



JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JMPIS)

E-ISSN : 2716-375X
P-ISSN : 2716-3768

<https://dinastirev.org/JMPIS>

dinasti.info@gmail.com

+62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i5>

Received: 15 Juli 2024, Revised: 10 Agustus 2024, Publish: 11 Agustus 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Analisis Penggunaan dan Gratifikasi Aplikasi Voisa.App dalam Mencari Koneksi Anonim di Era Digital pada Generasi Z

Shaquella Gracia Kumontoy¹, Margaretha Christine Dolontelide², Annissa Dewi Ekayani³

¹ Magister Ilmu Komunikasi, LSPR Institute of Communication & Business, Indonesia, shaquellagracia@gmail.com

² Magister Ilmu Komunikasi, LSPR Institute of Communication & Business, Indonesia, ethakristin@gmail.com

³ Magister Ilmu Komunikasi, LSPR Institute of Communication & Business, Indonesia, annissadewiekayani@gmail.com

Corresponding Author: shaquellagracia@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the usage and satisfaction derived from the Voisa.app among Generation Z in Indonesia, focusing on in-depth anonymous conversations. Employing a qualitative approach, in-depth interviews were conducted with Generation Z users aged 18-27, with 5 anonymous participants. The research utilizes the Uses and Gratification Theory (UGT) to understand the impact of anonymity on users' psychological well-being, examining eight typologies: Passing Time, Companionship, Escape, Enjoyment, Social Interaction, Relaxation, Information, and Excitement. Findings reveal that motivations for using Voisa.App include entertainment, filling leisure time, building social connections, escaping stress, and sharing information. Anonymity enables more open and honest conversations, despite challenges such as unfriendly interactions and irrelevant chat topics. The Voisa.App successfully provides a platform for meaningful self-expression and social connection.*

Keyword: *Uses and Gratification, Voisa.App, Anonymity.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Penggunaan dan Kepuasan yang diperoleh dari aplikasi Voisa pada Generasi Z di Indonesia, dengan fokus pada percakapan anonim yang mendalam. Menggunakan Pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap pengguna dari Generasi Z berusia 18-27 tahun dengan 5 Narasumber Anonim. Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratification Theory* (UGT) untuk memahami dampak anonimitas terhadap kesejahteraan psikologis pengguna dengan memahami berdasarkan 8 Tipologi yaitu Passing Time, Companionship, Escape, Enjoyment, Social Interaction, Relaxation, Information, dan Excitement. Hasil menunjukkan bahwa motivasi penggunaan Voisa meliputi hiburan, mengisi waktu luang, membangun hubungan sosial, melarikan diri dari stres, dan berbagi informasi. Anonimitas memungkinkan percakapan lebih terbuka dan jujur, Meski ada tantangan seperti interaksi yang tidak ramah

dan topik obrolan yang tidak relevan. Aplikasi Voisa.App berhasil menyediakan sarana ekspresi diri dan koneksi sosial yang bermakna.

Kata Kunci: Penggunaan dan Gratifikasi, Voisa.App, Anonimitas.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah secara drastis mengubah cara berkomunikasi satu sama lain. Salah satu perubahan menarik adalah munculnya aplikasi komunikasi anonim seperti aplikasi Voisa. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan panggilan suara dengan orang asing tanpa harus mengungkapkan identitas mereka. Fenomena ini menarik untuk diteliti dalam konteks komunikasi. Terutama karena memberikan ruang bagi individu, terutama generasi muda, untuk berinteraksi tanpa batasan identitas yang biasanya ada di platform media sosial konvensional (Apdillah et al., 2022).

