

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman menggiring manusia pada kemudahan akses informasi melalui internet. Kemudahan akses informasi tersebut dapat menjangkau berbagai daerah sehingga internet menjadi pilihan banyak masyarakat Indonesia saat ini. Survei yang dilakukan oleh Emarketer (2018) menyatakan bahwa Indonesia menempati posisi salah satu dari pengguna internet terbanyak di Asia yaitu sekitar 42,3%. Sementara itu, survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018), pada tahun 2016 jumlah pengguna internet mencapai angka 132,7 juta orang dari total populasi penduduk Indonesia 256,2 juta orang. Dua tahun berselang, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai angka 171,77 juta dari total populasi penduduk Indonesia 264,14 juta orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia telah menggunakan internet.

Melalui internet, individu memiliki jangkauan yang sangat luas untuk berkomunikasi. Hal ini bisa dilihat dari kemudahan yang di dapat individu dalam memperoleh berbagai informasi (Purdy, 2017). Banyaknya manfaat yang ditawarkan menjadi alasan utama banyak orang menggunakan internet (Arianti, 2017). Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018) menunjukkan, 24,7% masyarakat menyatakan alasan utama mengakses internet adalah berkomunikasi lewat pesan, 18,9% mengakses internet untuk menggunakan sosial media, 11,5% mengakses internet untuk mencari informasi

kerja, 9,6% mengakses internet terkait pendidikan, dan 6,5% mengakses internet untuk mengisi waktu luang.

Pada awal tahun 2019 terdapat banyak layanan media sosial yang digunakan. Kehadiran media sosial membuat setiap orang dapat saling terhubung dan berkomunikasi tanpa harus bertatap muka (Hetz, Dawson, & Cullen, 2016). Hasil survei Globalwebindex (2019) melaporkan bahwa persentase penggunaan media sosial Youtube sebanyak 88%, WhatsApp sebanyak 84, Facebook digunakan sebanyak 81%, Instagram digunakan sebanyak 80%, dan Twitter digunakan sebanyak 52%, serta berbagai jaringan sosial lainnya. Pada tahun 2019, jumlah pengguna sosial media mencapai 56% dari jumlah total penduduk Indonesia dengan total pengguna aktif sebanyak 150 juta pengguna.

Media sosial diminati oleh berbagai kalangan usia salah satunya remaja. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018) melaporkan bahwa sebanyak 91% pengguna internet berasal dari kalangan usia 15 hingga 19 tahun. Salah satu alasan utama mengakses internet adalah untuk menggunakan media sosial (APJII, 2018). Hal ini sesuai dengan penelitian Ad Age dan Student Affinity Network UNiDAYS (2018) yang menyatakan bahwa remaja yang mengakses internet sekitar 79% diantaranya menggunakan media sosial.

Remaja menggunakan media sosial didorong oleh berbagai faktor. Menurut Smock, Ellison, Lampe, dan Wohn (2011) terdapat enam faktor yang memotivasi remaja menggunakan media sosial, diantaranya yaitu untuk relaksasi, saling berbagi informasi, menjalin pertemanan, kemajuan profesional, melakukan interaksi sosial, dan menghabiskan waktu luang. Di samping itu, media sosial

dapat menjadi tempat bagi remaja untuk berlatih dan meningkatkan keterampilan sosial, mencari kenalan baru (Neira & Barber, 2013), tetap terhubung dengan orang lain tanpa perlu bertatap muka langsung seperti di dunia nyata, memperoleh hiburan dan mengurangi kebosanan (Andreassen, Stale, & Mark, 2016). Dari beberapa hal tersebut membuat remaja menganggap komunikasi di dunia maya menjadi sarana yang efektif untuk melakukan berbagai interaksi (Kernis, 2003).

Perlu diketahui bahwa interaksi di dunia maya memiliki perbedaan dengan interaksi di dunia nyata. Widyanto dan Griffins (dalam Connolly, Palmer, Barton, Kirwan, 2016) menyatakan bahwa interaksi di dunia maya membuat individu cenderung tidak memiliki konsekuensi secara langsung ketika terhubung dengan individu lain. Hal ini menyebabkan terjadinya perbedaan perilaku saat individu tersebut berinteraksi di dunia maya dan nyata (Joinson, 1998). Dunia maya seperti dijadikan sebagai tempat pelampiasan karena individu tidak bisa melakukan tindakan yang diinginkan secara langsung di dunia nyata terhadap individu lain sehingga membuat seseorang merasa lebih nyaman menunjukkan perilaku tertentu, mengungkapkan perasaan dan pikirannya secara *online* (Suler, 2004).

