

RISET-RISET *dalam* CYBERPSYCHOLOGY

Editor:
Avin Fadilla Helmi
Kurniawan Kunto Yuliarso

RISET-RISET *dalam* CYBERPSYCHOLOGY



Perkembangan teknologi informasi sangat pesat, bahkan tidak ada hari tanpa inovasi-inovasi di bidang ini, sampai dalam tahap teknologi digital. Perkembangan tersebut semakin dipicu oleh adanya pandemi, dimana internet dan teknologi digital merupakan sarana untuk menjalani kehidupan selama pandemi, seperti bekerja dari rumah, belajar dari rumah, dan belanja dari rumah.

Dalam kaitan interaksi antara Psikologi dan Internet, telah menyebabkan pengaruh internet sangat kuat dalam perilaku manusia. Walaupun manusia dipandang mempunyai kekuatan agentik atau sebagai agensi personal atas perilakunya. Artinya interaksi individu dengan lingkungan, terutama lingkungan siber, dalam berbagai hal kehidupan telah mengubah kebiasaan-kebiasaan yang selama ini dilakukan. Kebiasaan sebagai warga negara yang diatur ketat dalam berbagai kehidupan tiba-tiba tidak ada aturan di lingkungan siber. Bagi sebagian individu, hal ini menyebabkan persoalan-persoalan seperti penggunaan narasi verbal yang =agresif, tata krama dan sopan santun hilang.

Namun demikian, tidak semuanya bersifat negatif, karena melalui lingkungan siber, para remaja dan dewasa muda mengoptimalkan dalam menjalin relasi dengan orang lain. Jalanan pertemanan, persahabatan, sampai dengan jalinan asmara diinisiasi dari aplikasi kencan daring. Mereka yang termasuk disabilitas fisik pun menggunakan kesempatan tersebut.

Kemudahan-kemudahan jalinan interpersonal sampai dengan jejaring sosial yang dirasakan oleh para warganet, tidak jarang, mereka merasakan keingintahuan yang besar untuk serta dalam kegiatan teman di jejaringnya. Jika mereka tidak mengikuti aktivitasnya, maka akan merasa kurang *update*, muncul perasaan cemas dan khawatir. Oleh karenanya, bisa dipahami bahwa mereka akan mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO). FoMO yang berlebih akan menyebabkan mereka merasa tidak bisa menikmati hidup karena diliputi kecemasan.

Sebenarnya, fenomena FoMO ini dioptimalkan oleh manajemen artis terutama para penggemar K-Pop. Para penggemar K-Pop ini terpengaruh oleh konten-konten yang sengaja dibuat agar tetap terjalin keterlibatan. Dalam prakteknya, keterlibatan yang diciptakan ini sebenarnya hanya satu arah dari penggemar, sehingga muncullah perilaku parasosial dan berujung pada pemujaan dan adiksi media sosial.

Yang menarik di lingkungan siber adalah percakapan atau *tweets* yang dikirimkan melalui Twitter, mencapai jumlah yang sangat banyak sekali dalam setiap topik. Oleh karena itu dikenal *trending topic*. *Tweets* itu selanjutnya diolah menjadi suatu pola perilaku untuk topik-topik tertentu. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa perilaku yang ada dalam lingkungan siber juga dapat dibuat pola-pola tertentu.

RISET-RISET DALAM CYBERPSYCHOLOGY

Fadhil Maliky Islah, Riza Akhdisholikhah, Yasmin Nur Afifah, Yunita Ekarini, Alya Naura Hanifah, Avin Fadilla Helmi, Sharita Satyaputri, Munadira, Tina Afiatin, Anggita Wulan Destyana, Tasya Nadhifa Gunawan, Gita Dewantry Suryani, Lu'luatul Chizanah, Fairuz Lusana, Wahyu Jati Anggoro, Dina Arifka, Haryanto, Ratri Arista, Haidar Buldan Thontowi

Editor

Avin Fadilla Helmi
Kurniawan Kunto Yuliarso



RISET-RISET DALAM CYBERPSYCHOLOGY

Penulis

Fadhil Maliky Islah, Riza Akhdisholikhah, Yasmin Nur Afifah, Yunita Ekarini, Alya Naura Hanifah, Avin Fadilla Helmi, Sharita Satyaputri, Munadira, Tina Afiatin, Anggita Wulan Destyana, Tasya Nadhifa Gunawan, Gita Dewantry Suryani, Lu'luatul Chizanah, Fairuz Lusana, Wahyu Jati Anggoro, Dina Arifka, Haryanto, Ratri Arista, Haidar Buldan Thontowi

Editor

Avin Fadilla Helmi
Kurniawan Kunto Yuliarso

Tata Letak

Ulfa

Desain Sampul

Zulkarizki

15,5 x 23 cm, viii + 257 hlm.
Cetakan pertama, Januari 2023

ISBN: 978-623-466-192-7

Diterbitkan oleh:

ZAHIR PUBLISHING

Kadisoka RT. 05 RW. 02, Purwomartani,
Kalasan, Sleman, Yogyakarta 55571
e-mail: zahirpublishing@gmail.com

Anggota IKAPI D.I. Yogyakarta
No. 132/DIY/2020

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari penerbit.

PENGANTAR EDITOR

Puji syukur kami ucapkan ke hadirat Allah Swt yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun buku *Riset-Riset Dalam Cyberpsychology*.

Sejak dilahirkannya internet dan melahirkan salah satu cabang *cyberpsychology* telah berkembang pesat mengenai riset-riset, pengembangan teori dan konsep, serta pengembangan metodologi penelitian. Dalam bidang metodologi penelitian, selain metodologi penelitian yang telah biasa digunakan di dalam riset psikologi, *tweets* dari dari Twitter telah banyak digunakan para peneliti, bahkan dapat dikategorikan sebagai *big data*.

Demikian halnya banyak konsep-konsep yang dibangun, karena interaksi yang dinamis dalam lingkungan siber yang berbeda dengan lingkungan tatap muka. Seperti diketahui, warganet merupakan warga yang terhubung dengan media internet. Kehadiran fisiknya sebatas akun, tetapi pemikiran dan ekspresi perilaku mewarnai dalam setiap aplikasi yang ada. Interaksi di dunia siber, penuh dengan dinamika, hampir pasti tidak ada pemimpin, semua adalah pemimpin atas pemikirannya sendiri. Oleh karena itu, aturan-aturan yang berlaku di dunia tatap muka, seringkali bertabrakan. Dilanggar. Hampir pasti, tidak ada proses editorial. Penggunalah yang menyaring informasi yang masuk. Oleh karena itu, menjadi sangat penting, memahami konsep menjadi warganet yang baik, yang tidak membuat gaduh, tetapi mengoptimalkan peran media digital.

