

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini media sosial merupakan hal yang semakin banyak digunakan oleh penduduk dunia, salah satunya adalah Indonesia. Sebanyak 160 juta penduduk Indonesia menggunakan media sosial secara aktif pada tahun 2020. Munculnya pandemi Covid-19 membuat tingkat penggunaan media sosial di Indonesia meningkat. Pada tahun 2021, terdapat peningkatan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia yaitu sebanyak 6,3% atau setara dengan 10 juta jiwa. Oleh karena itu, pada tahun 2021 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 170 juta jiwa (Stephanie, 2021). Berdasarkan data dari *We Are Social* (sebagaimana dikutip dalam Stephanie, 2021) terdapat 5 *platform* media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia, salah satunya adalah *platform* Instagram (86,6%). Pada bulan Oktober hingga Desember 2021, mayoritas pengguna aktif media sosial Instagram di Indonesia adalah individu dengan rentang usia antara 18-24 tahun yaitu sebanyak 34,4 juta dari 92,53 juta pengguna (Rizaty, 2022). Kelompok usia dengan rentang usia tersebut masuk ke dalam fase perkembangan *emerging adulthood*. Sesuai dengan teori Arnett (sebagaimana dikutip dalam Lane, 2020) menjelaskan bahwa *emerging adulthood* adalah individu yang memiliki rentang usia antara 18-29 tahun.

Setiap bulannya, sebuah perusahaan media sosial menghapus paling tidak satu miliar akun palsu atau *fake account* (Nicas, 2020). Berdasarkan laporan awal penegakan standar komunitas milik Facebook, diperkirakan bahwa 4% dari pengguna aktif per bulannya masuk ke dalam kategori *fake account* (sebagaimana dikutip dalam Kozlov et al., 2021). Berdasarkan penelitian "*Digital Reputation*" yang dilakukan oleh Kaspersky, sebuah perusahaan *cybersecurity* didapatkan hasil bahwa *fake account* paling banyak aktif di Asia Tenggara dengan persentase sebanyak 35%, lalu Asia Selatan sebanyak 28%, dan Australia sebanyak 20% (Kamaliah, 2020). Elfira (2020) menyebutkan beberapa *platform* dengan jumlah

fake account yang tinggi, yaitu Facebook (70%), Youtube (37%), Instagram (33%), dan Twitter (25%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa saat ini *fake account* dapat dengan mudah ditemukan di berbagai *platform* media sosial.

Pada bulan Maret 2020, laki-laki berusia 28 tahun ditangkap di daerah Tangerang atas kasus pembuatan *fake account* di *platform* Facebook yang menggunakan nama dan foto seorang *selebgram* perempuan (Hukmana, 2020). Tidak hanya itu, foto dan nama Walikota Tangerang Selatan, Ibu Airin Rachmi Diany pun pernah dijadikan *fake account* untuk tindak kejahatan di *platform* Facebook dan tindak kejahatan ini diungkap oleh salah satu warga (Hartanto, 2020). Pada tahun 2017, *youtuber* berusia 24 tahun berinteraksi dengan seseorang yang ternyata merupakan *fake account* di Instagram (Rizka, 2017). Ketiga fenomena ini mendukung pernyataan di atas di mana fenomena *fake account* mudah ditemui di *platform* Facebook dan Instagram. Dilihat dari beberapa fenomena di atas, fenomena *fake account* sering terjadi di daerah Tangerang dan Jakarta. Berdasarkan fenomena tersebut, dapat dikatakan bahwa *emerging adulthood* yang aktif dalam menggunakan Instagram cenderung melakukan *online deception behavior*.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, *platform* Facebook dan Instagram termasuk ke dalam beberapa *platform* dengan jumlah *fake account* tertinggi. Kedua *platform* ini memiliki beberapa *fitur* yang sama, namun semakin berkembangnya teknologi, Instagram memiliki beberapa *fitur* baru yang unik di antaranya *professional dashboard*, *recently deleted*, *live room*, penyembunyian jumlah like, *insight* untuk *reel* dan video, serta variasi sticker (*link*, *add yours*, etc.) (Ranti, 2021). Selain itu, Instagram menyediakan *fitur* yang mendukung para pengguna untuk membuat akun lebih dari satu atau *fake account* yaitu *fitur multiple account*. Adanya *fitur* ini dapat mendukung para pengguna untuk membuat *fake account* dengan berbagai tujuan, di antaranya memperoleh kebebasan dalam mengekspresikan diri, melindungi diri dari komentar negatif yang akan diberikan oleh orang lain, *stalking*, dan lain-lain (Ersyafiani, 2018).

