

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa kini, komunikasi dan interaksi dapat dilakukan dengan jangkauan yang lebih luas melalui komputer karena adanya perkembangan pada bidang teknologi. Komunikasi yang dilakukan melalui komputer dengan menggunakan jaringan internet ini dikenal sebagai *Computer Mediated Communication (CMC)*. Sesuai dengan penjelasan oleh Herring (dalam Chew & Ng, 2021), bahwa CMC mengacu pada komunikasi yang terjadi antara manusia dengan komputer atau alat digital sebagai perantaranya. CMC memungkinkan individu untuk melakukan komunikasi kapan saja dan dimana saja. Dengan adanya CMC yang bersifat multidimensional, komunikasi yang dilakukan bisa dalam bentuk antara perseorangan, satu orang ke banyak orang, ataupun banyak orang saling berkomunikasi dalam satu waktu (Nguyen, 2008).

Terdapat dua tipe dari *Computer Mediated Communication (CMC)*. Menurut Chew dan Ng (2021), dua tipe CMC ini adalah *Synchronous CMC* dan *Asynchronous CMC*. *Synchronous CMC* adalah komunikasi yang dilakukan secara *real time* dan interaksi dilakukan secara cepat, contohnya adalah penggunaan aplikasi *chat* seperti WhatsApp, WeChat, Facebook Messenger, dan lainnya. Sedangkan *Asynchronous CMC* merupakan komunikasi yang dilakukan dengan balasan yang tidak memerlukan respon cepat dan bisa dibalas dengan waktu yang berbeda kapan saja. Contoh dari *Asynchronous CMC* ini adalah penggunaan media sosial.

Media sosial menurut Nasrullah (2015) merupakan suatu sarana di internet yang dapat membuat penggunanya merepresentasikan diri, berinteraksi, berbagi, bekerjasama, dan juga berkomunikasi dengan pengguna lain hingga membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial dapat memperluas jangkauan dalam bersosialisasi. Media sosial menjadi media yang penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtualnya sendiri (Kustiawan, dkk, 2022). Selain itu, kelebihan lain yang ditawarkan media sosial adalah kemudahan untuk bertemu dengan orang lain yang memiliki minat yang sama (Widada, 2018).

Dengan berbagai kemudahan yang diberikan ini, kenaikan pengguna media sosial menunjukkan angka yang cukup besar selama beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data yang telah dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tiap tahunnya terjadi kenaikan pengguna aktif media sosial di Indonesia. Pada rentang tahun 2023 ke 2024 sebanyak 221.563.479 orang dari total populasi 278.696.200 orang penduduk Indonesia telah terkoneksi dengan internet dan menggunakan media sosial.

Salah satu media sosial yang tengah populer adalah twitter atau yang kini telah berganti nama menjadi X. Pada pendataan pengguna media sosial yang dilakukan oleh Hootsuite (We Are Social), media sosial X termasuk dalam peringkat lima besar media sosial favorit masyarakat Indonesia dari pendataan tahun 2022 hingga pendataan tahun 2023. X yang sedang ramai digunakan ini dikenal pengguna media sosial sebagai *platform* yang dapat digunakan sebagai sarana berbagai informasi dan berinteraksi.

Menurut hasil penelitian Nurhadi (2017) motif yang mendorong penggunaan media sosial X adalah untuk mencari informasi terkait minat para penggunanya. Selain itu media sosial X juga dianggap sebagai sarana yang mempermudah untuk melakukan interaksi sosial karena adanya kebebasan penyampaian pesan dan secara sadar maupun tidak sadar sesama pengguna biasanya saling merespon dengan pengguna lainnya. Begitu pula menurut Rouis (2011) yang menjelaskan bahwa adanya kemudahan bagi individu dalam bergabung ke dalam media sosial dan berpartisipasi aktif seperti halnya orang-orang dengan mudah berinteraksi dan bertukar informasi di media sosial X ini.

X merupakan sebuah layanan mikroblog yang membuat penggunanya dapat membagikan pesan singkat yang disebut *tweet* dengan batasan 280 karakter. Selain itu pengguna juga dapat membagikan ulang *tweet* dari pengguna lain, yang disebut sebagai *retweet* atau *repost*, dengan pengikut mereka (Erskine & Hendricks, 2021). Selanjutnya ada fitur *reply* yang membuat setiap pengguna bisa saling mengomentari (Pramesti & Dewi, 2022). Dengan fitur yang diberikan oleh pengembangnya inilah, X biasa dijadikan sebuah sarana untuk berkomunikasi dan membuat relasi.

Dari komunikasi dan pembentukan relasi baru yang terjadi, pengguna dapat semakin memperluas relasi mereka dan membangun hubungan pertemanan secara virtual. Ramadhani dan Kusumaningtyas (2021) menjelaskan bahwa hubungan pertemanan ini dapat terjalin bermula dengan saling mengikuti (*follow*). Setelahnya jika mereka terus berinteraksi satu sama lain dan ada timbal balik respon antara mereka, hubungan mereka dapat berubah menjadi lebih dekat.

