pengumpulan data, *data reduction*/ reduksi data, *data display*/penyajian data, *conclusion drawing* /penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data penelitian didapat melalui proses wawancara dan pengamatan langsung pada media sosial *Twitter* enam orang informan. Hasil penelitian akan difokuskan pada motif *followers @radenrauf* dalam menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter*. Peneliti menyajikan data hasil penelitian kedalam penjelasan beserta dengan analisisnya melalui data dari hasil wawancara dan pengamatan yang telah dilakukan.

1. Informan AR *Because-Motive* dan *In-Order-To-Motive*

Mengacu pada hasil wawancara mendalam dengan Informan AR, ditemukan bahwa motif yang dialami oleh Informan AR dalam menggunakan Tagar *#LoveStory* pada akun *Twitter @radenrauf* adalah sebagai berikut:

"Gue follow om Aup sih dulu karena gue kan orangnya suka otomotif gitu ya bang, dan om Aup juga sering tuh bahas-bahas tentang otomotif. Sama ini bang, gue follow om Aup itu juga karena tertarik sama

konten dia juga yang berbau sama tentang, ee... hubungan percintaan gitu, terus ya ngasih motivasi-motivasi gitu yang yang kebetulan ada yang relate nya juga gitu bang.... Kalo yang hestek #LoveStory itukan kayaknya lebih asik aja gitu, lebih random aja, lebih maksudnya, lebih.. apa ya bisa dibangun komunikasinya itu bisa langsung gitu. Oh iya, yang pertama sih.. emang sih, enggak.. enggak... sebenarnya sih pertama tahun 2019 sekali tuh iseng sih awalnya. Iseng karena kan emang kondisinya lagi free gitu kan. Terus di tahun 2020 kan pandemi tuh ya, kena WFH ke kantor pun dijadwal ga tiap hari, jadi ya ngisi waktu luangnya mulai rutin ikut #LoveStory sampe sekarang bang, eee.. ekspektasinya itukan mungkin bisa dibilang ya mencari pasangan, tapi kan gak menutup kemungkinan kita bisa jadi temen gitu juga ya, hehehe." (Hasil wawancara dengan Informan AR pada tanggal 11 September 2022).

Berdasarkan pernyataan yang dikemukakan oleh Informan AR dalam wawancaranya, diketahui bahwa motif melakukan komunikasi pada biro jodoh *online* Tagar *#LoveStory* pada akun *Twitter @radenrauf* adalah sebagai berikut:

a. *Because Motive* (Motif Sebab) yang melatarbelakangi Informan AR dalam mengikuti Tagar *#LoveStory* di akun *Twitter @radenrauf* adalah karena awalnya memiliki kegemaran yang sama di dunia otomotif. Selain itu, konten tentang hubungan percintaan yang disajikan oleh Raden Rauf serta kata-kata motivasi yang diberikan yang dinilai *relate* oleh Informan AR. Tagar *#LoveStory* dianggap lebih asyik dalam berkomunikasi dengan pengguna lainnya di *Twitter*. Informan AR mengaku bahwa saat pertama kali dia ikut tren di tahun 2019 itu awalnya karena iseng. Lalu pada tahun 2020 yang mana awal pandemi, Informan AR mulai rutin mengikuti tren *#LoveStory* di *Twitter*.



Sumber : *Twitter*, 2020.
Gambar 1 - Profil Akun *Twitter* @radenrauf

Data *Capture* di atas merupakan Profil Akun *Twitter* @radenrauf yang mana dapat kita ketahui bahwa Raden Rauf memiliki kegemaran di dunia otomotif, seperti apa yang diungkapkan oleh Informan AR. Selain itu, Raden Rauf juga gemar membagikan *Tweet* tentang Cinta dan Kehidupan.