Sementara itu, sifat asinkronitas dalam lingkungan siber, membuat warganet dapat melakukan *make over* dalam mengungkapkan dan mempresentasikan diri. Dalam hal ini dilukiskan, bagaimana mereka yang termasuk disabilitas dan normal dapat mengoptimalkan peran teknologi digital ini dalam upaya menjalin pertemanan dan berujung

pada jalinan kisah asmara. Secara fisik, para penyandang disabilitas ini memang menghadapi kenyataan yang tidak bisa dipungkiri, yaitu hambatan dari kekurangsempurnaan fisik. Namun demikian, kebutuhan afeksional yang terdalam yaitu menjalin kisah asmara merupakan kebutuhan yang tidak terelakkan. Oleh karenanya, hasil-hasil riset dalam bidang ini sangat urgen disajikan.

Dalam presentasi diri daring menyebabkan warganet mengakses internet, khususnya media sosial lebih sering. Hal ini sebenarnya dirasakan adanya dorongan untuk mengetahui aktivitas orang lain atau KEPO. KEPO ini mendorong munculnya FoMO (*fear of missing out*). Bagaimanapun juga teknologi digital semakin mempermudah untuk mempublikasikan aktivitas keseharian kita. Hal ini menyebabkan seseorang ingin terlibat dalam berbagai aktivitas yang dirasa mengasyikkan, yang terutama dirasakan oleh remaja dan dewasa. Mereka berkeinginan untuk tidak tertinggal dari aktivitas yang dirasakan mengasyikkan tersebut. Perasaan tersebut bahkan mampu membangkitkan rasa cemas jika tidak mengikutinya.

Fenomena KEPO dan FoMO telah digunakan oleh manajemen artis Korea, yang dikenal sebagai K-pop, telah menyetting artisnya sedemikian rupa sehingga penggemar mengalami kegilaan yang tiada tara. Hal ini dimulai dari hubungan parasosial dan berlanjut sampai mengalami pemujaan selebritis. Artis-artis Korea yang dikenal dengan K-Pop telah menjadi budaya baru yang merambah ke seluruh dunia. Bahkan telah menjangkiti remaja di seluruh dunia, tidak hanya gandrung dengan lagu-lagunya, tetapi juga dengan gaya busana, gaya rambut, dan gaya kehidupan mereka.

Bagian akhir adalah secuil gambaran mengenai optimalisasi *tweets* atas percakapan di media sosial, khususnya media teks Twitter. Percakapan dengan topik tertentu telah memberikan *insight* untuk membuat pola-pola perilaku yang ada, yang sesuai dengan topik yang hangat. Gambaran mengenai perilaku dan aspek psikologis telah tergambar dengan jelas.

Kelima bagian ini merupakan bagian dari *cyberpsychology* yang dapat disajikan hasil-hasil penelitiannya dalam buku kali ini. Selamat menikmati.

Editor

Avin Fadilla Helmi
Kurniawan Kunto Yuliarso

DAFTAR ISI

PENGANTAR EDITOR	iii
DAFTAR ISI	vii
BAGIAN KESATU: SEPUTAR WARGANET	1
1. <i>Digital Citizenship</i>	3
2. Disinhibisi Daring Toksik	22
3. Agresivitas Verbal Pengguna Twitter di Indonesia	42
BAGIAN KEDUA: PENGGUNAAN APLIKASI KENCAN DARING ..	59
4. Pengungkapan Diri Daring Pada Pengguna Aplikasi Kencan	61
5. Presentasi Diri Daring dengan Disabilitas Fisik Pada Pengguna Aplikasi Kencan Daring	84
BAGIAN KETIGA: SEPUTAR <i>FEAR OF MISSING OUT</i> (FOMO).....	111
6. Mengapa Kita FoMO? Kajian dari Kesepian dan Harga Diri	112
7. <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO), Kecerdasan Sosial, dan Kepercayaan Hidup Mahasiswa	129
BAGIAN KEEMPAT: DEMAM K-POP.....	145
8. Pemujaan Selebritas Pada Penggemar K-Pop	146
9. Adiksi Media Sosial Penggemar K-Pop	164
BAGIAN KELIMA: SEPUTAR <i>TWEETS</i> DI TWITTER	179
10. Identifikasi <i>Pandemic Fatigue</i> Covid-19 Melalui Media Sosial Twitter.....	180
11. Perbedaan Reaksi Psikologis Warganet Antarwaktu di Masa Pandemi.....	204
GLOSARIUM	227
BIOGRAFI PENULIS	249
BIOGRAFI EDITOR	257

BAGIAN KESATU

SEPUTAR WARGANET

Bagian kesatu ini merupakan penggambaran mengenai kehidupan seputar warganet di lingkungan siber. Lingkungan siber seperti diketahui merupakan lingkungan yang tidak terlihat, tetapi kehadiran menyusup ke relung-relung kehidupan melalui jalur internet. Aktivitas lingkungan siber bahkan tidak mengenal ruang dan waktu. Interaksi lintas negara dilakukan kapan saja dan tanpa terkendala oleh waktu setempat.

Dalam lingkungan siber, dihuni berbagai macam karakteristik dan identitas diri warganya, warga lintas negara, lintas budaya, lintas agama, dan lintas yang lain. Identitas diri yang dikenal sebatas akun yang mereka miliki dan status yang cenderung berubah-ubah, tidak ada KTP, dan tidak mempunyai pemimpin seperti halnya kepala negara, dunia tatap muka. Oleh karenanya, di bagian awal, kami sajikan mengenai *digital citizenship* (kewarganegaraan digital), apakah yang berkaitan dengan konsep, diskursus, dan yang berkaitan dengan etika. Dengan pemahaman ini, akan lebih mudah titik pijak dalam mengarungi derasnya informasi di dunia siber dengan segala permasalahan yang ada.

Mengapa dunia siber banyak disukai oleh warganet, terutama generasi muda? Hal ini tidak dapat dipungkiri, bahwa dalam lingkungan siber, warganet dengan bebas menampilkan apa yang ingin mereka inginkan, apalagi perilaku-perilaku yang di dunia tatap muka dilarang. Semacam bebas hambatan. Kurangnya hambatan dalam mengekspresikan dirinya, yang disebabkan adanya fitur-fitur dari teknologi digital yang memfasilitasi. Fasilitasi terhadap perilaku yang kurang sopan dan kurang menghormati orang lain. Hal ini disebut sebagai disinhibisi daring toksik. Selain persoalan asinkronitas, di mana warganet dapat melakukan *make*

over dalam berkomunikasi, juga dimungkinkan warganet dapat menyembunyikan anonimitas melalui penyamaran identitas atau akun alter.