Berdasarkan pada laporan survei terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada awal tahun 2024 mengungkapkan bahwa Generasi Z di Indonesia (12-27 Tahun) merupakan Penetrasi tingkat kedua dengan tingkat penetrasi 87,02%. Gen Z merupakan kelompok Demografis terbesar di Indonesia menurut data sensus penduduk merupakan 27,94% dari data total Populasi (BPS, 2020). Berdasarkan hal tersebut bahwa Gen Z merupakan pengguna potensial Voisa.App berdasarkan pada Kebutuhan mereka akan ekspresi diri, privasi dan koneksi sosial.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang apa yang mendorong anak muda di Indonesia menggunakan aplikasi komunikasi anonim seperti Voisa.app. Sebuah unggahan di X (sebelumnya Twitter) oleh pengguna @sargegurl menceritakan pengalaman menarik tentang bagaimana seseorang bisa terlibat dalam percakapan mendalam selama berjam-jam tanpa merasa perlu mengetahui identitas lawan bicara. ini menyoroti dinamika unik dalam komunikasi anonim dan memunculkan rasa ingin tahu tentang motivasi serta kepuasan yang diperoleh pengguna dari aplikasi semacam ini. Teori Penggunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratifications Theory*) memberikan kerangka yang relevan untuk memahami mengapa pengguna dalam memilih dan menggunakan media tertentu. Teori ini menyatakan bahwa individu secara aktif mencari media yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku komunikasi dan kebutuhan akan privasi (Adiyanto & Putra, 2023). Studi tentang aplikasi anonim seperti Whisper, Secret, dan YikYak (Adiyanto & Putra, 2023) serta Prisga (Karamoy & Adim, 2023) menunjukkan bahwa pengguna mencari anonimitas untuk mengungkapkan ekspresi, pandangan, dan ketertarikan mereka secara lebih terbuka, menghindari penilaian sosial, dan mencari dukungan emosional. Penelitian lain Siphutar et al (2020) juga mengungkapkan bahwa anonimitas dalam curhat online memungkinkan pengguna merasa lebih leluasa dalam berbagi cerita dan mendapatkan respon yang kompeten. Penelitian sebelumnya mengenai penggunaan aplikasi komunikasi anonim telah menemukan berbagai motivasi, seperti mencari dukungan sosial, hiburan, mengurangi kesepian, dan mengeksplorasi identitas. Namun, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan di negara-negara Barat, dan belum banyak yang meneliti konteks Indonesia secara khusus, terutama terkait fenomena percakapan mendalam yang anonim (Danezis & Diaz, 2008).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan dan kepuasan yang diperoleh dari Voisa.app pada Generasi Z di Indonesia, dengan fokus pada fenomena pada percakapan anonim yang mendalam. Penelitian ini akan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan apa yang mendorong pengguna muda Indonesia untuk berpartisipasi dalam percakapan mendalam di Voisa.app, serta bagaimana aplikasi ini mempengaruhi interaksi sosial dan kesejahteraan psikologis mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif sebagai metode penelitian dalam Ilmu-Ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2014). Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dengan berdasarkan pada landasan teori *Uses and Gratification* bertujuan untuk memahami secara mendalam motivasi dan gratifikasi yang dicari Generasi Z di Indonesia. Metode yang digunakan dengan wawancara mendalam (*In-depth Interview*) dengan penggunaan Aplikasi Voisa.app berusia 18-27 Tahun. Metode Penelitian Kualitatif ini dipilih karena paling sesuai untuk memperdalam dan menggali informasi terkait makna, pengalaman, dan perspektif partisipan terkait penggunaan aplikasi Voisa.app (Lindlof & Taylor, 2017). Penggunaan Teori *Uses and Gratification* memberikan kerangka kerja pengguna memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka (Rubin, 2009).

Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam semi-terstruktur. Untuk mengetahui secara mendalam mengenai pengalaman pengguna terkait fitur seperti anonimitas dan interaksi suara Voisa.App. Wawancara mendalam dilakukan secara daring melalui penggunaan aplikasi Voisa.App dimana peneliti akan berinteraksi dan wawancara langsung sebagai pengguna Voisa.App dan wawancara akan direkam dengan persetujuan partisipan dan kemudian selanjutnya ditranskripsikan untuk dianalisis lebih lanjut. Penelitian ini dilakukan dengan detail informan sebagai berikut dengan pengalaman yang berbeda dimiliki:

Tabel 1. Detail Informan Pengguna Aplikasi Voisa.App

Keterangan	Usia	Penggunaan
Anonim 1	23 Tahun	1 Hari
Anonim 2	19 Tahun	1 Bulan
Anonim 3	25 Tahun	1 Tahun
Anonim 4	23 Tahun	3 Hari
Anonim 5	22 Tahun	2 Tahun

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Teori *Uses and Gratification Theory* (UGT)

Teori *Uses and Gratification* membahas tentang “Apa yang dilakukan khalayak terhadap media” adalah fokus Teori *Uses and Gratification*. Teori menunjukkan bagaimana khalayak aktif berinteraksi dengan media dalam memenuhi kebutuhan dan dorongan mereka. Berbagai keputusan yang dibuat, dengan berbagai alasan, menunjukkan kearifan khalayak. Alasan ini termasuk mencari informasi, sebagai jalan keluar dari masalah atau aktivitas rutin, membangun hubungan sosial, sebagai hiburan dan membangun identitas pribadi (Imarshan, 2021).

