

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pengguna media sosial pada masa kini mengalami peningkatan yang sangat signifikan (Fachruddin & Jaya, 2020). Data pengguna media sosial aktif di seluruh dunia pada bulan Januari 2020 sebanyak 3,80 milyar yang terdiri dari individu berusia 16-64 tahun dan rata-rata menghabiskan waktu dalam bermedia sosial selama 2 jam 24 menit perhari (We Are Social, 2020). Dalam 2 tahun, jumlah pengguna media sosial aktif seluruh dunia pada bulan Juli 2022 bertambah menjadi 4,70 milyar yang terdiri dari rentang usia 16-64 tahun dan rata-rata menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial selama 2 jam 29 menit perhari (We Are Social, 2022). Dapat dilihat jumlah peningkatan yang sangat signifikan terhadap pengguna media sosial di seluruh dunia dari tahun 2020 hingga 2022 yaitu sebesar 900 juta pengguna dan peningkatan waktu bermedia sosial sebesar 5 menit perhari.

Jumlah pengguna media sosial di secara khusus Indonesia pada Januari 2022 mencapai 191,4 juta dan mengalami peningkatan yang signifikan sebanyak 21 juta pengguna dari tahun 2021 (Jemadu & Prastya, 2022). Selain itu, pengguna media sosial Indonesia berusia 16-64 tahun dan mereka rata-rata menghabiskan waktu bermedia sosial selama 3 jam 16 menit perharinya (We Are Social, 2022). Ini berarti pengguna di Indonesia menggunakan media sosial 1 jam lebih lama dibandingkan rata-rata pengguna dunia.

Media sosial adalah wadah yang digunakan untuk merepresentasikan dirinya dengan melakukan interaksi, kerja sama, *sharing*, komunikasi dengan pengguna lain, dan membangun ikatan sosial secara virtual (Fachruddin & Jaya, 2020). Lima jenis aplikasi yang paling populer digunakan untuk bermedia sosial di Indonesia pada tahun 2022 adalah Youtube dengan 139 juta pengguna, Facebook dengan 129,9 juta pengguna, Instagram dengan 99,15 juta pengguna, Tiktok dengan 92,07 juta pengguna, dan Facebook Messenger dengan 28,4 juta pengguna (Jemadu & Prastya, 2022).

Media sosial memiliki peran penting sebagai wadah untuk mengekspresikan diri bagi penggunanya (Permana & Sutedja, 2021), sehingga banyak orang yang senang menggunakannya termasuk remaja. Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) menetapkan batasan usia minimal pengguna media sosial di Indonesia yaitu berusia 13 tahun (Islami, 2017), yang masuk pada kategori tahap perkembangan remaja. Erikson mengatakan bahwa masa remaja yaitu berusia 10-20 tahun (Santrock, 2013).

Remaja Indonesia sangat antusias dalam menggunakan media sosial. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menyebutkan bahwa pengguna media sosial terbesar adalah remaja yang berusia 13-18 tahun, yaitu sebanyak 108 juta (75,50%) dari 143 juta dari total populasi pengguna aktif media sosial di Indonesia (Sriati & Hendrawati, 2020). Penggunaan media sosial memiliki dampak yang besar bagi remaja, dan tidak selalu positif (Afriany et al., 2019). Beberapa dampak positif penggunaan media sosial bagi remaja yaitu dapat memperluas hubungan pertemanan, memberikan motivasi untuk belajar mengembangkan diri melalui orang lain di media sosial, dan menjaga hubungan pertemanan walaupun tidak dapat bertemu secara langsung (Gani, 2020). Lalu, dampak negatif yang terjadi, misalnya penipuan dan penyebaran berita palsu (*hoax*) (Anisyah et al, 2021) atau bahkan *cyber-aggression* (Runions et al., 2016).