Di bagian ketiga, disajikan artikel mengenai ekspresi verbal sebagai bentuk agresi verbal, banyak dilontarkan pada media sosial, Twitter. *Tweet* dan *retweet* dalam sebuah topik tertentu, kadang menarik sekali untuk didiskusikan. Selanjutnya, hal ini sering disebut sebagai *trending topic*. Jumlah *tweets* yang banyak tersebut, mengundang untuk dianalisis secara statistik untuk mendapatkan pola-pola perilaku tertentu. Di sisi lain, UU ITE telah memberikan batasan-batasan apa yang boleh dan tidak dalam mengekspresikan diri dan orang lain. Berdasarkan contoh kasus data *tweet* dalam kurun waktu tertentu dapat digambarkan dengan baik, pola perilaku agresif verbal, yang sebenarnya menggambarkan belum efektifnya penerapan UU ITE.

Dunia telah memasuki era disrupsi akibat perubahan fundamental yang mengubah hampir seluruh tatanan kehidupan (Christensen, 2013). Internet menjadi salah satu penyebab perubahan yang sekaligus menavigasi aktivitas keseharian manusia (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010). Internet menjadikan dunia tidak lagi memiliki batas geografis yang nyata, batas antara daring dan luring menjadi kabur (Boyd, 2008; Tapscott, 2008). Manusia dari berbagai belahan dunia terhubung satu sama lain menciptakan fenomena yang disebut *global village* (McLuhan, 1994). Internet telah menciptakan kondisi baru terhadap masyarakat digital (Edwards, 2015; Missingham, 2009), mengacu pada digitalisasi peran, status manusia, dan digitalisasi informasi.

Individu mulai memberdayakan status sipilnya secara aktif terkait konsepsi kewarganegaraan tradisional di ruang siber (Banaji & Buckingham, 2013; Bennett *et al.*, 2009; Blevins *et al.*, 2014; Mäkinen, 2006). Integrasi teknologi informasi ke dalam kehidupan sosial masyarakat telah berkontribusi pada praktik *digital citizenship* (DC). Individu secara perlahan dituntun oleh kebiasaan akses *online* untuk terlibat dalam praktik DC, seperti aktivitas ekonomi dan politik di internet (Mossberger *et al.*, 2012). Berdasarkan aktivitasnya, secara tidak sadar individu mulai memiliki peran baru sebagai warga digital dan membentuk sistem masyarakat digital bersama pengguna lain dalam satu jaringan yang sama (Meyers *et al.*, 2013). Meskipun konsep tradisional untuk kewarganegaraan berpusat pada konteks tempat, namun konsep DC yang kohesif lebih sadar secara global, kritis, dan peduli dengan partisipasi berorientasi tujuan di luar batas tradisional (Choi *et al.*, 2017).

Aktivitas Online

Diskursus DC berawal dari dampak penggunaan teknologi digital di hampir semua aktivitas kehidupan warga negara, khususnya generasi muda. Mereka merupakan definisi dari *net generation* (Jones, 2011), akibat mendominasi dunia siber dan aktivitasnya di internet dianggap normal. Prensky (2001) menyebut mereka sebagai *digital native*, karena lahir dan tumbuh dalam transisi ke masyarakat digital. Mereka sangat akrab dengan teknologi digital (Hur & Gupta, 2013; Vromen et al., 2015), dicirikan sebagai pengguna teknologi, *multitasker*, *mobile*, interaktif, emansipasi teknologi, otonom, mencari hiburan di ruang digital, butuh relasi orang lain, dan menghadapi risiko baru (Turner, 2015; Van Der Schuur et al., 2015). Mereka adalah generasi inovatif yang dapat belajar, bermain, berkomunikasi, bekerja, dan menciptakan komunitas dengan cara berbeda dibandingkan generasi terdahulu.

Meskipun generasi muda tahu cara menggunakan teknologi informasi, namun usia mereka dipandang belum berpengalaman secara emosional dan intelektual (Zhong et al., 2021). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa anak muda rentan terkena efek buruk akses digital akibat banyak terlibat dalam penyalahgunaan dengan konsekuensi berisiko (Miles, 2011). Mereka berpotensi terlibat dalam konten dewasa (Powell, 2010), menjadi sasaran kekerasan dan eksploitasi seksual (Mitchell et al., 2003; Subrahmanyam et al., 2006), *doxing* (Chen et al., 2019; Chen et al., 2018); plagiarisme (Eret & Ok, 2014; Selwyn, 2008); *cyberbullying* (Selkie et al., 2015; Whittaker & Kowalski, 2015); dan rasisme (Daniels, 2013; Weaver, 2011).

Dampak risiko potensi penyalahgunaan internet generasi muda memunculkan kekhawatiran untuk segera mengatur etika penggunaan teknologi informasi dalam rangka mencegah aktivitas berisiko. Perlawanan terhadap risiko internet harus didukung dengan mengembangkan sikap kritis dan kapasitas informasi digital (Livingstone, 2004). Upaya pencegahan inilah yang memantik para peneliti dan praktisi berlatar belakang 'pendidikan' mempromosikan DC sebagai media pencegahan efektif yang dimulai dari sekolah;

cyberbullying dan *sexting* menjadi fokus utama pencegahan untuk melindungi identitas, pencurian daring, dan privasi informasi pengguna (Ribble, 2012). Lingkungan pembelajaran digital dan perilaku yang tepat dalam penggunaan teknologi menjadi jalan pengembangan pribadi dan profesional anak muda ke depannya (Jones, 2010; Meyers *et al.*, 2013). Terbukti, berdasarkan penelitian Zhong *et al.* (2021) bahwa literasi terkait DC menimbulkan pemahaman dan kepatuhan siswa terhadap etika internet yang berdampak negatif signifikan terhadap *cyberbullying*; kecanduan internet berdampak positif signifikan terhadap *cyberbullying*; pemahaman dan kepatuhan terhadap aturan digital yang relevan berkorelasi negatif signifikan dengan *cyberbullying*.

Di balik upaya mencegah risiko, manfaat terhubung secara daring terlihat lebih besar dibandingkan risiko yang ditimbulkan bagi anak muda. Media digital memberikan manfaat dan kesempatan bagi mereka untuk belajar, membentuk dan mempertahankan hubungan, serta berpartisipasi dalam ekonomi digital yang sedang berkembang. Berdasarkan penelitian sebelumnya, aktivitas media sosial kaum muda dapat mendukung pengembangan DC (Choi, 2016; Gleason & Von Gillern, 2018; Krutka, 2014). Kegiatan berbasis digital dan internet secara positif dapat mengembangkan keterampilan kognitif dan emosional yang dibutuhkan untuk remaja dan secara positif memperkuat partisipasi warga secara daring dan luring (Kahne & Sporte, 2008; Sherrod *et al.*, 2002). Hal ini juga terkait langsung dengan penanaman kewarganegaraan untuk bertindak dengan identitas dan nilai-nilai mereka sendiri (Westheimer & Kahne, 2004a; Youniss *et al.*, 2002).