Teori *uses and gratification* menjelaskan peran media dalam memuaskan kebutuhan konsumen. Ketertarikan utama dari teori ini bukan terletak pada apa yang dilakukan media terhadap seseorang, melainkan pada apa yang dilakukan seseorang terhadap media. Dalam konteks ini, konsumen media secara aktif berperan dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam istilah *uses and gratification*, penggunaan media dan pemenuhan kebutuhan mencakup beberapa aspek yang secara tidak langsung menunjukkan adanya motif tersendiri dalam perilaku konsumen media. Misalnya, seseorang mungkin menggunakan media untuk mencari informasi, hiburan, interaksi sosial, atau untuk mengatasi kebosanan dan stres. Ketika kebutuhan psikologis dari efek media telah terpenuhi, tujuan dari penggunaan media tersebut dianggap telah tercapai, dengan kata lain, konsumen media tidak hanya pasif menerima informasi, tetapi mereka secara aktif mencari dan menggunakan media untuk memenuhi

kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak memiliki peran besar dalam menentukan bagaimana media digunakan dan bagaimana media mempengaruhi mereka (Adawiyah, 2020).

Dalam penelitian Karunia et al (2021) menjelaskan bahwa Teori *Uses and Gratification* dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, didasarkan pada pengamatan bahwa audiens memiliki hasrat psikologis dan sosial untuk memilih hasrat psikologis dan sosial untuk memilih media sesuai kebutuhan mereka. Menurut Katz et al. (1973) dalam Karunia et al (2021) teori ini didasari tiga asumsi utama: pertama, audiens dihadapkan pada banyak pilihan media yang muncul untuk memenuhi kebutuhan mereka; kedua, media berusaha mengidentifikasi dan memenuhi berbagai macam kebutuhan audiens; dan ketiga, terjadi kompetisi antar media untuk memenuhi kebutuhan audiens tersebut. Teori ini menekankan bahwa audiens secara aktif memilih media yang sesuai dengan kebutuhan psikologis dan sosial mereka.

Menurut Griffin (2018) dalam Karunia et al (2021) terdapat beberapa typology yang menggambarkan hubungan antara audiens dengan media menurut teori *Uses and Gratification*. Typology ini mengidentifikasi berbagai motivasi dan kebutuhan yang mendorong individu untuk menggunakan media tertentu. Berikut adalah beberapa penjelasan lebih rinci tentang typology tersebut:

1. *Passing time*: media digunakan sebagai sarana untuk mengisi waktu luang. Audiens mencari aktivitas yang bisa menghabiskan waktu ketika mereka tidak memiliki hal lain yang harus dilakukan
2. *Companionship*: media digunakan untuk mendapatkan teman atau partner baru. Individu merasa terhubung dengan orang lain melalui media, meskipun hubungan tersebut bersifat virtual
3. *Escape*: media memberikan waktu sendiri untuk melarikan diri dari tekanan dan masalah yang ada dalam kehidupan nyata. Melalui media, individu dapat mencari pelarian dari rutinitas atau situasi yang menekan
4. *Enjoyment*: media digunakan untuk mendapatkan kesenangan dan hiburan. Audiens mencari konten yang dapat membuat mereka merasa senang dan terhibur
5. *Social interaction*: media membantu dalam menciptakan hubungan dengan orang lain. Audiens menggunakan media untuk berinteraksi secara sosial dan membangun hubungan dengan individu lain.
6. *Relaxation*: media berfungsi sebagai tempat untuk relaksasi. Melalui konsumsi media, individu dapat merasa lebih santai dan mengurangi tingkat stres mereka.
7. *Information*: media digunakan untuk menggali informasi dan membuat audiens tetap up-to-date. Audiens mencari berita, pengetahuan, dan informasi terbaru melalui media
8. *Excitement*: media memberikan sensasi dan pengalaman yang menyenangkan. Audiens mencari konten yang dapat memberikan pengalaman yang mengesankan dan penuh semangat.