Selain fenomena di atas, dilakukan survei awal terkait dengan kepemilikan *fake account* di Instagram. Survei awal diisi oleh 80 responden dengan rentang usia antara 18-27 tahun. Sebanyak 53 (66,3%) responden mengaku memiliki *fake*

account. Sebanyak 48 (90,6%) responden menggunakan nama palsu pada *fake account*nya, 35 (66%) responden menggunakan foto palsu pada *fake account*nya, dan 30 (56,6%) responden menggunakan informasi identitas yang palsu. Alasan mereka membuat *fake account* antara lain untuk mengunggah aktivitas dalam kehidupan sehari-hari, mengikuti (*follow*) *online shop* ataupun akun *volunteer*, sebagai media untuk *stalking* orang lain, hingga sebagai tempat yang aman agar terhindar dari komentar negatif orang lain. Selain itu, sebanyak 33 (62,3%) dari 53 responden mengaku bahwa mereka merasa cemas apabila mendapatkan komentar negatif dari orang lain di Instagram. Selain itu, para responden pun menuliskan hal apa saja yang dirasakan ketika mereka mendapatkan komentar negatif dari orang lain di media sosial, antara lain *overthinking*, panik, pusing, *insecure* dan takut untuk menjadi diri sendiri, gemetar, penasaran dan mencoba mencari tahu, *deg-degan*, kesal, sedih, malu, mual, sakit perut, hingga muncul keringat berlebih.

- Berdasarkan hasil survei awal yang sudah dilakukan, dapat dikatakan bahwa *fake account* adalah salah satu hal yang biasa dilakukan oleh individu dengan rentang usia 18-27 tahun atau yang bisa disebut dengan *emerging adulthood*. Beberapa fenomena di atas dan hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti, *fake account* dapat dikategorikan sebagai *online deception behavior*. Buller dan Burgoon (sebagaimana dikutip dalam Caspi & Gorsky, 2006) mendefinisikan *online deception behavior* sebagai pesan yang sengaja diteruskan kepada penerima untuk membangun keyakinan atau kesimpulan yang salah. Penipuan terjadi ketika pesan tersebut mengandung informasi yang menyesatkan atau salah mengenai identitas pengirim (Wang et al., sebagaimana dikutip dalam Caspi & Gorsky, 2006). *Online deception behavior* ini bisa dilakukan mulai dari mengedit wajah ketika sedang melakukan swafoto, memilih dan membagikan foto-foto terbaik hingga melebih-lebihkan atau bahkan berbohong akan identitas diri yang sebenarnya (Ifana et al., 2018). Perilaku penipuan identitas dapat berbentuk dalam banyak hal, seperti mengada-ada, melebih-lebihkan, menutupi, menghilangkan, membuat sesuatu menjadi ambigu, atau untuk tujuan mengkamufleskan sesuatu (Burgoon & Levine sebagaimana dikutip dalam Ifana et al., 2018).

Fortunata (2020) mengatakan bahwa dalam menggunakan media sosial, terkadang para pengguna diminta untuk menampilkan sisi kehidupan yang sempurna. Oleh karena itu, beberapa pengguna aktif media sosial melakukan *online deception behavior* dalam bentuk *fake account* dengan tujuan menghindari komentar negatif dari orang lain. Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan, terdapat berbagai macam alasan responden membuat *fake account*, salah satu alasannya adalah menghindari komentar negatif dari orang lain. Beberapa fenomena terkait dengan *online deception behavior* dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kecemasan sosial.