- b. *In-Order-To-Motive* (Motif Untuk atau Tujuan) yang ditemukan dari wawancara peneliti dengan Informan AR adalah motif yang berkenaan dengan apa yang ingin ia capai. Informan AR memberikan pernyataan bahwa tujuan ia berpartisipasi dalam Tagar #*LoveStory* adalah untuk mendapatkan teman baru dan bahkan kalau bisa dapat jodoh juga dari Tagar tersebut.



Sumber: *Twitter*, 2020
Gambar 2 - *Tweet* #*LoveStory* Informan AR

Capture Tweet pada Gambar 2 merupakan data pendukung dari wawancara Peneliti dengan Informan AR. *Capture* di atas adalah salah satu *tweet* dari Informan AR tentang #*LoveStory* yang menyatakan bahwa ia ikut biro jodoh tersebut untuk mencari *mutual* baru dengan harapan setelah kenalan bisa berakhir di pelaminan.

"#*LoveStory* mari bermutualan, siapa tahu bisa kenalan hingga kepelaminan. Salam dari keenan pearce dan adiknya," tulis Informan AR dalam *Tweet* #*LoveStory* nya pada tanggal 11 Juli 2020.

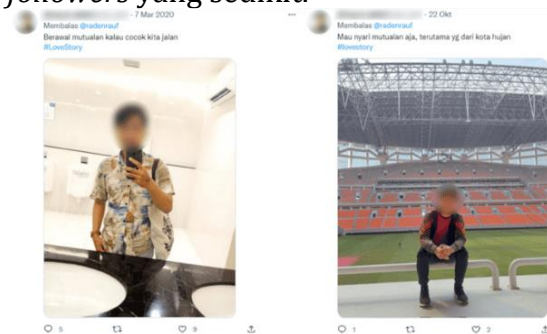
2. Informan FR *Because-Motive* dan *In-Order-To-Motive*

Tidak jauh berbeda dengan pernyataan yang diberikan oleh Informan AR, Informan FR memberikan pernyataan yang hampir sama dengan Informan AR, namun dengan sedikit perbedaan pada status pribadinya. Berikut pernyataan dari Informan FR dalam wawancaranya dengan peneliti:

"Hmm.. iya mas, sudah punya pacar. hehehe.... Sebenarnya tuh waktu itu tuh dia tuh kan otomotif ya? Otomotif juga kan, kayak motor, mobil. Emang dari 2017 sampe saya ikutin mas Auf di 2020 pandemi itu followers saya sedikit, *Twitter* saya kurang rame gitulah. Kemudian saya ngelihat seru nih kalo banyak temen. Hmm.. enggaklah, hehe. Kan saya tuh main *Twitter* ya gak pengen ketemu orang real life kayak teman-teman saya, atau bahkan orang-orang terdekat saya." (Hasil wawancara dengan Informan FR pada tanggal 12 September 2022).

Berangkat dari pernyataan yang disampaikan oleh Informan FR dalam wawancaranya, diketahui bahwa motif FR melakukan komunikasi melalui biro jodoh online Tagar #*LoveStory* pada akun *Twitter* @radenrauf adalah sebagai berikut:

- a. *Because Motive* (Motif Sebab) sama halnya dengan Informan AR, Informan FR dalam wawancaranya juga memberikan pernyataan yang sama bahwa ia mengikuti akun *Twitter* @radenrauf dan ikut biro jodoh online Tagar #LoveStory di *Twitter* itu berangkat dari kegemaran yang sama yakni dalam hal otomotif. Sementara itu, Informan FR dalam wawancaranya mengaku sudah memiliki pacar. Namun ia mengungkapkan bahwa alasan ia mengikuti biro jodoh tersebut bukanlah untuk mencari pacar, melainkan untuk mencari *mutual* atau *followers* di akun *Twitter* pribadinya. Informan FR mengaku sebelum *follow* Raden Rauf, ia memiliki jumlah *followers* yang sedikit.