Pengertian Anonimitas

Danezis & Diaz (2008) Mendefinisikan Anonimitas adalah suatu keadaan ketika identitas seseorang yang tidak diketahui atau tidak dapat diidentifikasi. Kemudian Permata (2023) Mendefinisikan Anonimitas adalah ketidakjelasan identitas seseorang, yang memungkinkan pengguna media sosial untuk berinteraksi lebih bebas di dunia maya. Identitas anonim ini memberikan kebebasan bagi pengguna untuk melepaskan diri dari identitas yang mereka miliki di dunia nyata. Dalam konteks media online, anonimitas memainkan peran penting dalam menyediakan ruang bagi individu untuk berekspresi dan berinteraksi tanpa khawatir akan penilaian atau konsekuensi yang mungkin muncul di kehidupan nyata. Tingginya tingkat anonimitas di dunia maya memungkinkan seseorang untuk lebih bebas dan berani dalam mengekspresikan diri serta berkomunikasi secara online.

Anonimitas online tidak hanya memungkinkan individu untuk berbagi pandangan dan perasaan yang mungkin sulit diungkapkan secara langsung, tetapi juga memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi identitas dan minat yang berbeda. Dengan adanya anonimitas, pengguna media sosial dapat merasa nyaman dan aman dalam mengemukakan pendapat, berbagi pengalaman pribadi, atau bahkan mencari dukungan dari komunitas online. Anonimitas menjadi salah satu faktor utama yang mendorong kebebasan berekspresi dan interaksi yang lebih dinamis di dunia digital. Dalam Pemahaman Anonimitas sebagai Hak (Cavoukian, 2008). Memandang bahwa anonimitas sebagai hak yang fundamental dimiliki oleh individu untuk melindungi privasi dan kebebasan berekspresi yang dimiliki setiap individu.

Pembahasan

Penelitian ini mengkaji bagaimana aplikasi Voisa.App digunakan oleh Generasi Z untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang beragam, Berikut merupakan analisis secara mendalam terkait Penggunaan dan Kepuasan pengguna Voisa.App:

Passing Time

Dalam tipologi “*Passing Time*” menunjukkan bahwa pengguna yang berasal dari Generasi Z menyatakan bahwa Voisa.App memiliki peran yang signifikan dalam mengisi waktu luang pengguna. Pengguna merasa bahwa Aplikasi Voisa.App dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengatasi rasa bosan, mencari hiburan dan terhubung dengan orang lain di saat senggang. Beberapa pengguna menggunakannya secara intensif untuk mencari teman ngobrol atau memanfaatkan untuk *Public Speaking* sementara beberapa menggunakan hanya untuk sekedar mencari kesenangan bahkan dalam hal negatif yaitu untuk mencari kepuasan seksual. Temuan tersebut juga menunjukkan bahwa selama berinteraksi menggunakan Voisa.App tidak hanya memenuhi kebutuhan untuk mengisi waktu luang secara umum tetapi juga dapat memenuhi kebutuhan spesifik pengguna.

Companionship

Voisa.App memiliki potensi yang sangat beragam dalam hal memfasilitasi “*Companionship*” atau pembentukan hubungan pertemanan baru. Beberapa pengguna mengaku bahwa mereka berhasil untuk menemukan dan melanjutkan interaksi di luar aplikasi, sementara pengguna yang lain mengalami kesulitan dalam membangun koneksi yang berkelanjutan. Dikarenakan Voisa.App dari awalnya merupakan aplikasi yang menjunjung tinggi komunikasi anonimitas sehingga keberhasilan dalam membentuk pertemanan melalui Voisa.App dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti adanya kesediaan pengguna untuk berinteraksi lebih lanjut, kualitas yang dimiliki pada saat awal interaksi, dan ekspektasi yang dimiliki masing-masing individu terhadap hubungan yang terjalin. Voisa.App memang dapat membantu untuk mencari koneksi dan teman baru tetapi penting untuk diingat bahwa suatu keberhasilan dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dan bermakna tidak selalu terjamin dalam Aplikasi Anonimitas dengan ini pengguna perlu secara aktif terlibat dalam berinteraksi, mengelola ekspektasi mereka dan terbuka terhadap adanya kemungkinan untuk membangun koneksi yang lebih mendalam.

Escape

Voisa.App memiliki potensi untuk menjadi sarana “*Escape*” atau Pelarian dari masalah dan stress bagi sebagian pengguna Generasi Z, Voisa.App berdasarkan pada anonimitas yang memungkinkan pengguna merasa bahwa berbagi cerita dan perasaan mereka secara terbuka tanpa takut dihakimi, serta juga memberikan hiburan dan pengalihan dari tekanan kehidupan sehari-hari melalui interaksi dengan pengguna lain. Pengalaman dan Dampak dari penggunaan Voisa.App sebagai sarana pelarian bervariasi di antara individu seperti beberapa

pengguna merasakan manfaat positif untuk mengurangi stres dan mendapatkan hiburan, sementara terdapat juga pengguna yang merasakan bahwa Voisa.App justru menjadi sumber tambahan dari stress. Berdasarkan hal tersebut bahwa menunjukkan Voisa.App sebagai sarana pelarian itu tergantung pada pengguna, motivasi dari penggunaan dan jenis interaksi yang mereka alami di Voisa.App.