Cyber-aggression adalah perilaku individu saling menyerang di dunia maya (Runions et al., 2016). Salah satu bentuk *cyber-aggression* yang paling umum adalah *cyberbullying*. Data terkait *cyberbullying* sendiri di Indonesia cukup mengkhawatirkan. Pada tahun 2019, U-Report mencatat bahwa 1,249 (45%) dari 2,777 individu berusia 14-24 tahun mengaku mengalami *cyberbullying* (Zubaidi, 2022). Selain *cyberbullying*, bentuk lain dari *cyber-aggression* yaitu mengejek orang lain di media sosial, menggunakan kata-kata kasar ketika bermain *online games*, mengeluarkan seseorang secara paksa dari sebuah *online group* hingga berkomentar tentang fisik seseorang dalam media sosial (Paskarista & Primastuti, 2021).

Perilaku *cyber-aggression* seringkali dilakukan dengan cara mengirimkan pesan, gambar atau foto, simbol maupun video yang mengandung unsur penghinaan atau pencemaran nama baik dan ancaman melalui media sosial (Widiasih, 2020).

Remaja dapat melakukan aktivitas *cyber-aggression* di media sosial dengan dua cara, yaitu menggunakan identitas asli atau menggunakan identitas palsu (*fake account*) (Fajriani et al., 2021), individu dapat menjadi seseorang yang serupa dengan identitas sebenarnya atau menggunakan identitas lain yang diinginkannya dalam dunia virtual (Rini & Manalu, 2020). Akun anonim, akun palsu, akun kedua, dan akun-akun yang tidak jelas identitasnya digunakan individu yang beropini, menulis, dan memanfaatkan media sosial serta memiliki kegiatan secara daring tanpa ingin diketahui identitas aslinya oleh individu lain (Kurnia, 2017). Selain itu, akun palsu biasanya seringkali digunakan sebagai sarana penyaluran ekspresi diri dengan lebih bebas (Permana & Sutedja, 2021). Ciri-ciri pemilik akun palsu yaitu menggunakan *username* yang berbeda-beda dengan nama aslinya, jumlah individu yang diikuti hanya sedikit, dan tidak banyak mengikuti pengguna lawan jenis (Astuti, sebagaimana dikutip dalam Anisyah et al., 2021). Remaja pengguna akun palsu cenderung memiliki ketidakpercayaan diri dalam menunjukkan identitas sebenarnya di media sosial, yang kemudian disalahgunakan untuk menghujat dan menyebarkan informasi *hoax* (Puspitasari, sebagaimana dikutip dalam Fajriani et al., 2021).

Praktisi *Public Relations* Silih Agung Wasesa (sebagaimana dikutip oleh Syamsiyah & Moriand, 2018) mengatakan bahwa fenomena pengguna akun palsu sesungguhnya telah lama terjadi di Indonesia. Jumlah pemilik akun palsu yang berusia remaja cukuplah besar. Survei yang dilakukan oleh portal berita Hai.Grid.Id menjelaskan bahwa 138 (46%) dari 300 remaja memiliki akun kedua atau *fake account*, bahkan 82 (60%) dari 138 remaja yang telah mempunyai akun kedua masih mempunyai dua *fake account* lainnya (Bahar, 2018). Selain membuat akun dengan data palsu, para remaja juga tidak jarang menggunakan nama dan foto orang lain untuk akun palsu tersebut (Patty, 2021). Sebanyak 7,5 juta (41%) dari 18,3 juta remaja tidak menggunakan usia yang sebenarnya ketika berada di dunia maya (Zubaidi, 2022), karena mereka tidak ingin diketahui identitas aslinya oleh pengguna lain di media sosial, sehingga *fake account* seringkali digunakan untuk menghujat dan menyebarkan *hoax*, serta memudahkan individu untuk melakukan *cyber-aggression* (Rini & Manalu, 2020).