Perasaan nyaman saat menunjukkan perilaku tertentu, mengungkapkan perasaan dan pikiran secara *online* disebut sebagai *online disinhibition effect*. Secara umum, *online disinhibition effect* adalah suatu kondisi berupa tidak adanya batasan saat berkomunikasi secara *online* dibandingkan berkomunikasi secara langsung di dunia nyata (Suler, 2004). Oleh karena itu, Joinson (dalam Attrill & Fullwood, 2016) menyatakan bahwa berinteraksi secara *online* dirasakan jauh lebih mudah dan efektif oleh individu. Efek dari *online disinhibition* membentuk

persepsi bahwa berkomunikasi secara *online* tidak memiliki konsekuensi sehingga seseorang bisa bebas berperilaku positif maupun negatif (Joinson, 1998).

Kondisi *online disinhibition effect* dapat dilihat dari motif atau alasan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas secara *online*. Valkenburg, Schouten, dan Peter (2005) menyatakan bahwa beberapa alasan tersebut diantaranya yaitu untuk mengeksplorasi diri, kompensasi sosial, dan peningkatan sosial. Mengeksplorasi diri terkait dengan alasan individu yang mencoba menampilkan identitas baru dengan harapan dapat mengetahui reaksi orang lain atas identitas barunya tersebut (Valkenburg, Schouten, & Peter, 2005). Anonimitas visual yang dimiliki oleh media sosial memungkinkan individu untuk melakukan eksplorasi identitas dengan menggunakan akun palsu/anonim (Ardi, 2017). Hasil survei ditemukan sebanyak 46% remaja memiliki akun palsu, bahkan 60% dari remaja yang memiliki akun palsu, punya dua buah akun palsu lainnya (Hai.Grid.id., 2018). Selain itu, ada beberapa alasan lain yang membuat remaja memiliki akun palsu, diantaranya yaitu untuk menjaga privasi, lebih leluasa mengunggah apapun, dan bebas mengikuti akun lain tanpa menggunakan akun utama sehingga identitas aslinya tidak terungkap (Pamungkas & Lailiyah, 2019).

Kondisi *online disinhibition effect* juga dapat dilihat dari alasan individu untuk melakukan kompensasi sosial. Secara umum, kompensasi sosial mengacu pada kecenderungan individu untuk mengganti relasi sosial tatap muka dengan mengembangkan atau membina hubungan sosial secara *online* (Zywica & Danowsky, 2008). Individu akan cenderung lebih aktif dalam melibatkan diri di media sosial ketika merasa kesulitan dalam berinteraksi secara tatap muka

(Valkenburg, Schouten, & Peter, 2005). Adanya kompensasi sosial membuat individu menjadi lebih dapat menunjukkan diri yang sebenarnya saat berinteraksi secara *online* (Seidman, 2014).

Kondisi *online disinhibition effect* juga dapat dilihat dari alasan individu untuk melakukan peningkatan sosial. Peningkatan sosial terkait dengan kecenderungan untuk meningkatkan hubungan dengan mengembangkan relasi sosial pada jejaring yang lebih luas (Valkenburg, Schouten, & Peter, 2005). Tidak hanya itu, peningkatan sosial juga sekaligus untuk mengintensifkan relasi yang sudah ada melalui media sosial (Walther, 1996). Peningkatan sosial cenderung terjadi pada individu yang mempersepsikan dirinya telah mempunyai relasi yang positif dalam interaksi tatap muka (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

Ada beberapa faktor yang dapat menimbulkan terjadinya kondisi *online disinhibition effect*. Suler (2004) menyatakan ada enam faktor yang menyebabkan terjadinya *online disinhibition effect*, diantaranya yaitu *dissociative anonymity*, *invisibility*, *asynchronicity*, *solipsistic introjection*, *dissociative imagination*, dan *minimization of Authority*. Beberapa faktor tersebut menyebabkan seseorang menjadi lebih mudah dalam memulai percakapan, mengeluarkan emosinya melalui kata-kata dan lebih terbuka saat berinteraksi di dunia maya (*benign disinhibition*). Namun, keterbukaan yang berlebihan saat berinteraksi di dunia maya dapat mengarahkan seseorang untuk menjadi mudah menghina, mengancam dan mengejek orang lain di media sosial padahal di dunia nyata belum tentu seseorang tersebut dapat melakukannya dengan mudah kepada orang lain (*toxic disinhibition*) (Udris, 2014).