Enjoyment

Voisa.App memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi sebagian besar pengguna, namun tingkat kesenangan yang dirasakan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi adanya tingkat Enjoyment dalam menggunakan Voisa.App tersebut antara lain Pertama, kualitas interaksi yang didapatkan dimana pengguna menikmati interaksi yang menyenangkan, interaktif, dan bermakna dengan lawan bicara. Kedua, Topik pembicaraan dimana topik yang relevan dengan minat pengguna. Ketiga, Preferensi setiap individu yang berbeda. Terdapat variasi berdasarkan pengalaman yang dimiliki pengguna, Voisa.App secara umum dianggap oleh pengguna sebagai platform yang menyenangkan untuk berinteraksi dan terhubung dengan orang lain yang bahkan tidak dikenal. Adanya keberagaman anonimitas yang ditawarkan memungkinkan pengguna untuk menemukan bentuk interaksi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka sehingga meningkatkan kesenangan dalam penggunaan Voisa.App.

Social Interaction

Voisa.App memiliki peran yang sangat signifikan dalam memberikan fasilitas interaksi sosial bagi pengguna Generasi Z, utamanya bagi mereka yang mungkin mengalami kesulitan dalam interaksi tatap muka. Voisa.App menyediakan platform yang nyaman untuk mengekspresikan diri, berbagi pengalaman, dan membangun koneksi dengan orang lain tanpa tekanan sosial yang muncul dalam interaksi secara langsung. Beberapa pengguna menganggap Voisa.App lebih seru dan menarik daripada interaksi secara langsung karena anonimitas yang ditawarkan dan juga kebebasan untuk memilih topik dalam pembicaraan. Pengguna juga menganggap Voisa.App lebih aman dan terkontrol dibandingkan aplikasi serupa lainnya sehingga memberikan rasa nyaman bagi pengguna untuk berinteraksi dengan orang baru. Meskipun interaksi sosial di Voisa.App juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kesediaan pengguna untuk terbuka, kualitas percakapan, dan kesamaan minat dengan lawan bicara.

Relaxation

Voisa.App memiliki potensi yang signifikan secara keseluruhan, tanggapan pengguna menunjukkan bahwa Voisa.App dapat menjadi tempat yang aman dan nyaman bagi Generasi Z melepas penat. Dikarenakan identitas pengguna terlindungi, mereka merasa lebih leluasa untuk bercerita, mengungkapkan perasaan, dan membahas topik yang mungkin dirasa sulit dibicarakan dan didiskusikan secara langsung. Selain itu, Voisa.App tidak memiliki batas durasi percakapan walaupun terkadang permasalahan koneksi menjadi pengganggu karena bisa saja percakapan akan berhenti atau terputus secara tiba-tiba. Namun pengalaman yang santai di Voisa.App tetap dipengaruhi dengan bagaimana obrolan tersebut terjalin dan seberapa cocok lawan bicara.

Information

Voisa.App menunjukkan bahwa dapat bermanfaat untuk memberikan Pengetahuan yang dapat bermanfaat bagi pengguna meskipun tidak selalu menjadi tujuan utama dari pengguna untuk mendapatkan manfaat ini. Beberapa pengguna mendapatkan informasi terkait hal terbaru seperti budaya daerah lain, sementara yang lain mendapatkan pembelajaran hidup dan wawasan melalui pertukaran pengalaman dengan pengguna yang terkoneksi. Walaupun

beberapa pengguna belum dengan eksplisit mendapatkan informasi baru yang signifikan, interaksi dengan pengguna dari berbagai macam latar belakang berbeda membuka peluang untuk memperluas pengetahuan dan wawasan. Berdasarkan hal tersebut bahwa Voisa.App dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi pengguna, baik secara langsung melalui informatif maupun secara tidak langsung melalui pertukaran pengetahuan dan pengalaman dengan pengguna lain.