Konsep *Digital Citizenship*

DC berakar pada perhatian atas etika komputer, didefinisikan sebagai analisis sifat, dampak sosial, formulasi yang sesuai, dan kebijakan penggunaan teknologi tersebut (Moor, 1985). Penggunaan awal istilah DC mengacu pada akses *online* seiring dengan meningkatnya jumlah warga digital di kalangan anak muda

(Mossberger *et al.*, 2007; Shelley *et al.*, 2004). Konsep ini bertujuan membantu mereka untuk membuat pilihan yang bijaksana dan masuk akal dalam berbagai pengaturan dan situasi digital (Hollandsworth *et al.*, 2011; Kassam, 2013; Miles, 2011; Ribble *et al.*, 2004).

Konseptualisasi paling lama dari DC telah didefinisikan sebagai norma perilaku yang berkaitan dengan penggunaan teknologi (Ribble *et al.*, 2004) dan bakal terus berkembang. Menurut Ribble *et al.* (2004), DC memiliki tiga tema utama dan setiap tema memiliki tiga sub-tema: *respect* (1) *etiquette*: standar perilaku elektronik, (2) *access*: partisipasi dalam masyarakat digital (3) *law*: tanggung jawab atas tindakan dalam dunia digital); *educate* (4) *communication*: pertukaran informasi secara elektronik, (5) *literacy*: pengajaran dan pembelajaran tentang teknologi dan penggunaannya, (6) *commerce*: jual beli barang secara digital); dan *protect* (7) *rights and responsibility*: kebebasan akses ke semua orang di dunia digital, (8) *safety/security*: pencegahan untuk menjamin keselamatan di internet, (9) *health and welfare*: kesejahteraan fisik di dunia teknologi digital). Menurut Hollandsworth *et al.* (2011), DC menggambarkan versi elektronik masyarakat tradisional, ketika berdagang, bersosialisasi, bekerja, belanja, hiburan, dan pendidikan dapat diakses secara *online*.

Berdasarkan konsep lama DC, Jones dan Mitchell (2016) secara garis besar mendeskripsikan DC sebagai wawasan literasi digital yang berfokus pada perilaku menghormati secara *online* dan ikut terlibat dalam sipil *online*. Perkembangan DC juga memberi pandangan baru terhadap komponen penyusunnya yang sebagian besar disajikan sebagai faktor kognitif (misalnya, kemampuan komunikasi, penilaian otonom, pengambilan keputusan, dan berpikir kritis); faktor emosional (misalnya, martabat manusia, toleransi, kesadaran masyarakat, tanggung jawab, dan kepedulian); dan faktor perilaku (misalnya, partisipasi aktif, regulasi otonom, kepatuhan terhadap hukum dan peraturan) (Kim & Choi, 2018).

Meluas dari sekadar etika komputer, praktik DC memberikan setiap individu atau kelompok kekuasaan pengambilan keputusan, menyoroti peran kewarganegaraan dalam memfasilitasi demokrasi

dan meningkatkan kapasitas untuk menjalankan kekuasaan daripada mendelegasikannya. Gagasan ini memicu usulan baru seperti konsep pemerintahan terbuka (Hivon & Titah, 2017), ketika warga diizinkan untuk mengakses data negara dan meluncurkan debat dengan argumen berkualitas. Efisiensi sipil atau kewarganegaraan yang baik didasarkan pengalaman dan partisipasi politik dan sosial dalam sebuah komunitas (Dewey, 1916). Individu diharapkan memiliki keterampilan dan kompetensi dalam berpikir kritis, berperilaku aman, berpartisipasi aktif, dan bertanggung jawab di dunia digital (Searson *et al.*, 2015).

Konsep *Digital Citizenship* cenderung Bercabang Dua

Berdasarkan penjelasan konsep DC sebelumnya, studi kewarganegaraan sehubungan dengan internet menunjukkan kecenderungan bercabang dua, berfokus pada etika dan partisipasi sipil. Berdasarkan perspektif etika, Ribble *et al.* (2004) mendefinisikan DC sebagai norma perilaku yang pantas dan bertanggung jawab terkait penggunaan teknologi. Sedangkan dari perspektif partisipasi sipil, Mossberger (2009) mendefinisikan DC sebagai kemampuan berpartisipasi dalam masyarakat *online* (ekonomi, politik, sipil, dan sosial). Namun, secara komprehensif kedua perspektif tersebut memiliki hubungan kuat (Jenkins & Carpentier, 2013), mengacu pada kemampuan untuk menggunakan teknologi secara aman, bertanggung jawab, kritis, produktif, dan sipil (Milenkova & Lendzhova, 2021; Yue *et al.*, 2019). Sebagaimana Gazi (2016) menambahkan pendekatan sosial dengan mendefinisikan DC sebagai seperangkat praktik dan norma perilaku yang dibangun secara sosial, memfasilitasi pengembangan individu dan melindungi nilai sosial dalam masyarakat digital.

***Digital Citizenship* sebagai Etika**

Secara tradisional, topik etika sebagai kemampuan mengakses dan memanfaatkan teknologi digital telah dimulai, disebut sebagai netiket. Etika dalam DC sangat ditekankan sebagai bentuk perilaku

bertanggung jawab dalam lingkungan *online* (Isman & Canan Gungoren, 2014; Mangkhang & Kaewpanya, 2021; Ribble & Bailey, 2011). Konsep etika mengarahkan penelitian DC sebelumnya terbatas pada ranah pendidikan dengan menjadikan guru K-12 dan siswa sebagai partisipan penelitian (Blevins *et al.*, 2014; Hollandsworth *et al.*, 2011; Jones & Mitchell, 2016; Ribble, 2012; Ribble *et al.*, 2004). DC melalui pendidikan diharapkan membantu pelajar mempraktikkan perilaku hormat selama perselisihan daring, memberi ruang terhadap perspektif orang lain, dan mendukung individu yang menjadi sasaran keburukan. Konsep ini berusaha menjadi kode hak sipil baru untuk pelajar digital saat ini (Choi, 2016).

Alasan di balik DC dinilai sebagai etika, karena sejak awal DC merupakan konsep yang dibangun untuk membantu guru, pengembang teknologi informasi, dan orang tua untuk memahami apa yang harus diketahui siswa dalam mengadopsi teknologi informasi. DC diterapkan sebagai alat pendidikan untuk mempersiapkan siswa menggunakan teknologi secara sehat, aman, legal, mengatasi penyalahgunaan dan eksploitasi teknologi. Pada penerapannya, banyak sekolah yang menetapkan kebijakan untuk netiket (Cavanaugh *et al.*, 2009), mewujudkan tujuan mengarahkan dan melindungi semua pengguna, dengan mendorong perilaku yang diinginkan dan memerangi perilaku menyimpang. Faktanya berdasarkan penelitian sebelumnya, netiket dikaitkan dengan pengurangan kasus *bully* tradisional dan *cyberbullying* di sekolah (Kumazaki *et al.*, 2011; Park *et al.*, 2014).