Sumber : *Twitter*, 2020 dan 2022
Gambar 3 - Tweet #LoveStory Informan FR

Informan FR dalam dua *tweet* pada Gambar 3 memberikan *caption* yang hampir sama di tahun yang berbeda. Berikut *caption tweet* #LoveStory yang dibuat Informan FR melalui akun *Twitter* nya:

“Berawal mutualan kalau cocok kita jalan #LoveStory,” tulis Informan FR dalam *tweet* #LoveStory nya pada tanggal 07 Teman 2020.

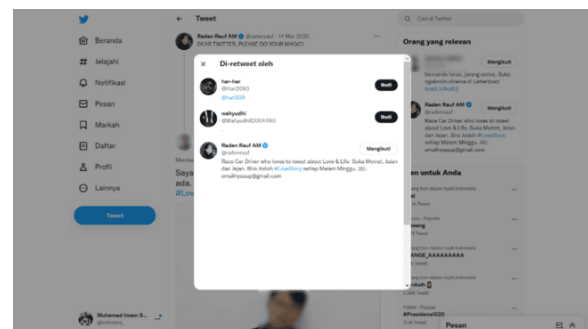
“Mau teman mutualan teman, terutama teman dari kota hujan #lovestory,” tulis Informan FR dalam *tweet* #LoveStory nya pada tanggal 22 Oktober 2022.

Melalui dua *capture* dan *tweet* dari Informan FR di atas, maka dapat

- diketahui motif sebab yang ada adalah untuk mencari *mutual*, sehingga angka *followers* pada akun *Twitter* nya dapat meningkat.
- b. *In-Order-To-Motive* (Motif Untuk atau Tujuan) satu hal yang ditemukan dari *In-Order-To-Motive* dari Informan FR adalah untuk meningkatkan jumlah *followers* pada akun *Twitter* nya. Ia berpendapat bahwa dengan ia mengikuti tren Tagar #LoveStory tersebut, *followers* nya akan bertambah, terlebih jika unggahan fotonya di *retweet* oleh Raden Rauf. Hal tersebut akan memperluas jangkauan unggahan fotonya dan ia dapat menemukan teman baru di *Twitter*.



Sumber : *Twitter*, 2020
Gambar 4 - Tweet #LoveStory Informan FR



Sumber : *Twitter*, 2020
Gambar 5 - Data Retweet pada Tweet #LoveStory Informan FR

Sebagaimana dengan pernyataan yang diberikan Informan FR dalam wawancara, dua data *capture* di atas memperkuat pernyataan yang diberikan.

Tweet #LoveStory yang dibuat Informan FR pada tanggal 14 Teman 2020 berhasil di *retweet* oleh Raden Rauf dan mendapatkan *insight* lebih dibanding *Tweet* #LoveStory yang ia buat lainnya. *Tweet* tersebut sampai saat ini memiliki 64 suka, 4 *retweet*, dan 11 *tweet* balasan.

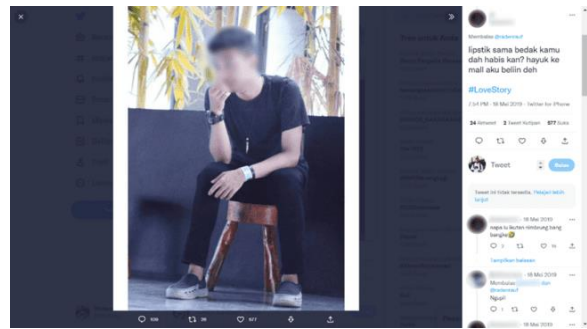
3. Informan SW *Because-Motive* dan *In-Order-To-Motive*

Informan selanjutnya berinisial SW, ia memberikan pernyataan yang berbeda dengan dua Informan sebelumnya. Berikut pernyataan Informan SW dalam wawancaranya dengan peneliti:

“Oke, saya sih main Twitter udah dari tahun 2019 ya mas. Waktu itu memang saya follow mas Auf karena ada temen di Twitter saya yang ikutan biro jodohnya mas Auf dan muncul lah di timeline Twitter saya. Pas saya lihat, muncul pikiran kayaknya seru ini hashtag nya, bisa sekaligus nambah followers Twitter saya. Selain cari cewek, salah satu hal yang melatarbelakangi adalah saya mau ngelatih diri saya biar ga kaku atau canggung saat berinteraksi dengan lawan jenis saya. Dulu kan saya orangnya itu gak pede ya, apalagi kalau urusan cewek. Nah berangkat dari sinilah, saya jadi pede, gak inainuinainu kalau ngobrol sama cewek, baik itu secara langsung atau lewat media sosial.” (Hasil wawancara dengan Informan SW pada tanggal 14 September 2022).