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang dampak yang ditimbulkan oleh kondisi *online disinhibition effect*. Hal ini dapat diketahui dari adanya perbedaan perilaku remaja saat menggunakan media sosial (Joinson, 1998). Remaja yang dalam tahap perkembangannya masih dalam masa peralihan memiliki emosi yang labil sehingga mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan membuatnya menjadi lebih terbuka dan mudah dalam mengungkapkan emosi saat berinteraksi secara *online* (Lapidot-Lefler & Barak, 2015). Perbedaan perilaku saat berinteraksi secara *online* di media sosial dapat memunculkan permusuhan (Brooks, 2009) dan mengakibatkan terjadinya berbagai tindakan kriminal (Suler, 2004) pada remaja. Selain itu, Yang, Yang, dan Chiou (2010) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa remaja ternyata bersedia membocorkan informasi pribadinya kepada orang lain di media sosial. Hal serupa didapatkan dalam penelitian Bareket-Bojmel & Shahr (2011) bahwa remaja juga bersedia mengungkapkan rahasia atau peristiwa pribadi yang dialaminya di media sosial dibandingkan dengan mengungkapkannya secara langsung di dunia nyata.

Dampak yang ditimbulkan oleh kondisi *online disinhibition effect* juga mempengaruhi remaja yang masih dalam tahap mencari identitas diri. Pada tahap mencari identitas diri, remaja akan berusaha untuk menjadi berbeda dengan individu lainnya untuk menunjukkan identitas dirinya (Hurlock, 2011). Namun, ketika telah menggunakan media sosial, remaja mencoba menampilkan banyak identitas baru sehingga tidak jarang remaja menunjukkan aktivitas *online* yang berbeda dengan keadaan lingkungan sosialnya yang sebenarnya (Putri, Nurwati, Budiarti, 2016). Keinginan remaja untuk mengetahui reaksi orang lain terhadap

dirinya membuat remaja menampilkan banyak identitas diri (Valkenburg, Schouten, & Peter, 2005). Dampak yang ditimbulkan yaitu membuat remaja bingung tentang identitasnya sehingga mempengaruhi penilaian remaja pada diri sendiri dan juga memungkinkan terjadinya masalah kesehatan mental pada remaja karena perilakunya yang terlalu banyak menggunakan identitas diri di media sosial (Davis, 2012).

Kondisi *online disinhibition effect* dapat terjadi karena adanya pengaruh dari penggunaan media sosial, sementara itu *self-esteem* dapat memungkinkan menjadi penyebab dari seseorang menggunakan media sosial. Kemungkinan tersebut dinyatakan oleh Niemi, Griffith, dan Banyard (2005) bahwa *self-esteem* memungkinkan menjadi penyebab dari seseorang menggunakan media sosial karena media sosial sebagai alternatif dalam melakukan interaksi dengan individu lain tanpa harus bertatap muka sehingga memungkinkan terjadinya kondisi *online disinhibition effect* pada pengguna media sosial tersebut. Selain itu, berkaitan dengan tingkat *self-esteem*, individu dengan *self-esteem* yang rendah cenderung memilih media sosial sebagai tempat untuk berinteraksi karena dapat bebas menjadi siapa saja yang diinginkan (Kircaburun, 2016). Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Suler (2004) tentang *online disinhibition* bahwa siapa saja dapat menampilkan diri yang diinginkan di media sosial karena berkurangnya aturan dan norma yang berlaku (*minimization of status and authority*). Bryant (2001) juga menyatakan bahwa kondisi *online disinhibition* membuat pengguna media sosial di dunia maya tidak ragu untuk mengungkapkan pendapat, seperti sebuah tempat tersendiri yang memiliki karakter tempat, jarak, luas, dan arahnya

tersendiri. Hal tersebut membuat penggunaan media sosial dapat memberikan keleluasaan bagi penggunanya untuk mengungkapkan diri yang diinginkan sehingga meningkatkan *self-esteem* penggunanya (Gonzalez & Hancock, 2011).