Digital Citizenship sebagai Partisipasi Sipil Online

DC sebagai partisipasi sipil *online* berangkat dari konsep tradisional kewarganegaraan dan dominasi anak muda dalam partisipasinya di ruang digital. Secara tradisional kewarganegaraan dibatasi secara nasional (Fischman & Haas, 2012) dan keanggotaan hukum (Banks, 2008) dalam negara dan bangsa, terikat hak dan tanggung jawab sipil, sosial, politik, dan ekonomi tertentu (Jones & Wallace, 1992). Peran warga dalam konsep tradisional

kewarganegaraan diperankan oleh penghuni ruang digital yang mayoritas berasal dari kalangan anak muda. Peran dominasi partisipasi sipil *online* anak muda menunjukkan kekuatan peran mereka dalam membuat peluang menciptakan lingkungan terbuka dan demokratis bagi sipil (Banaji & Buckingham, 2013; Buckingham, 2008; Buckingham & Kehily, 2014). Mereka berperan mengatasi defisit demokrasi di dunia siber dengan menjadikan media sosial sebagai transmedia alternatif menyalurkan pikiran imajinatif, politik, dan pendidikan agar terlibat secara sipil (Jenkins *et al.*, 2016).

Studi kewarganegaraan tradisional telah difokuskan pada partisipasi publik dalam proses politik (Westheimer & Kahne, 2004a, 2004b), konseptualisasi kewarganegaraan menjadi lebih inklusif dari berbagai perilaku sipil seperti berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat, bekerja untuk meningkatkan peran komunitas, mendiskusikan masalah sosial, dan mengatasi ketidakadilan sosial (Sherrod *et al.*, 2002; Thorson, 2012). Keterlibatan sipil mengacu pada perilaku yang dimaksudkan untuk memberi manfaat bagi kebaikan bersama (Banaji & Buckingham, 2010; Cnaan & Park, 2016; Zaff *et al.*, 2008). Perilaku ini tidak hanya mencakup partisipasi politik, tetapi juga pekerjaan sukarela, mendukung kegiatan amal, dan berbagai hobi, minat, dan keterampilan dengan komunitas yang lebih besar (Sherrod *et al.*, 2002).

Partisipasi sipil *online* menggunakan perspektif sosiologi dalam merangkum definisi kewarganegaraan yang terdiri dari hak, tanggung jawab, kondisi, dan peluang generasi muda dalam partisipasi politik dan sipil, budaya, solidaritas, pengakuan, kepemilikan, dan aspek lain yang dirasakan dari keanggotaan masyarakat (Shah *et al.*, 2005; Turner, 1997). Isman dan Gungoren (2014) percaya bahwa DC adalah individu yang menggunakan teknologi informasi untuk terlibat dalam masyarakat, politik dan pemerintahan, seperti yang diwakili dalam internet, komunitas, dan masyarakat. Warga digital adalah mereka yang menggunakan internet secara teratur, efektif, dan efisien secara digital. Teknologi mungkin akan terus berkembang

dan berubah, tetapi konsep kewarganegaraan tidak akan pernah berubah, khususnya pada partisipasi sipil.

Partisipasi sipil *online* menekankan pembentukan kesadaran kritis dan manifestasi resistensi melalui internet (Bennett *et al.*, 2009). Kemampuan ini mencerminkan keyakinan dan kemampuan untuk mencapai keadilan sosial melalui internet. Pada praktiknya, DC menjadi kemampuan khusus di internet dan efikasi diri bagi penggunaannya. Aspek ini dilihat sebagai keterampilan untuk berpartisipasi dalam aktivitas *online* dan mengomunikasikan pendapatnya secara jelas sebagai warga negara (De Marco *et al.*, 2014). Individu dengan demikian akan terlibat menghadapi kasus, tradisi republik, partisipasi politik dalam proses pengambilan keputusan, mengelola dan mengatur lingkungan dan pemerintahan (Dimick, 2015; Habermas, 2015; Schild, 2016; Teorell, 2006). Sederhananya, individu memanfaatkan lingkungan digital untuk mengaktifkan semua aspek yang terikat dalam kewarganegaraan (Lozano-Díaz & Fernández-Prados, 2021).

Literasi Digital sebagai Penghubung Sinergi Etika dan Partisipasi Sipil Online

Kecenderungan DC pada etika dan partisipasi sipil sebenarnya tidak menerangkan bahwa keduanya merupakan perspektif terpisah, namun saling bersinergi terhubung karena literasi media baru. Mereka bertemu di titik keterampilan baru, mulai dari mempelajari cara mengakses teknologi digital, mengembangkan netiket dalam interaksi *online*, hingga memahami konsekuensi dari jejak digital, privasi, dan hak seseorang. Keterampilan baru didasarkan pada teknologi informasi yang berubah dengan cepat menciptakan masalah dalam menentukan kriteria keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan. Pandangan ini merujuk pada repertoar partisipasi yang bermakna dan bertanggung jawab dalam masyarakat digital.

Kaitan kedua perspektif mengonfirmasi bahwa pendidikan mendukung keterlibatan pengguna dalam tindakan politik di internet atau *cyberactivism* (Lozano-Díaz & Fernández-Prados,

2020), menghubungkan aktivisme dan media digital dengan perubahan sosial yang positif (La Riviere *et al.*, 2012). Sekolah melalui pendidikan kewarganegaraan tradisional dapat mengembangkan etika dan kegiatan di luar sekolah ditujukan lewat keterlibatan sipil *online*.

Etika dan partisipasi sipil *online* tidak bisa berdiri sendiri, keduanya harus didampingi literasi digital sebagai jenis keterampilan baru Web 2.0, mencakup kemampuan mengakses, menyaring, menganalisis, mengevaluasi, membuat, dan bertindak menggunakan segala bentuk jenis informasi dan media komunikasi dengan mengedepankan etika berbudaya dan kritis dalam agenda masyarakat dan pemerintah (Blum-Ross *et al.*, 2019; Calvani *et al.*, 2008; Sharma *et al.*, 2016). Banyak istilah keterampilan yang sama merujuk pada literasi digital, yaitu *media literacy*, *information literacy*, *computer literacy*, *communication literacy*, *visual literacy*, dan *technology literacy* (Covello & Lei, 2010). Secara umum semua istilah tersebut merujuk pada pengetahuan dan produk kreatif di lingkungan digital. Melalui literasi digital, pengguna diharapkan dapat melindungi informasi diri dan mengelola secara komprehensif aksesibilitas teknologi untuk turut andil dalam masyarakat digital.