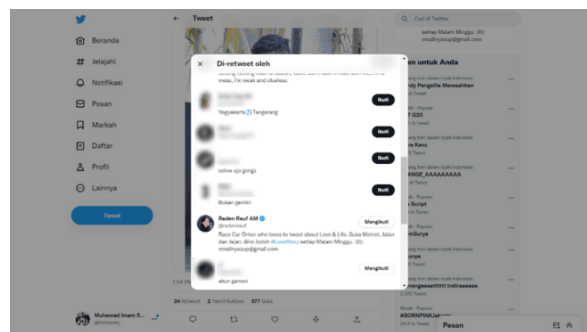
Melalui pernyataan di atas, Informan SW menjelaskan kepada peneliti tentang ceritanya dalam mengikuti Tagar #LoveStory di *Twitter*. Berikut penjelasan motif dari Informan SW:

- a. *Because Motive* (Motif Sebab) diketahui bahwa Informan SW mulai aktif di *Twitter* sejak tahun 2019. Motif ia mengikuti akun *Twitter* @radenrauf karena munculnya *tweet* #LoveStory di *timeline* dari temannya yang kemudian membuat SW merasa bahwa Tagar tersebut dinilai seru dan lebih luas jangkauannya.



Sumber : *Twitter*, 2019

Gambar 6 – *Tweet* #LoveStory Informan SW pada tanggal 18 Mei 2019



Sumber : *Twitter*, 2019

Gambar 7 – Data *Retweet* pada *Tweet* #LoveStory Informan SW

Data *Capture* di atas merupakan salah satu *Tweet* #LoveStory dari Akun *Twitter* Informan SW, yang sejauh ini memiliki *insight* tertinggi dengan menghasilkan 577 suka, 26 *retweet*, dan 109 *tweet* balasan dari pengguna lainnya. *Tweet* tersebut juga menuai perhatian dari Raden Rauf dengan di *retweet* nya *tweet* Informan SW. Berikut *caption tweet* #LoveStory yang ditulis oleh Informan SW dalam media sosial *Twitter* nya:

“lipstik sama bedak kamu teman habis kan? Hayuk ke mall aku beliin deh #LoveStory,” tulis Informan SW dalam *Tweet* #LoveStory nya pada tanggal 18 Mei 2019.

- b. *In-Order-To-Motive* (Motif Untuk atau Tujuan) berdasarkan kutipan hasil wawancara di atas, maka motif untuk atau tujuan Informan SW adalah untuk mencari cewek dan untuk melatih diri agar tidak canggung saat berbicara dengan lawan jenis.



Sumber : *Twitter*, 2019
Gambar 8 – Tweet Informan SW

Capture Tweet Informan SW di atas menjadi data untuk menguatkan bahwa alasan ia mengikuti biro jodoh online tagar #LoveStory nya @radenrauf adalah untuk mencari cewek dan melatih dirinya agar tidak canggung atau grogi ketika berbicara dengan lawan jenis.

“teman seumuran gw kalo engga teman nikah ya teman tunangan atau minim teman punya pacar lah. Nah gw masih mau ngechat doi duluan teman masih gemeteran asw”, tulis Informan SW di akun *Twitter* pribadinya pada tanggal 26 Mei 2019.