Secara umum, *self-esteem* merupakan komponen afektif dari diri yang mencakup perasaan individu baik positif maupun negatif pada diri sendiri (Rosenberg, 1965). Perasaan positif atau negatif tersebut berupa penilaian individu pada diri sendiri tentang apakah dirinya baik atau buruk (*self-liking*) serta penilaian tentang kemampuan yang dimilikinya (*self-competence*) (Tafarodi & Swann, 1995). Baron dan Byrne (2012) menyatakan bahwa *self esteem* merupakan sebuah evaluasi diri yang dilakukan terhadap diri sendiri. Evaluasi diri berupa sikap pada diri dalam rentang dimensi yang negatif hingga pengalaman spesifik yang dialami sehingga harga diri individu tersebut akan tinggi dan akan membuatnya menerima diri sendiri. Weiten (dalam Wang, 2012) menyatakan bahwa keseluruhan evaluasi yang dilakukan individu pada dirinya menentukan bagaimana cara individu menerima atau menolak dirinya.

Remaja yang memiliki *self-esteem* yang negatif akan merasa tertekan dan tidak diterima di lingkungan sosialnya. Hal ini dapat dilihat dari penilaian remaja pada *self-liking* dan *self-competence* (Tafarodi & Swann, 1995). Rendahnya *self-competence* yang dimiliki remaja membuat remaja mulai disibukkan dengan persepsi bahwa dirinya tidak mampu melakukan sesuatu dan merasa tidak yakin pada diri sendiri (Coopersmith, 1967; Tafarodi & Milne, 2002). Sementara itu, rendahnya *self-liking* remaja ditandai dengan adanya penolakan terhadap diri dan

memandang buruk diri sendiri, serta merasa tidak diterima di lingkungan sosialnya (Tafarodi & Swann, 1995).

Remaja yang memiliki *self-esteem* yang negatif berusaha untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosialnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan media sosial dan membuatnya lebih nyaman berinteraksi secara *online* daripada tatap muka (Andreassen, Stale, & Mark, 2017). Semakin rendah penghargaan remaja terhadap diri sendiri akan membuatnya semakin merasa gagal untuk membina hubungan dengan orang lain, sehingga membuat remaja menjadi semakin tertekan di lingkungan sosialnya (Buglass dkk, 2017). Perasaan tertekan yang dirasakan saat berinteraksi di dunia nyata membuat remaja menganggap bahwa berinteraksi di dunia maya menjadi sarana yang efektif untuk dapat terhubung dengan individu lain (Kernis, 2003; Abel, Cheryl, & Sarah, 2016).

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mencoba melihat alasan individu dengan *self-esteem* yang rendah menggunakan media sosial. Pada penelitian Mehdizadeh (2010) didapatkan hasil bahwa individu dengan *self-esteem* yang rendah berusaha meningkatkan *self-esteem*-nya dengan menggunakan media sosial karena media sosial dapat membuat individu bisa menampilkan diri yang diinginkannya. Hal ini sesuai dengan penelitian Ikachoi, Mberia, dan Ndati (2015) dan Kircaburun (2016) yang menemukan hasil bahwa individu dengan *self-esteem* yang rendah cenderung menggunakan media sosial untuk meningkatkan *self-esteem*-nya. Selain itu, hasil penelitian yang sama juga dinyatakan oleh Wibowo, Sondang, dan Silaen (2018) bahwa semakin tinggi *self-*

esteem negatif yang dimiliki oleh remaja maka akan semakin meningkat penggunaan media sosialnya. Selanjutnya, Raymer (2015) menyatakan bahwa individu dengan *self-esteem* yang rendah menggunakan media sosial dengan tujuan untuk diterima oleh orang lain di lingkungan sosialnya.

Remaja yang memiliki *self-esteem* yang tinggi akan mampu mengevaluasi dirinya secara positif. Hal ini juga dapat dilihat dari penilaian remaja pada *self-liking* dan *self-competence* (Tafarodi & Swann, 1995). Tingginya *self-competence* pada remaja membuat remaja merasa mampu mengatasi kesulitannya dan merasa kompeten dalam mencapai tujuannya yang ditandai dengan mampu mengemukakan opini sendiri, mampu menjalin hubungan sosial tanpa harus merasa tertekan (Tafarodi & Swann, 2001). Hal ini juga dapat terlihat dari tingginya *self-liking* pada remaja sehingga remaja mampu menerima diri sendiri dan memandang baik dirinya (Coopersmith, 1967).