Meskipun secara umum terdapat persamaan, DC berbeda dari literasi digital. Sebagian konsep DC berfokus pada kewarganegaraan dan partisipasi teknologi informasi digital sebagai cara untuk memahami orang lain dan dunia sekitar. DC memperluas banyak ide literasi media dengan fokus pada peran dan tanggung jawab pengguna, sekaligus berperan sebagai norma penggunaan teknologi yang tepat, bertanggung jawab, dan berdaya. Seseorang dapat menjadi kompeten dalam literasi digital, tetapi tidak menggunakan keterampilan ini untuk praktik kewarganegaraan demokratis. Namun, literasi digital memberi kesempatan individu untuk lebih terinformasi dan partisipatif. Dengan kata lain, DC merupakan konsep yang lebih luas yang juga mencakup literasi digital.

Penutup

DC telah menyebabkan redefinisi warga dalam negara, bangsa, dan global menuju skenario baru interaksi sosial dan demokrasi, ketika semua warga negara berpartisipasi. DC menjadi reaksi terhadap teknologi informasi sebagai perangkat pendisiplinan yang menuntun secara bertahap individu dan kelompok untuk mengadopsi keterampilan dan cara hidup baru. Menjadi warga digital yang baik tidak hanya berpartisipasi dalam komunitas yang sudah ada sebelumnya, tetapi juga menciptakan komunitas baru dan berbeda dan/atau terkadang mengubah komunitas, masyarakat, dan dunia ketika ketidakadilan sosial terjadi secara daring dan luring.

DC perlu dipahami sebagai fenomena multidimensi selaras dengan penggunaan teknologi digital sehari-hari. Studi mapan tentang teknologi digital, internet, dan kewarganegaraan cenderung memeriksa DC sebagai konsep unidimensional. Misalnya, berdasarkan perspektif pendidikan, berpendapat bahwa ketika siswa belajar etika *online* dan keterampilan komunikasi, mereka menjadi warga digital yang baik. Berbeda dengan perspektif DC sebagai partisipasi sipil *online*, bahwa individu diharapkan berkomitmen pada keadilan sosial secara kritis menganalisis konsekuensi sosial, politik, dan ekonomi dari teknologi digital. Tanpa mengetahui isu sosial dan politik serta kemampuan menggunakan teknologi digital secara efektif, akan sulit untuk terlibat secara aktif dalam kegiatan sipil *online*. Akibatnya, DC harus dikonseptualisasikan sebagai konsep berlapis-lapis menuju perspektif kewarganegaraan inklusif dan komprehensif.

Daftar Pustaka

- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289–1295. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.018>
- Banaji, S., & Buckingham, D. (2010). Young people, the Internet, and civic participation: An overview of key findings from the

- CivicWeb project. *International Journal of Learning and Media*, 2(1), 15–24. https://doi.org/10.1162/ijlm_a_00038
- Banaji, S., & Buckingham, D. (2013). *The Civic Web: Young People, The Internet, and Civic Participation*. MIT Press.
- Banks, J. (2008). Diversity and citizenship education in global times. *Education for Citizenship and Democracy*, 57–70.
- Bennett, L., & Fessenden, J. (2006). Citizenship through online communication. *Social Education*, 70(3), 144.
- Bennett, W. L., Wells, C., & Rank, A. (2009). Young citizens and civic learning: Two paradigms of citizenship in the digital age. *Citizenship Studies*, 13(2), 105–120. <https://doi.org/10.1080/13621020902731116>
- Blevins, B., LeCompte, K., & Wells, S. (2014). Citizenship education goes digital. *The Journal of Social Studies Research*, 38(1), 33–44. <https://doi.org/10.1016/j.jssr.2013.12.003>
- Blum-Ross, A., Kumpulainen, K., & Marsh, J. (2019). *Enhancing digital literacy and creativity*. Routledge London, UK.
- Boyd, D. (2008). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. *Youth, Identity, and Digital Media*, 119–142. <https://doi.org/10.1162/dmal.9780262524834.119>
- Buckingham, D. (2008). Beyond technology. Rethinking learning in the age of digital culture. In J. A. Pettersen (Ed.), *Youth media democracy: Perceptions of new literacies*. (pp. 37–43).
- Buckingham, D., & Kehily, M. J. (2014). Introduction: Rethinking youth cultures in the age of global media. In D. Buckingham, S. Bragg, & M. J. Kehily (Eds.), *Youth cultures in the age of global media. Studies in childhood and youth* (pp. 1–18). Springer. https://doi.org/10.1057/9781137008152_1
- Calvani, A., Cartelli, A., Fini, A., & Ranieri, M. (2008). Models and instruments for assessing digital competence at school. *Journal of E-Learning and Knowledge Society*, 4(3), 183–193.
- Cavanaugh, C. S., Barbour, M. K., & Clark, T. (2009). Research and practice in K-12 online learning: A review of open access literature. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 10(1), 1–22. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v10i1.607>

- Chen, M., Cheung, A. S. Y., & Chan, K. L. (2019). Doxing: What adolescents look for and their intentions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *16*(2), 218. <https://doi.org/10.3390/ijerph16020218>
- Chen, Q., Chan, K. L., & Cheung, A. S. Y. (2018). Doxing victimization and emotional problems among secondary school students in Hong Kong. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *15*(12), 2665. <https://doi.org/10.3390/ijerph15122665>
- Choi, M. (2016). A concept analysis of *Digital Citizenship* for democratic citizenship education in the internet age. *Theory & Research in Social Education*, *44*(4), 565–607. <https://doi.org/10.1080/00933104.2016.1210549>
- Choi, M., Glassman, M., & Cristol, D. (2017). What it means to be a citizen in the internet age: Development of a reliable and valid *Digital Citizenship* scale. *Computers & Education*, *107*, 100–112. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.01.002>
- Christensen, C. M. (2013). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Cnaan, R. A., & Park, S. (2016). The multifaceted nature of civic participation: A literature review. In *Voluntaristics Review* (Vol. 1, Issue 1). Brill. https://doi.org/10.1163/9789004308138_002
- Coleman, S. (2006). Digital voices and analogue citizenship bridging the gap between young people and the democratic process. *Public Policy Research*, *13*(4), 257–261. <https://doi.org/10.1111/j.1070-3535.2006.00451.x>
- Covello, S., & Lei, J. (2010). A review of digital literacy assessment instruments. *Syracuse University*, *1*, 31.
- Daniels, J. (2013). Race and racism in internet studies: A review and critique. *New Media & Society*, *15*(5), 695–719. <https://doi.org/10.1177/1461444812462849>
- De Marco, S., Robles, J. M., & Antino, M. (2014). Digital skills as a conditioning factor for digital political participation. *Communications*, *39*(1), 43–65. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0004>
- Dewey, J. (1916). Nationalizing education. *Journal of Education*, *84*(16), 425–428. <https://doi.org/10.1177/002205741608401602>