4. Informan NFA *Because-Motive* dan *In-Order-To-Motive*

Informan keempat berinisial NFA, hampir serupa dengan pernyataan yang diberikan oleh Informan AR bahwa salah satu motif mengikuti akun *Twitter* @radenrauf adalah karena *tweet-tweet* nya yang dinilai *relate* dengan kehidupannya. Berikut kutipan pernyataan NFA dalam wawancara dengan peneliti:

“*Sebenarnya saya follow dari tahun 2019 ya, cuman akunnya ganti, jadi aku tahun 2020 bikin akun lagi terus follow lagi. Selain*

*itu, saya follow karena wawasan dan motivasi dalam hal percintaan yang saya pikir itu relate dengan kehidupan saya....Alasannya sih biar nambah followers juga sih, baik di *Twitter* maupun di *Instagram*. Barangkali ada yang minat untuk foto, kan aku buka jasa foto model gitu.... Iya, ada kak. Barangkali aja nemu jodohku di #LoveStory ini.”* (Hasil wawancara dengan Informan NFA pada tanggal 18 September 2022).

Berdasarkan pernyataan yang diungkapkan oleh Informan NFA kepada peneliti, berikut motif sebab dan motif untuk atau tujuan yang ditemukan dalam wawancara melalui panggilan *WhatsApp* pada tanggal 18 September 2022 dengan Informan NFA:

- a. *Because Motive* (Motif Sebab) informan NFA mengungkapkan bahwa ia mengikuti @radenrauf di *Twitter* sejak tahun 2019, lalu ia ganti akun di tahun 2020 dan langsung *follow* kembali. NFA juga memberikan informasi bahwa ia mengikuti *Twitter* @radenrauf itu karena wawasan dan motivasinya dalam hal percintaan yang NFA pikir itu *relate* dengan kehidupannya. Selain itu, NFA juga ingin menambah jumlah *followers* akun *Twitter* nya dengan cara mengikuti tren #LoveStory itu.



Sumber : *Twitter*, 2020
Gambar 9 – Tweet #LoveStory Informan NFA

Tweet di atas merupakan *tweet* #LoveStory pertama yang dibuat oleh

Informan NFA di akun *Twitter* pribadinya yang baru dibuat pada Agustus 2020. Informan NFA berpendapat bahwa dengan dirinya berpartisipasi dalam biro jodoh *online* tagar *#LoveStory* tersebut akan meningkatkan jumlah *followers* akun *Twitter* nya yang masih baru. Selain itu, Informan NFA juga acapkali *me-retweet tweet* dari Raden Rauf yang ia nilai *relate* dengan kehidupannya.



Sumber : *Twitter*, 2022

Gambar 10 – *Tweet Akun Twitter @radenrauf yang di Retweet oleh Informan NFA*

- b. *In-Order-To-Motive* (Motif Untuk atau Tujuan) hal yang diperoleh dari wawancara dengan Informan NFA adalah ditemukannya motif untuk atau tujuan yakni motif yang ingin diperoleh NFA dalam mengikuti tren *#LoveStory* yakni agar ia mendapatkan teman baru dan mendapatkan tawaran untuk foto model. Tujuan lain yang ingin Informan NFA dapatkan tentunya soal mencari jodoh lewat tren *#LoveStory* tersebut.

Sejalan dengan yang disampaikan Informan NFA kepada peneliti yang mana salah satu tujuan ia ikut biro jodoh *online* tagar *#LoveStory* adalah untuk mendapatkan teman baru atau tawaran foto model, foto pada *tweet* di bawah ini merupakan hasil foto dari Reiyen Photoshoot pada tanggal 13 April 2021 di Dukuhturi, Kabupaten Tegal.