Peneliti melakukan wawancara terhadap tiga orang remaja pengguna *fake account* untuk menggali penggunaan media sosial oleh remaja serta pengendalian emosi yang mereka lakukan dalam konteks tersebut. Remaja B berusia 18 tahun sedang berkuliah, sedangkan remaja F berusia 14 tahun masih mengenyam pendidikan SMP. Remaja berinisial B yang adalah pengguna *fake account* di Instagram menyatakan bahwa akunya hanya digunakan untuk memantau (*stalking*) akun pengguna lain. Kemudian, apabila terdapat pengguna media sosial yang mengolok-oloknya, ia berusaha untuk langsung membalasnya. Sementara itu, F pengguna *fake account* pada media sosial Twitter mengatakan bahwa ia menggunakannya sebagai wadah untuk menyalurkan perasaan atau emosinya dan kerap kali beradu argumen hingga berdebat dengan pengguna lain lantaran membela idolanya masing-masing.

Kesimpulan dari wawancara dengan kedua remaja di atas bahwa mereka merupakan pengguna *fake account* pada media sosial Instagram dan Twitter. Kedua remaja tersebut memperlihatkan sulitnya menahan diri, apabila terdapat konten maupun unggahan di media sosial yang dirasa tidak menyenangkan baginya. Perilaku kedua remaja yang mudah terprovokasi ditunjukkan sebagai bentuk reaksi dan pelampiasan emosi terhadap apa yang mereka rasakan melalui media sosial. Kedua remaja tersebut menggunakan *fake account* agar tidak diketahui identitas aslinya ketika mereka ingin memberikan komentar jahat pada akun orang lain. Perilaku yang ditunjukkan oleh kedua remaja ini merupakan bentuk *cyber-aggression* (Dewi & Savira, 2017). Runions et al. (2016) mendefinisikan *cyber-aggression* sebagai berbagai perilaku daring (*online*) yang berbahaya, yang didorong oleh motif *aversive* (mengurangi emosi negatif) dan motif *appetitive* (mendapatkan emosi positif). Selain itu, anonimitas pada interaksi digital dapat menjadi prediktor *cyber-aggression* (Kowalski & Limber, sebagaimana dikutip dalam Bulan & Wulandari, 2021). Tidak seperti perilaku agresi yang umumnya terjadi di lingkungan sosial seperti ruang kelas, *cyber-aggression* dapat terjadi dimana pun selama hadirnya teknologi (Washington et al., sebagaimana dikutip dalam Isabel et al., 2022).

Peningkatan pengguna media sosial di Indonesia, menandakan bahwa banyak juga hal yang terjadi di dunia maya salah satunya yaitu *cyber-aggression*.

Fenomena *cyber-aggression* terjadi di Instagram, dimana remaja ini menggunakan akun palsu untuk mengunggah dan menuliskan kalimat kasar pada keterangan foto tersebut, ia melakukan tindakan tersebut dimaksudkan untuk meluapkan kekesalannya terhadap orang lain (Fitriansyah & Waliyanti, 2018). Selain itu, remaja seringkali mengirimkan komentar kasar pada unggahan milik temannya yang berujung menimbulkan temannya sakit hati akibat hinaan yang dilontarkannya. Akun palsu yang digunakan oleh remaja tidak hanya memberikan komentar negatif, melainkan untuk mengancam, mempermalukan maupun menakuti orang lain dengan menyebarkan foto hingga rekaman video di media sosial (Sokowati & Manda, 2022). Fenomena lainnya terjadi pada remaja yang sengaja menggunakan akun palsu untuk mengunggah status bernada kebencian di media sosial, ia menggunakan akun palsu diduga ingin membalaskan dendam terhadap orang lain (Patty, 2021).

Dampak yang dirasakan para korban dari perilaku remaja yang menggunakan *fake account* dalam melakukan *cyber-aggression* di media sosial yaitu mengalami kecemasan, stress, ketakutan, dan tidak nyaman (Isabel et al., 2022). Mishna et al. (2018) juga menambahkan bahwa korban *cyber-aggression* dapat mengalami penurunan *self-esteem*, bahkan berdampak pada kesehatan mental dan fisiknya. Maka dari itu, remaja yang menjadi korban *cyber-aggression* lebih rentan mengalami kecemasan dan stress.