Excitement

Voisa.App memberikan pengalaman yang positif dan menyenangkan bagi pengguna, terutama dalam konteks mencari koneksi anonim tanpa mengetahui identitas lawan bicara. Voisa.App ini tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berkomunikasi, juga sebagai sarana untuk mendapatkan dukungan secara emosional, mengekspresikan diri dan menjalin hubungan yang bermakna. Voisa.App menawarkan Anonimitas menjadi faktor utama dalam menciptakan pengalaman yang mengesankan karena memungkinkan pengguna untuk lebih secara terbuka dan jujur dalam berinteraksi. Berdasarkan hal tersebut, Pengalaman positif ini berkontribusi pada kepuasan pengguna dan mendorong mereka untuk terus menggunakan Voisa.App.

Namun, Voisa.App juga dinilai menimbulkan beberapa masalah menurut beberapa pengguna Generasi Z yaitu tantangan yang dihadapi antara lain dengan banyaknya anak di bawah umur dan beberapa penawaran untuk melakukan aktivitas seksual yang tidak pantas, dan juga kekurangannya dalam menyediakan beberapa konten yang informatif dan bermanfaat. Selain itu juga dengan kurangnya interaksi yang dirasakan pengguna kurang ramah dan responsif serta topik obrolan yang dihasilkan dianggap tidak relevan juga menjadi hambatan dalam pengalaman pengguna.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa aplikasi Voisa.App merupakan aplikasi percakapan anonim yang digunakan oleh Generasi Z di Indonesia, memberikan berbagai manfaat signifikan. Aplikasi ini digunakan untuk mengisi waktu luang, mencari hiburan, membangun hubungan sosial, mengurangi stres, dan berbagai informasi tanpa takut dihakimi, berkat fitur anonimitasnya. Meskipun memberikan banyak manfaat positif, pengguna juga menghadapi beberapa tantangan, seperti interaksi tidak ramah, topik obrolan tidak relevan, dan konten yang tidak pantas. Meskipun demikian, aplikasi Voisa berhasil menyediakan sarana ekspresi diri dan konten yang tidak pantas. Meskipun demikian, aplikasi Voisa.App berhasil menyediakan sarana ekspresi diri dan koneksi sosial yang bermakna, yang mendukung kesejahteraan psikologis pengguna

Penggunaan Teori *Uses and Gratification* dalam penelitian ini membantu memahami bahwa penggunaan aplikasi Voisa.App dipicu oleh motivasi untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis. Yang menjadikannya alat komunikasi anonim yang efektif di era digital bagi generasi Z. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Aplikasi Voisa.App tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna dalam hal ekspresi diri dan koneksi sosial, tetapi juga memberikan dampak positif terdapat kebutuhan mental pengguna.

REFERENSI

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
- Adiyanto, W., & Putra, E. M. D. (2023). Komunikasi Pseudonym Pengguna Media Sosial Whisper. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 489–504.
- Afrizal, M. (2014). Penelitian Kualitatif. *Rajawali Pers*.
- Apdillah, D., Harmika, Z., Sahera, M., & Harahap, H. U. (2022). Communication Ethics as Virtual Virtue Control in Media Behavior Society in the Digital Age. *Journal Of*

- Humanities, Social Sciences And Business*, 1(3), 49–60.
<https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i3.148>
- Cavoukian, A. (2008). *Privacy Design, Information and Privacy Commissioner of Ontario*.
<https://www.ipc.on.ca/en/media/1826/download?attachment>.
- Danezis, G., & Diaz, C. (2008). *A survey of anonymous communication channels*.
- Imarshan, I. (2021). Popularitas podcast sebagai pilihan sumber informasi bagi masyarakat sejak pandemi covid-19. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 5(2), 213–221.
- Karamoy, A. D., & Adim, A. K. (2023). Motif Penggunaan Aplikasi Anonim Prisga (Survei pada Pengguna Prisga Berusia Dewasa Muda di Kota Jakarta). *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 9(2).
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104.
- Lindlof, T. R., & Taylor, B. C. (2017). *Qualitative communication research methods*. Sage publications.
- Permata, S. R. (2023). *Motif Penggunaan Aplikasi NGL-Anonymous Q&A*.
- Rubin, A. M. (2009). Uses-and-gratifications perspective on media effects. In *Media effects* (pp. 181–200). Routledge.
- Sipahutar, C. M., Poerana, A. F., & Nurkinan, N. (2020). Pengalaman Komunikasi Curhat Anonim Bagi Followers@ 18AUTOBASE Di Twitter. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 4(2), 56–74.