Komunikasi *Followers* Akun *Twitter*



Sumber : *Twitter*, 2021

Gambar 11 – *Tweet #LoveStory Informan NFA*

5. Informan SS *Because-Motive* dan *In-Order-To-Motive*

Motif yang diungkapkan Informan SS selama mengikuti tren *#LoveStory* di *Twitter* adalah sebagai berikut:

“...Yang membuat tertarik adalah ketika dia mem-posting kata-kata tentang perasaan perempuan dan saya mulai mem-follow nya karena saya senang tentang konten dia. Mem-follow Raden Rauf sebelum pandemi sekitar tahun 2019.... Setelah follow jadi tahu tentang #LoveStory dan ada salah satu Tweet dia yang bertanya tentang membuat konten biro jodoh dan banyak respon positif lalu mengikutinya. Tidak berharap mendapatkan tetapi iseng aja.... Iseng melihat banyak antusias dari follower nya ikut meramaikan, siapa tahu walaupun tidak mencari jodoh bisa saja mendapatkan teman dan saling follow.” (Hasil wawancara dengan Informan NFA pada tanggal 18 September 2022).

Melihat pernyataan yang disampaikan oleh Informan SS, maka dapat diketahui motif ia berkomunikasi yang mana sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Alfred Schutz, berikut penjelasannya:

- a. *Because Motive* (Motif Sebab) yang ditemukan pada Informan SS adalah ditemukannya ketertarikan ketika melihat Raden Rauf memposting kata-kata tentang perasaan perempuan. Informan SS mengungkapkan bahwa ia awalnya iseng karena melihat banyaknya antusias dari *followers* nya Raden Rauf yang ikut tren *#LoveStory* di *Twitter*. *Capture* di bawah ini merupakan *tweet* pertama Informan SS yang menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter*.



Sumber : *Twitter*, 2019

Gambar 12 – *Tweet #LoveStory* Informan SS

- b. *In-Order-To-Motive* (Motif Untuk atau Tujuan) jika dilihat dari hasil wawancara, maka dapat diketahui motif dari Informan SS adalah mendapatkan teman baru dengan cara mengikuti tren *#LoveStory* yang dinilainya bagus dan tingginya antusiasme dari *followers* nya. Menurut Informan SS, banyak orang lain yang berinteraksi hanya sekedar untuk *follow* dan saling kenal untuk menambah aktivitas di *Twitter*. Berikut salah satu *tweet* yang menggambarkan *In-Order-To-Motive* Informan SS.



Sumber : *Twitter*, 2022

Gambar 13 – *Tweet #LoveStory* Informan SS

6. Informan TF *Because-Motive* dan *In-Order-To-Motive*

Informan TF menceritakan tentang bagaimana ia awalnya mem-*follow* Raden Rauf dan mengikuti tren *#LoveStory* di *Twitter* setiap malam minggunya. Berikut penjelasan dari Informan TF dalam wawancaranya dengan peneliti:

“Saya dari SMA juga udah maen twitter. Tapi kalo twitter yang sekarang sih baru 17 bulan. Dan saya tergerak buat twitter yang baru ini disaat saya patah hati. Kalo ini, awalnya saya lagi nonton youtube nya ka Prasodjo Muhammad, sang konten kreator konten-konten horor. Nahh, gasengaja tuh ada podcast bang Raden Rauf lewat. Kalo follow twitter nya, baru tahun kemaren, tepatnya di bulan Mei awal saya buat twitter baru.... Kalo itu saya tau pas lagi scroll-scroll beranda cari hiburan di sosmed. Nahh saya iseng tuhh ikutan juga. Ehh malah banyak yang follow. Twitter saya kan sepi ya a, orang twitter baru juga. Nahh dari situ saya ketagihan ikutan mulu. Mana di retweet mulu sama Bang Raden Rauf nya. Jadi saya emang niatnya nambah follower aja, pengen upload foto aja.” (Hasil wawancara dengan Informan TF pada tanggal 02 Oktober 2022).