- Dimick, A. S. (2015). Supporting youth to develop environmental citizenship within/against a neoliberal context. *Environmental Education Research, 21*(3), 390–402. <https://doi.org/10.1080/13504622.2014.994164>
- Edwards, K. (2015). *Young citizens and political participation in a digital society. 18*(12), 1470–1472. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1062037>
- Eret, E., & Ok, A. (2014). Internet plagiarism in higher education: Tendencies, triggering factors and reasons among teacher candidates. *Assessment & Evaluation in Higher Education, 39*(8), 1002–1016. <https://doi.org/10.1080/02602938.2014.880776>
- Fischman, G. E., & Haas, E. (2012). Beyond idealized citizenship education: Embodied cognition, metaphors, and democracy. *Review of Research in Education, 36*(1), 169–196. <https://doi.org/10.3102/0091732X11420927>
- Gazi, Z. A. (2016). Internalization of *Digital Citizenship* for the future of all levels of education. *Education & Science, 41*(186), 137–148. <https://doi.org/10.15390/EB.2016.4533>
- Gleason, B., & Von Gillern, S. (2018). *Digital Citizenship* with social media: Participatory practices of teaching and learning in secondary education. *Journal of Educational Technology & Society, 21*(1), 200–212.
- Habermas, J. (2015). *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. John Wiley & Sons.
- Hivon, J., & Titah, R. (2017). Conceptualizing citizen participation in open data use at the city level. *Transforming Government: People, Process and Policy, 11*(1), 99–118. <https://doi.org/10.1108/TG-12-2015-0053>
- Hollandsworth, R., Dowdy, L., & Donovan, J. (2011). *Digital Citizenship* in K-12: It takes a village. *TechTrends, 55*(4), 37–47. <https://doi.org/10.1007/s11528-011-0510-z>
- Hur, J. L., & Gupta, M. (2013). Growing up in the web of social networking: Adolescent development and social media. *Adolescent Psychiatry, 3*(3), 233–244. <https://doi.org/10.2174/2210676611303030004>
- Isman, A., & Canan Gungoren, O. (2014). *Digital Citizenship. Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET, 13*(1), 73–77.

- Jenkins, H., & Carpentier, N. (2013). Theorizing participatory intensities: A conversation about participation and politics. *Convergence*, 19(3), 265–286. <https://doi.org/10.1177/1354856513482090>
- Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Vilenchik, N., & Zimmerman, A. (2016). *By any media necessary*. New York University Press. <https://doi.org/10.18574/9781479829712>
- Jones, C. (2010). A new generation of learners? The net generation and digital natives. In *Learning, Media and Technology* (Vol. 35, Issue 4, pp. 365–368). Taylor & Francis. <https://doi.org/10.1080/17439884.2010.531278>
- Jones, C. (2011). Students, the net generation, and digital natives: Accounting for educational change. In T. Michael (Ed.), *Deconstructing digital natives* (1st ed., pp. 30–46). Routledge.
- Jones, J., & Wallace, C. D. (1992). *Youth, family and citizenship: An exploration of young people, independence and domestic life*. Open University Press.
- Jones, L. M., & Mitchell, K. J. (2016). Defining and measuring youth *Digital Citizenship*. *New Media & Society*, 18(9), 2063–2079. <https://doi.org/10.1177/1461444815577797>
- Kahne, J. E., & Sporte, S. E. (2008). Developing citizens: The impact of civic learning opportunities on students' commitment to civic participation. *American Educational Research Journal*, 45(3), 159–186. <https://doi.org/10.3102/0002831208316951>
- Kassam, A. (2013). Changing society using new technologies: Youth participation in the social media revolution and its implications for the development of democracy in sub-Saharan Africa. *Education and Information Technologies*, 18(2), 253–263. <https://doi.org/10.1007/s10639-012-9229-5>
- Kim, M., & Choi, D. (2018). Development of youth *Digital Citizenship* scale and implication for educational setting. *Journal of Educational Technology & Society*, 21(1), 155–171.
- Krutka, D. (2014). Democratic twittering: Microblogging for a more participatory social studies. *Social Education*, 78(2), 86–89.
- Kumazaki, A., Suzuki, K., Katsura, R., Sakamoto, A., & Kashibuchi, M. (2011). The effects of netiquette and ICT skills on school-bullying and cyber-bullying: The two-wave panel study of Japanese elementary, secondary, and high school students.

- Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29, 735–741. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.299>
- La Riviere, K., Snider, J., Stromberg, A., & O'Meara, K. (2012). Protest: Critical lessons of using digital media for social change. *About Campus*, 17(3), 10–17. <https://doi.org/10.1002/abc.21081>
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Longford, G. (2005). Pedagogies of *Digital Citizenship* and the politics of code. *Techné: Research in Philosophy and Technology*, 9(1), 68–96. <https://doi.org/10.5840/techne2005916>
- Lozano-Díaz, A., & Fernández-Prados, J. S. (2020). Educating digital citizens: An opportunity to critical and activist perspective of sustainable development goals. *Sustainability*, 12(18), 7260. <https://doi.org/10.3390/su12187260>
- Lozano-Díaz, A., & Fernández-Prados, J. S. (2021). Young *Digital Citizenship* in #FridaysForFuture. *Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 44(5), 447–468. <https://doi.org/10.1080/10714413.2021.1929012>
- Mäkinen, M. (2006). Digital empowerment as a process for enhancing citizens' participation. *E-Learning and Digital Media*, 3(3), 381–395. <https://doi.org/10.2304/elea.2006.3.3.381>
- Mangkhang, C., & Kaewpanya, N. (2021). The digital etiquette enhancing to global citizenship of social studies teachers in a new normal society. *Higher Education Studies*, 11(3), 89–94. <https://doi.org/10.5539/hes.v11n3p89>
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT press.
- Meyers, E. M., Erickson, I., & Small, R. V. (2013). Digital literacy and informal learning environments: An introduction. *Learning, Media and Technology*, 38(4), 355–367. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.783597>
- Milenkova, V., & Lendzhova, V. (2021). *Digital Citizenship* and digital literacy in the conditions of social crisis. *Computers*, 10(4), 40.
- Miles, D. (2011). Youth protection: *Digital Citizenship* —Principles & new resources. *2011 Second Worldwide Cybersecurity Summit (WCS)*, 1–3.