Kedekatan antar pengguna ini dapat berujung pada terbentuknya pertemanan. Sesuai dengan penelitian *Computer Mediated Communication* (CMC) oleh Parks dan Roberts (1998) yang mendapatkan hubungan yang paling umum ditemukan dalam lingkungan dunia maya adalah pertemanan. Al-Ballah (dalam Alkhateeb et al, 2023) menjelaskan secara definisi karakteristik dari pertemanan ini adalah hubungan yang bersifat sukarela dalam lingkungan sosial-budaya yang luas, hubungannya berlanjut dalam jangka waktu tertentu, dan terdapat pertukaran perasaan. Berdasarkan beberapa penelitian CMC yang telah dilakukan sebelumnya, Chan dan Cheng (2004) menjelaskan bahwa bentuk pertemanan yang dimulai dari komunikasi yang terjalin di dunia maya dengan komputer sebagai mediana ini disebut sebagai *Online friendship*.

Online friendship didefinisikan Ratnasari (2007) sebagai salah satu jenis hubungan yang terjalin antara orang-orang dalam komunitas *cyber*. Begitu pula dijelaskan oleh Helmi dkk (2017) bahwa *online friendship* merupakan suatu hubungan pertemanan antar individu yang terjadi di dunia maya. Terjadinya hubungan ini dikarenakan penggunaan media *online* seperti aplikasi internet, *website*, dan jejaring sosial. Adanya pengenalan dan interaksi di dunia maya dapat mengubah orang asing menjadi teman, sesuai dengan penelitian Parks dan Roberts (1998) dimana didapatkan bahwa interaksi *online* dapat berkembang menjadi sebuah hubungan pertemanan yang lebih dekat.

Menurut Mesch dan Talmud (2006), pembentukan *online friendship* disebabkan oleh beberapa hal. Individu yang mengalami permasalahan dalam membentuk pertemanan secara langsung dan memiliki sedikit teman untuk

mendengarkan mereka akan lebih sering menggunakan internet untuk media mencari teman. Selain itu teman dengan ketertarikan, opini, dan perilaku yang sama lebih sulit ditemukan di dunia nyata. Hal tersebut memberi motivasi individu untuk mencari teman dengan kriteria tersebut pada dunia maya karena jangkauannya yang lebih luas.

Pada media sosial X, dijelaskan oleh Shin, Singh, Cho dan Everett (2015), pertemanan dimulai dengan saling *follow* antar pengguna. Namun tidak semua individu yang menjadi *mutual* dapat disebut sebagai teman. *Online friendship* muncul ketika kedua pengguna yang telah terhubung melakukan komunikasi dua arah di antara mereka. Hal ini dapat dilihat ketika keduanya saling *mention* ataupun membalas *tweet* satu sama lain. Selain itu, komunikasi dua arah antara pengguna ini juga dapat dilihat dari kegiatan saling mengirim pesan melalui *direct message*. Interaksi timbal balik ini dilakukan dalam jangka waktu yang panjang, dalam penelitian oleh Shin, Singh, Cho dan Everett ini jangka waktu tersebut adalah satu bulan hingga mereka menjadi teman.

Berdasarkan penelitian oleh Dreslin dan Hedrick (2023) beberapa hal yang menjadi motif dan manfaat yang didapatkan dengan memiliki pertemanan secara online antara lain adalah mengurangi rasa kesepian dan kebosanan, kesempatan bertemu dengan orang-orang baru yang sama sekali tidak dikenal sebelumnya, menjadi sarana menemukan relasi untuk individu yang memiliki kesulitan dalam berteman secara langsung, dan untuk memiliki komunitas dengan jangkauan luas di dunia maya tersebut. Selain itu pada penelitian yang sama juga didapatkan bahwa individu yang memilih berteman secara *online* merasakan bahwa adanya

pilihan anonimitas pada media sosial membuat mereka lebih terbuka karena orang-orang yang mereka temui tidak mudah menilai orang lain karena keterbatasan informasi.

Berbeda dengan pertemanan di dunia nyata yang saling mengenal satu sama lain menggunakan identitas asli. Pada media sosial, seperti hasil penelitian oleh Dreslin dan Hedrick (2023), dengan adanya pilihan anonimitas pada media sosial menjadikan tidak adanya keharusan untuk menggunakan identitas asli masing-masing pengguna. Pengguna bebas menyembunyikan atau menyamarkan segala sesuatu yang terkait dengan diri mereka. Hal ini menyebabkan banyaknya penggunaan akun anonim pada media sosial ini.

Menurut Juwita, Effendi, dan Pandin (2021), media sosial X menawarkan kemudahan dan kebebasan tanpa batas. Pengguna X menerima siapa saja meskipun identitas mereka anonim, tanpa perlu latar belakang diri ataupun identitas yang sesuai dengan identitas asli. Tingkat anonimitas yang tinggi ini membuat X menjadi merasa bebas untuk berbagi apapun yang mereka inginkan. 68% responden dari penelitian oleh Juwita, Effendi, dan Pandin ini menggunakan akun anonim dan 66% responden merasa nyaman menggunakan X dengan akun anonim mereka.