Berdasarkan cerita dari Informan TF dengan peneliti, maka dapat diketahui bahwa cerita Informan TF hampir sama dengan Informan FR dan Informan SS. Berikut adalah penjelasan tentang motif

komunikasi dari Alfred Schutz yang ada pada cerita Informan TF:

- a. *Because Motive* (Motif Sebab) yang menjadi latar belakang Informan TF dalam melakukan komunikasinya adalah karena faktor patah hati yang dialaminya. Secara tidak sengaja, ia menemukan konten *podcast* nya Raden Rauf yang membuatnya timbul rasa penasaran dan tertarik dengan judulnya. Lantas ia pun langsung *stalking* dan mulai mengikuti semua media sosialnya, bahkan ikut dalam biro jodoh *online* Tagar *#LoveStory* di *Twitter*. Selain dari patah hati, Informan TF juga mengaku ia iseng untuk ikut biro jodoh tersebut, sampai akhirnya ia jadi rutin untuk mengikuti tren *#LoveStory* setiap malam minggunya. Meski pada saat itu ia sudah memiliki pacar, namun tujuannya ikut biro jodoh tersebut bukanlah untuk mencari pacar.



Sumber : *Twitter*, 2022

Gambar 14 - Tweet *#LoveStory* Informan TF

Capture tweet di atas merupakan salah satu *tweet #LoveStory* yang dibuat Informan TF pada tanggal 13 Agustus 2022. Selaras dengan apa yang disampaikan dalam wawancara, bahwa ia hanya mencari hiburan di sosial media sehingga ia iseng ikut dalam *#LoveStory* nya Raden Rauf. Berawal dari akun *Twitter* yang sepi *followers*, kini akun *Twitter* nya sudah ada ratusan *followers*.

- b. *In-Order-To-Motive* (Motif Untuk atau Tujuan) motif selanjutnya yang ditemukan berkaitan tentang tujuan yang ingin dicapai oleh Informan TF adalah mengikuti biro jodoh *online* tagar *#LoveStory* bukanlah untuk mencari pacar, namun hanya untuk menaikkan *followers* akun *Twitter* nya yang masih baru. Hal itu terbukti dengan adanya beberapa foto Informan TF yang di *retweet* oleh Raden Rauf, sehingga menyebabkan banyaknya akun baru yang *follow* akun *Twitter* Informan TF. *Capture* di bawah ini adalah salah satu *tweet #LoveStory* yang sejauh ini tinggi *insight* nya dengan raihan 246 suka, 9 *retweet*, dan 42 *tweet* balasan.



Sumber : *Twitter*, 2022

Gambar 15 - Tweet *#LoveStory* Informan TF

Pembahasan

Pelbagai macam motif yang membuat warganet untuk menjadi *followers @radenrauf* dan menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter*. Di antara ragam motif tersebut, ada yang memiliki motif karena adanya kesamaan hobi antara ia dengan Raden Rauf yang sama-sama menyukai otomotif, konten motivasi atau percintaan Raden Rauf yang dinilai *relate* dengan kehidupan Informan, penasaran kemudian iseng mencoba hal baru sambil mencari hiburan. Motif lainnya yang membuat Informan menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter* adalah untuk

mencari *followers* baru, sehingga dapat menambah relasi pertemanan di dunia maya, dan jika memang rezeki bisa sampai mendapatkan pacar atau jodoh lewat *#LoveStory* tersebut. Adapun salah satu Informan dalam penelitian ini memiliki motif karena untuk *move on* dari masa lalunya.

Motif yang pertama adalah *because motive* adalah motif yang menyebabkan *followers @radenrauf* menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter*. Motif yang ditemukan antara lain karena konten motivasi dan percintaan yang *relate*, iseng mencari hiburan karena merasa bosan ketika pandemi, penasaran mencoba hal baru, mencari *followers* bahkan pacar atau jodoh, lalu ada juga yang karena berusaha untuk *move on*. Ragam motif tersebut berorientasi pada masa lalu yang merupakan pengalaman pribadi *followers* yang menjadi langkah awal timbulnya keinginan untuk mengikuti *@radenrauf* dan menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter*.