Dinisari (2019) berpendapat bahwa saat ini kecemasan sosial merupakan masalah utama yang dirasakan oleh kaum muda di seluruh dunia. Kecemasan sosial pun menjadi konsekuensi yang harus dihadapi oleh para individu yang saat ini segala aspek kehidupannya selalu terhubung dengan media sosial (Dinisari, 2019). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lee-Won et al. (2015) terhadap 243 mahasiswa di Amerika Serikat dengan rentang usia 18-24 tahun, didapatkan hasil bahwa salah satu alasan utama media sosial lebih digemari, terutama bagi para individu yang sedang berjuang dengan kecemasan sosial adalah individu dapat lebih mudah dalam melakukan interaksi melalui media sosial, selain itu individu dapat melakukan manipulasi sebelum informasi tersebut akan dikirim (sebagaimana dikutip dalam Mikulich, 2016). Selain itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan et al., (2015), sebanyak 31,2% dari 253 mahasiswa dengan rentang usia 17-20 tahun pada Universitas X Bandung mengalami kecemasan sosial dengan kategori yang tinggi.

Kecemasan sosial merupakan rasa takut atau rasa gugup yang terjadi pada individu ketika ia berhubungan dengan individu lain (Butler, 1999). Individu dengan kecemasan sosial yang tinggi takut akan evaluasi negatif yang diberikan oleh orang lain (Carleton et al., sebagaimana dikutip dalam Morin & Rahardjo, 2021). Oleh karena itu, individu yang mengalami kecemasan sosial cenderung akan menggunakan media sosial dengan cara menggambarkan dirinya atau membuat citra diri sebaik mungkin agar individu tersebut mendapat kesan dan penilaian yang positif dari individu lain di media sosial, tak jarang individu pun

menampilkan sesuatu yang tidak sesuai dengan dirinya sendiri (Morin & Rahardjo, 2021).

Seperti yang diketahui, kecemasan merupakan respon yang muncul pada diri individu untuk mengantisipasi suatu bahaya (Bence, 2021). Kecemasan dapat dikatakan normal untuk situasi tertentu, namun terkadang kecemasan juga dapat dimasukkan ke dalam bagian dari gangguan kecemasan (Bence, 2021). Gangguan kecemasan dapat dibagi menjadi beberapa jenis, salah satunya adalah *social anxiety disorder*. Terdapat beberapa gejala yang dapat muncul ketika individu mengalami kecemasan yang normal di antaranya sulit berkonsentrasi, mual, gemetar, dan mengalami tegang otot. Bagi individu yang memiliki gangguan kecemasan, mereka akan mengalami beberapa gejala yang lebih berat di antaranya mengalami ketakutan dan kecemasan yang berlebihan disertai perubahan perilaku dan kondisi fisik yang memburuk dari waktu ke waktu, serta akan berdampak pada kehidupan sehari-hari seperti sekolah, pekerjaan, dan hubungan sosial (Bence, 2021). Individu dengan gangguan kecemasan sosial pun cenderung akan menghindari situasi sosial dan mengalami ketakutan yang intens saat berada di suatu situasi sosial, serta akan mengalami gangguan dalam fungsi sosial, pekerjaan, dan situasi lainnya (Bence, 2021).

Pada penelitian ini, topik kecemasan sosial yang peneliti gunakan adalah kecemasan sosial yang umum terjadi, subjek penelitian masih mampu untuk mengerjakan tugas-tugas perkembangannya serta tidak mengalami gangguan dalam fungsi sosial, salah satunya mampu untuk bersosialisasi melalui media sosial. Oleh karena itu, konteks kecemasan sosial yang digunakan hanya untuk menggambarkan kecemasan secara umum, seperti apakah individu yang aktif menggunakan Instagram memiliki kecenderungan kecemasan sosial atau tidak.