Pfitzman dan Hansen (2005) menyatakan bahwa anonimitas merupakan suatu kondisi yang tidak dapat diidentifikasi oleh orang lain. Sejalan dengan penjelasan tersebut, Barlett (2015) juga menjelaskan bahwa anonimitas merupakan suatu kecenderungan yang dimiliki oleh seseorang untuk memalsukan

identitas asli diri ketika mereka menggunakan media sosial. Dengan begitu, akun anonim pada media sosial X ini dapat dijelaskan sebagai akun-akun yang penggunanya tidak menggunakan identitas asli mereka.

Menurut Christopherson (2007) alasan dari penggunaan akun anonim ini adalah akun tersebut digunakan menjadi salah satu cara untuk melindungi privasi penggunanya demi kenyamanan psikologis individu tersebut. Dirasakan penting bagi mereka untuk tidak mengungkap terlalu banyak dan terlalu jauh tentang hal yang terkait dengan diri mereka di dunia maya. Mereka pun bersembunyi dengan menggunakan identitas samaran demi ketenangan pribadi agar tidak ada jejak berkaitan identitas asli mereka yang tinggal ketika mereka berinteraksi dengan teman-teman dunia maya mereka. Berdasarkan penjabaran sebelumnya, ada perbedaan antara pertemanan di dunia nyata yang saling membuka identitas serta informasi asli antar individu yang berteman dan pertemanan *online* di media sosial yang tidak semua pengguna yang berteman menggunakan identitas asli.

Penelitian oleh Yau dan Reich (2018) mendapatkan bahwa komunikasi *online* dapat memberi peluang lebih besar bagi individu yang berteman untuk mengungkapkan perasaan dan menghabiskan waktu bersama. Hal ini menunjukkan bahwa persahabatan *online* dapat berkembang menjadi lebih intim sama seperti teman yang berinteraksi secara tatap muka. Begitu pula penelitian oleh Marchellia dan Siahaan (2022), menemukan bahwa pertemanan pada media sosial dapat terjalin lebih erat seperti pertemanan tatap muka. Penelitian oleh Idfar dan Ferdian (2022) juga mendapatkan hasil skor *online friendship quality* yang tinggi, hasil ini dapat diartikan bahwa persahabatan *online* pada penelitian ini

memiliki kualitas yang baik. Namun beberapa penelitian yang telah dilakukan terdahulu ini tidak memfokuskan pada anonimitas yang dapat terjadi pada ranah dunia maya.

Dengan adanya perbedaan antara pertemanan dunia nyata dan dunia maya beserta pernyataan dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melihat gambaran *online friendship* pada pengguna akun anonim di media sosial X.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, perumusan masalah dari penelitian ini seperti apa gambaran *online friendship* pada pengguna akun anonim di media sosial X?

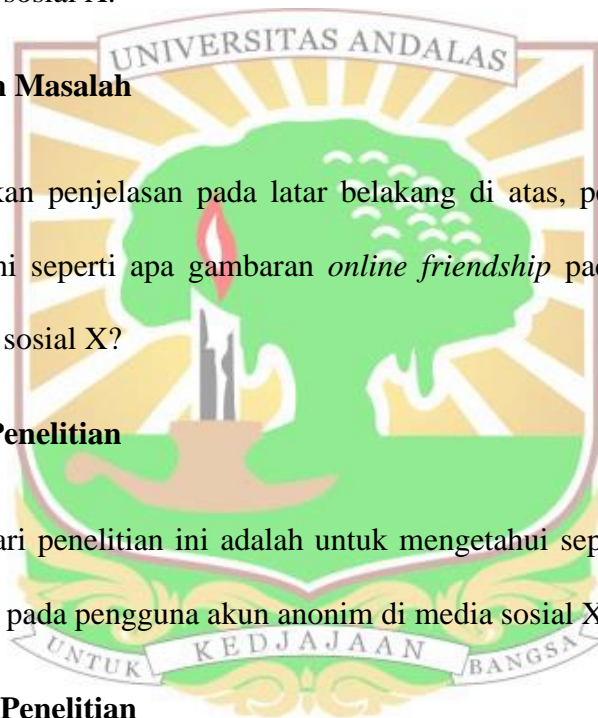
1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seperti apa gambaran *online friendship* pada pengguna akun anonim di media sosial X.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Memberikan informasi bagi ilmu pengetahuan di bidang Psikologi Sosial mengenai gambaran *online friendship* pada pengguna akun anonim di media sosial X.



- b. Memberikan informasi tambahan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai seperti apa gambaran *online friendship* pada pengguna akun anonim di media sosial X.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan informasi pada masyarakat, terutama pengguna media sosial X mengenai *online friendship* yang terjadi pada media sosial X terutama pada pengguna akun anonim. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pengguna media sosial X untuk dapat melakukan kontrol terhadap interaksi yang dilakukan dikarenakan adanya penyamaran identitas untuk mencegah adanya berbagai macam permasalahan privasi yang bisa terjadi di ranah media sosial.