Motif yang kedua adalah *in-order-to-motives* yaitu motif yang menjadi tujuan *followers @radenrauf* menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter*. Motif tersebut antara lain *followers* yang meningkat, mendapat teman baru, mendapat jodoh, melatih diri agar tidak canggung dalam berkomunikasi, dan bahkan mendapat relasi pekerjaan. Ragam motif tersebut berorientasi pada masa depan atau tujuan yang ingin diraih oleh *followers @radenrauf* yang menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter*.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menemukan beberapa temuan ragam motif yang melatarbelakangi *followers @radenrauf* dalam menggunakan tagar *#LoveStory* di *Twitter*. Motif tersebut terbagi menjadi

dua jenis yakni *because motive* dan *in-order-to motive* sesuai dengan Teori Fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz.

Pertama, *because motive* yakni adanya kegemaran yang sama dalam hal otomotif, *tweet* motivasi perihal percintaan dan kehidupan yang *relate*, iseng penasaran dengan tagar tersebut, mencari *followers* atau teman baru dari berbagai daerah, bahkan mencari hiburan agar bisa *move on*. Kedua, *in-order-to-motive* adalah agar mendapatkan jodoh, mendapatkan *followers* / teman baru dari berbagai daerah, mendapat *retweet* dari Raden Rauf, memperoleh relasi pekerjaan, dan agar tidak canggung lagi ketika berkomunikasi dengan lawan jenis.

Peneliti juga menemukan kebaruan yakni adanya fenomena baru dalam hal mencari jodoh di dunia maya. Umumnya, pencarian jodoh secara *online* dilakukan melalui Aplikasi *Online Dating*. Namun setelah Raden Rauf membuat tagar *#LoveStory* di *Twitter*, fenomena pencarian jodoh tersebut jadi ramai pengguna di Media Sosial *Twitter* melalui tagar *#LoveStory* setiap malam minggunya.

Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat dan menambah keberagaman dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang. Peneliti juga berharap melalui penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan peneliti dan pembaca mengenai Motif Komunikasi *Followers Akun Twitter @radenrauf* Dalam Menggunakan Tagar *#LoveStory*.

Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai bagaimana motif tentang *followers akun Twitter @radenrauf* dalam

menggunakan tagar #*LoveStory*. Selain itu juga, semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian dan pengembangan di bidang Fenomenologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Eriyawati, Agnita, Mayasari Mayasari, and M. Ramdhani. 2020. "Pengaruh YouTube Atta Halilintar Terhadap Motivasi Bagi Mahasiswa." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5(2): 139.
- Hasbiansyah, O. 2008. "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial Dan Komunikasi." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 9(1): 163–80.
- Hennesy, Brittany. 2018. *Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media*. New York: Citadel Press.
- Indonesia, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet. 2020. "Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020." *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* 2020: 1–146. <https://apjii.or.id/survei>.
- Ismail, Kaya. 2018. "Social Media Influencer: Mega, Macro, Micro or Nano." *CMSWIRE*. <https://www.cmswire.com/digital-marketing/social-media-influencers-mega-macro-micro-or-nano/>.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsep, Pedoman, Dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Littlejohn, Stephen W, and Karen A Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. 9th ed. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nuryana, Arief, Pawito Pawito, and Prahastiwi Utari. 2019. "Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi." *Ensains Journal* 2(1): 19.
- Rosana, Anita Septiani. 2010. "Kemajuan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Industri Media Di Indonesia." *Gema Eksos* 5(2): 146–48. <https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>.
- Shimp, Terence A., and J. Craig Andrews. 2012. *Advertising, Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. United States of America: Cengage Learning.
- Sipahutar, Celvin, Ana Fitriana Poerna, and Nurkinan. 2020. "Pengalaman Komunikasi Curhat Anonim Bagi Followers @18Autobase Di Twitter." *Lensa Mutiara Komunikasi* 4(Nomor 2): 1–19. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/1414>.
- Social, We Are. 2021. "Digital 2021 Indonesia." *Global Digital Insights*: 103. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- . 2022. "Digital 2022 Indonesia." *Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.
- Sukrillah, Ahmad, Ike Atikah Ratnamulyani, and Ali Alamsyah Kusumadinata. 2018. "Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi." *Jurnal Komunikatio* 3(2): 95–104.