Fenomena *cyber-aggression* terkait media sosial pada remaja pengguna *fake account* ini telah memancing banyak penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan Antipina et al. (2019) menghasilkan bahwa 130 remaja berusia 10-16 tahun di Rusia memiliki *cyber-aggression* dengan tipe *impulsive appetitive aggression* dengan intensitas penggunaan media sosial minimal 1 jam per hari. Penelitian lainnya yang dilakukan Isabel et al. (2022) menyebutkan bahwa remaja laki-laki maupun perempuan di Jakarta tidak memiliki perbedaan pada tingkat *cyber-aggression*. Penelitian Istiqomah (2017) pada 85 remaja memperlihatkan bahwa terdapat 28 remaja (34%) memiliki akun kedua dan 36 remaja (43%) memiliki tingkat agresivitas tinggi. Selain itu, penelitian Anisyah et al. (2021) pada 100 pengguna *fake account* dan 100 pengguna *real account* Instagram dengan usia antara 18 – 22 tahun menyimpulkan bahwa tidak ada perbedaan penggunaan

agresivitas verbal di antara mereka. Variabel *cyber-aggression* juga sudah diteliti bersama variabel-variabel lain. Beberapa di antaranya adalah penelitian Zhang dan Zhao (2020) pada 675 mahasiswa di Cina, yang memperlihatkan adanya hubungan antara jenis kepribadian aversif dengan *cyber-aggression*. Ada pula penelitian Garaigordobil et al. (2020) pada 1,558 siswa Bolivia usia 13-17 tahun yang menemukan bahwa 32,7% siswa, kebanyakan laki-laki, adalah pelaku *cyber-aggression*.

Sesungguhnya penelitian dengan variabel *cyber-aggression* memang sudah ada di luar negeri maupun di dalam negeri, akan tetapi berbeda dalam segi subjeknya. Studi sebelumnya lebih banyak menunjukkan penelitian mengenai *cyber-aggression* pada remaja. Pada penelitian *cyber-aggression* di Indonesia yang hanya berfokus dengan remaja yang di Jakarta (Isabel et al., 2022), remaja pengguna media sosial (Muslim et al., 2020), dan siswa di Padang (Mardianto et al., 2021). *Cyber-aggression* dapat terjadi kapanpun pada setiap individu yang menggunakan media sosial.

Penelitian-penelitian terkait *cyber-aggression* ini cukup bervariasi walaupun sama-sama dilakukan pada remaja. Ada variasi pada usia, temuan tingkat *cyber-aggression* pada remaja maupun variabel lain yang berhubungan atau mempengaruhi. Berdasarkan banyaknya jumlah pengguna yang sangat aktif dalam bermedia sosial di Indonesia yang disertai dengan beragam kasus serta dampak negatif dari *cyber-aggression* dan remaja yang menggunakan akun palsu. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai subjek lainnya terkait remaja pengguna *fake account* di media sosial dan dimulai pada usia minimal 13 tahun. Dengan demikian, gambaran yang dihasilkan cukup komprehensif dan dapat digunakan untuk menjadi dasar penelitian-penelitian selanjutnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi untuk diteliti yaitu “Bagaimana gambaran *Cyber-aggression* pada remaja pengguna *fake account* di media sosial?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *Cyber-aggression* pada remaja pengguna *fake account* di media sosial.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan wawasan sekaligus referensi pada studi Psikologi khususnya bagi mata kuliah Psikologi Sosial mengenai gambaran *Cyber-aggression* pada remaja pengguna *fake account* di media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis yakni bagi para dosen, penelitian ini diharapkan dapat digunakan dan dikembangkan untuk intervensi sosial.