Pada beberapa tahun terakhir, terdapat beberapa penelitian global terkait dengan kecemasan sosial dan penggunaan media sosial. Berdasarkan penelitian milik Shepherd dan Edelman's (sebagaimana dikutip dalam Alkis et al., 2017) menunjukkan bahwa perilaku individu dalam mengatasi *social fears* mereka akan pengamatan dan evaluasi yang diberikan orang lain di media sosial diperkuat ketika terdapat gejala kecemasan yang ditampilkan. Heckler dan Hughes (2017)

mengatakan bahwa hubungan antara penggunaan media sosial dan kecemasan sosial pada *emerging adulthood* belum dikaji lebih lanjut, oleh karena itu Heckler dan Hughes (2017) ingin melihat apakah terdapat korelasi yang positif antara penggunaan media sosial dan kecemasan sosial pada *emerging adulthood*.

Pada penelitian ini, peneliti memilih *emerging adulthood* sebagai subjek penelitian. Arnett (sebagaimana dikutip dalam Lane, 2020) menjelaskan bahwa *emerging adulthood* adalah individu yang memiliki rentang usia antara 18-29 tahun. Alasan peneliti memilih *emerging adulthood* sebagai subjek penelitian didasarkan pada fenomena dan survei awal yang dilakukan. Individu dengan rentang usia ini aktif dalam menggunakan media sosial salah satunya Instagram, dimana 50 dari 53 responden yang memiliki *fake account* pada survei awal paling sering menggunakan *platform* tersebut. Selain itu pada survei awal pun mereka mengaku memiliki *fake account* dan sebagian besar mengalami kecemasan sosial. Pemilihan *emerging adulthood* pun didukung dengan teori Arnett (sebagaimana dikutip dalam Bjornsen, 2018), dimana penggunaan media sosial pada fase perkembangan ini memiliki fungsi penting dalam konteks bersosialisasi, di antaranya individu akan lebih tegas dalam mengembangkan otonomi, mengeksplorasi identitas diri, dan memulai atau menjaga hubungan sosial dengan individu lain. Jumlah populasi *emerging adulthood* pun menjadi alasan peneliti memilih Jabodetabek sebagai batasan wilayah penelitian, hal ini dikarenakan *emerging adulthood* menyumbang jumlah populasi cukup banyak pada masing-masing daerah di Jabodetabek. Jumlah populasi *emerging adulthood* pada masing-masing wilayah dapat dilihat pada lampiran 1.

Sejauh ini, penggunaan media sosial masih menjadi salah satu media untuk para individu terutama *emerging adulthood* bersosialisasi. Di sisi lain, rasa cemas ketika menggunakan media sosial pun masih kerap terjadi karena adanya standarisasi yang membuat para individu berusaha untuk menampilkan diri sebaik mungkin atau bahkan menampilkan diri tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya agar diterima di lingkungan sosialnya. Dapat diasumsikan bahwa terdapat hubungan antara kecemasan sosial dengan *online deception behavior*. Saat ini, peneliti belum menemukan penelitian spesifik terkait dengan hubungan antara kecemasan sosial dengan *online deception behavior*, khususnya di

Indonesia. Minimnya penelitian terkait dengan *online deception behavior* dan kecemasan sosial pun membuat peneliti ingin mengembangkan penelitian terkait dengan kedua hal tersebut. Selain itu, alasan selanjutnya adalah belum jelasnya korelasi antara kecemasan sosial dan *online deception behavior*.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini ingin melihat apakah terdapat hubungan antara kecemasan sosial dengan *online deception behavior* pada pengguna Instagram di Jabodetabek?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara kecemasan sosial dengan *online deception behavior* pada pengguna Instagram di Jabodetabek.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu Psikologi Sosial, khususnya terkait *online deception behavior*.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu Psikologi Klinis, khususnya terkait kecemasan sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi baru bahwa individu dengan kecemasan sosial cenderung akan melakukan *online deception behavior*. Oleh karena itu, penelitian ini dapat

dijadikan bahan intervensi preventif terkait dengan penggunaan Instagram.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan intervensi terkait dengan kemungkinan bahaya yang dapat muncul apabila individu terus melakukan *online deception behavior* dalam bentuk *fake account*.

