

MOTIF FOLLOWERS MENGAKSES AKUN X @Ohmy_Beautybank SEBAGAI MEDIA INFORMASI

ADITA BELVA

ABSTRAK

Media sosial X (sebelumnya Twitter) menjadi wadah komunikasi, pertukaran informasi, dan diskusi cepat berkat banyaknya pengguna. Salah satu fenomena di X adalah *autobase*, yaitu akun yang menerima kiriman pesan anonim (menfess), termasuk dalam topik kecantikan seperti @ohmy_beautybank. Namun, muncul tantangan berupa akun afiliasi atau *affiliate* yang mempengaruhi validitas informasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif para pengguna *autobase* @ohmy_beautybank dalam memenuhi kebutuhan informasi valid. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mengetahui lebih dalam pengalaman seseorang terhadap suatu fenomena. Peneliti mengumpulkan data dengan wawancara mendalam kepada 5 (lima) orang wanita pengikut akun *autobase* @ohmy_beautybank di aplikasi X yang menghasilkan motif akses dan penggunaan akun, pengalaman interaksi pada akun *autobase*, kemudahan akses informasi, dan kredibilitas informasi akun *autobase* @ohmy_beautybank. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini mengolah dan mempersiapkan data, membaca keseluruhan data, mengidentifikasi pernyataan penting, pengelompokan pernyataan, deskripsi tekstur dan struktur, merumuskan esensi pengalaman. Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa motif pengguna dalam mengakses *autobase* @ohmy_beautybank tidak hanya sebatas memenuhi kebutuhan informasi valid, tetapi juga melibatkan proses kritis, kolaboratif, dan partisipatif, di mana mereka menjadi bagian aktif dari ekosistem pencarian informasi yang terus berkembang dan dipengaruhi oleh dinamika sosial digital.

Kata Kunci: Fenomenologi, X, *Affiliate*, *Autobase*

FOLLOWERS' MOTIVES FOR ACCESSING THE X @Ohmy_Beautybank ACCOUNT AS AN INFORMATION MEDIA

ADITA BELVA

ABSTRACT

Social media platform X (formerly Twitter) has become a medium for communication, information exchange, and rapid discussions due to its large number of users. One of the phenomena on X is the existence of autobase accounts, which receive anonymous messages (menfess), including topics related to beauty, such as the @ohmy_beautybank account. However, the emergence of affiliate accounts poses challenges that may affect the validity of the information shared. Therefore, this study aims to examine the motives of users of the autobase account @ohmy_beautybank in fulfilling their need for valid information. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach to explore individuals' experiences regarding the phenomenon. Data were collected through in-depth interviews with five female followers of the @ohmy_beautybank autobase account on X. The findings reveal several aspects, including users' motives for accessing and using the account, their interaction experiences, the ease of accessing information, and the credibility of the information shared. The data analysis process involved organizing and preparing data, thoroughly reading the data, identifying significant statements, grouping statements, describing textural and structural aspects, and formulating the essence of experience. The results indicate that users' motives in accessing @ohmy_beautybank are not only limited to obtaining valid information but also involve critical, collaborative, and participatory processes, where users actively engage in a continuously evolving information-seeking ecosystem shaped by digital social dynamics.

Keywords: Phenomenology, X, Affiliate, Autobase