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mencoba melihat alasan remaja dengan *self-esteem* yang tinggi menggunakan media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Gangadharbatla (2008) menyatakan bahwa individu yang memiliki *self-esteem* yang tinggi cenderung memiliki sikap yang positif terhadap keberadaan media sosial karena media sosial dapat digunakan untuk berkomunikasi sekaligus meningkatkan kualitas dalam berinteraksi. Selanjutnya, individu yang sudah mempersepsikan bahwa dirinya populer dalam interaksi tatap muka cenderung menggunakan media sosial untuk meningkatkan popularitasnya dalam situasi *online* (Christofides, Muise, & Desmarais, 2009; Valkenburg, 2009). Penggunaan media sosial tersebut cenderung membuat seseorang mengalami

kondisi *online disinhibition effect* sehingga menimbulkan berbagai dampak bagi penggunaannya salah satunya yaitu terjadi perbedaan perilaku saat di dunia nyata dengan dunia maya. Pengguna media sosial yang paling banyak adalah kalangan remaja, terjadinya perbedaan perilaku pada remaja saat menggunakan media sosial akan menimbulkan dampak yang cukup serius. Oleh karena itu, berdasarkan pada beberapa hal tersebut peneliti menganggap penting dilakukan penelitian terkait dalam mencari hubungan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition effect* pada remaja pengguna media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition effect* pada remaja yang menggunakan media sosial?

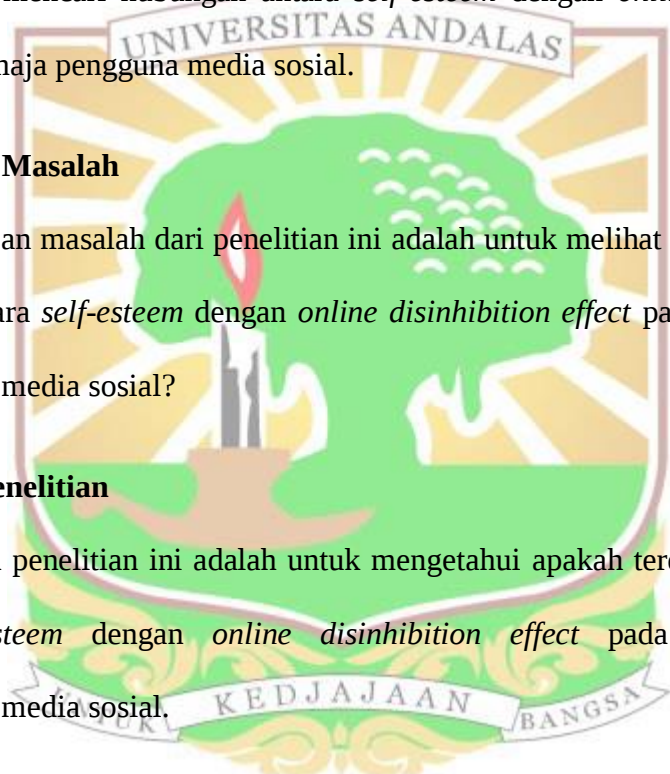
1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition effect* pada remaja yang menggunakan media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi perkembangan ilmu psikologi.



1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Remaja

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan kepada remaja bahwa dalam menggunakan media sosial dapat mempengaruhi perilaku remaja dengan kemungkinan konsekuensi negatif. Selain itu, untuk mengingatkan remaja bahwa norma-norma sosial seperti menghormati orang lain juga berlaku di lingkungan *online*. Oleh karena itu, diharapkan remaja lebih peduli dan mengendalikan diri dalam menggunakan media sosial.

b. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada praktisi seperti Psikolog, Konselor dan lainnya dalam memahami fenomena *online disinhibition effect* pada remaja dan bagaimana peran *self-esteem* terhadap penggunaan media sosial di kalangan remaja. Harapannya praktisi dapat mempertimbangkan berbagai metode yang mungkin bisa membantu remaja seperti dengan mengadakan seminar atau pelatihan terkait dalam meningkatkan kemampuan relasi interpersonal dan diharapkan juga dapat memperbaiki penilaian individu akan diri sendiri.

c. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan mengenai hubungan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition effect* pada remaja pengguna media sosial dan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi penjelasan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menguraikan tentang tinjauan teoritis, berisi teori-teori yang menjadi acuan dalam pembahasan permasalahan penelitian. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *online disinhibition effect*, *self-esteem*, remaja, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan identifikasi variabel, definisi konseptual dan definisi operasional variabel, populasi sampel, lokasi penelitian, instrumen penelitian, proses pelaksanaan penelitian dan metode analisis data.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: Penutup

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran penelitian.