- Missingham, R. (2009). Encouraging the digital economy and *Digital Citizenship*. *The Australian Library Journal*, 58(4), 386–399. <https://doi.org/10.1080/00049670.2009.10735927>
- Mitchell, K. J., Finkelhor, D., & Wolak, J. (2003). The exposure of youth to unwanted sexual material on the Internet: A national survey of risk, impact, and prevention. *Youth & Society*, 34(3), 330–358. <https://doi.org/10.1177/0044118X02250123>
- Moor, J. H. (1985). What is computer ethics? *Metaphilosophy*, 16(4), 266–275.
- Mossberger, K. (2009). Toward *Digital Citizenship*: Addressing inequality in the information age. In A. Chadwick & P. N. Howard (Eds.), *Routledge handbook of Internet politics* (pp. 173–185). Routledge.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & Hamilton, A. (2012). Broadband adoption| measuring *Digital Citizenship*: Mobile access and broadband. *International Journal of Communication*, 6, 2492–2528.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2007). *Digital Citizenship: The Internet, society, and participation*. MIT press.
- Park, S., Na, E.-Y., & Kim, E. (2014). The relationship between online activities, netiquette and cyberbullying. *Children and Youth Services Review*, 42, 74–81. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2014.04.002>
- Powell, A. (2010). Configuring consent: Emerging technologies, unauthorized sexual images and sexual assault. *Journal of Criminology*, 43(1), 76–90. <https://doi.org/10.1375/acri.43.1.76>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently? *On The Horizon*, 9(6), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424843>
- Ribble, M. (2012). *Digital Citizenship* for educational change. *Kappa Delta Pi Record*, 48(4), 148–151. <https://doi.org/10.1080/00228958.2012.734015>
- Ribble, M., & Bailey, G. D. (2011). *Digital Citizenship in schools*. *International Society for Technology in Education*. eugene.
- Ribble, M. S., Bailey, G. D., & Ross, T. W. (2004). *Digital Citizenship*: Addressing appropriate technology behavior. *Learning & Leading with Technology*, 32(1), 6–9.

- Schild, R. (2016). Environmental citizenship: What can political theory contribute to environmental education practice? *The Journal of Environmental Education*, 47(1), 19–34. <https://doi.org/10.1080/00958964.2015.1092417>
- Searson, M., Hancock, M., Soheil, N., & Shepherd, G. (2015). *Digital Citizenship* within global contexts. *Education and Information Technologies*, 20(4), 729–741. <https://doi.org/10.1007/s10639-015-9426-0>
- Selkie, E. M., Kota, R., Chan, Y.-F., & Moreno, M. (2015). Cyberbullying, depression, and problem alcohol use in female college students: a multisite study. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(2), 79–86. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0371>
- Selwyn, N. (2008). 'Not necessarily a bad thing...': A study of *online* plagiarism amongst undergraduate students. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 33(5), 465–479. <https://doi.org/10.1080/02602930701563104>
- Shah, D. V, Cho, J., Eveland Jr, W. P., & Kwak, N. (2005). Information and expression in a digital age: Modeling Internet effects on civic participation. *Communication Research*, 32(5), 531–565. <https://doi.org/10.1177/0093650205279209>
- Sharma, R., Fantin, A.-R., Prabhu, N., Guan, C., & Dattakumar, A. (2016). Digital literacy and knowledge societies: A grounded theory investigation of sustainable development. *Telecommunications Policy*, 40(7), 628–643. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2016.05.003>
- Shelley, M., Thrane, L., Shulman, S., Lang, E., Beisser, S., Larson, T., & Mutiti, J. (2004). *Digital Citizenship*: Parameters of the digital divide. *Social Science Computer Review*, 22(2), 256–269. <https://doi.org/10.1177/0894439303262580>
- Sherrod, L. R., Flanagan, C., & Youniss, J. (2002). Dimensions of citizenship and opportunities for youth development: The what, why, when, where, and who of citizenship development. *Applied Developmental Science*, 6(4), 264–272. https://doi.org/10.1207/S1532480XADS0604_14
- Subrahmanyam, K., Smahel, D., & Greenfield, P. (2006). Connecting developmental constructions to the internet: Identity presentation and sexual exploration in *online* teen chat

- rooms. *Developmental Psychology*, 42(3), 395–406. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.42.3.395>
- Tapscott, D. (2008). *Grown up digital*. McGraw-Hill.
- Teorell, J. (2006). Political participation and three theories of democracy: A research inventory and agenda. *European Journal of Political Research*, 45(5), 787–810. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00636.x>
- Thorson, K. (2012). What does it mean to be a good citizen? Citizenship vocabularies as resources for action. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 70–85. <https://doi.org/10.1177/0002716212453264>
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. Turner, A. (2015). *Generation Z: Technology and Social Interest*. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>
- Turner, B. S. (1997). Citizenship studies: A general theory. *Citizenship Studies*, 1(1), 5–18. <https://doi.org/10.1080/13621029708420644>
- Van Der Schuur, W. A., Baumgartner, S. E., Sumter, S. R., & Valkenburg, P. M. (2015). The consequences of media multitasking for youth: A review. *Computers in Human Behavior*, 53, 204–215. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.035>
- Vromen, A., Xenos, M. A., & Loader, B. (2015). Young people, social media and connective action: From organisational maintenance to everyday political talk. *Journal of Youth Studies*, 18(1), 80–100. <https://doi.org/10.1080/13676261.2014.933198>
- Weaver, S. (2011). Jokes, rhetoric and embodied racism: A rhetorical discourse analysis of the logics of racist jokes on the internet. *Ethnicities*, 11(4), 413–435. <https://doi.org/10.1177/1468796811407755>
- Westheimer, J., & Kahne, J. (2004a). Educating the “good” citizen: Political choices and pedagogical goals. *PS: Political Science & Politics*, 37(2), 241–247. <https://doi.org/10.1017/S1049096504004160>
- Westheimer, J., & Kahne, J. (2004b). What kind of citizen? The politics of educating for democracy. *American Educational Research Journal*, 41(2), 237–269. <https://doi.org/10.3102/00028312041002237>

- Whittaker, E., & Kowalski, R. M. (2015). Cyberbullying via social media. *Journal of School Violence, 14*(1), 11–29. <https://doi.org/10.1080/15388220.2014.949377>
- Youniss, J., Bales, S., Christmas-Best, V., Diversi, M., McLaughlin, M., & Silbereisen, R. (2002). Youth civic engagement in the twenty-first century. *Journal of Research on Adolescence, 12*(1), 121–148. <https://doi.org/10.1111/1532-7795.00027>
- Yue, A., Nekmat, E., & Beta, A. R. (2019). Digital literacy through *Digital Citizenship: Online civic participation and public opinion evaluation of youth minorities in Southeast Asia. Media and Communication, 7*(2), 100. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1899>
- Zaff, J. F., Malanchuk, O., & Eccles, J. S. (2008). Predicting positive citizenship from adolescence to young adulthood: The effects of a civic context. *Applied Development Science, 12*(1), 38–53. <https://doi.org/10.1080/10888690801910567>
- Zhong, J., Zheng, Y., Huang, X., Mo, D., Gong, J., Li, M., & Huang, J. (2021). Study of the influencing factors of cyberbullying among Chinese college students incorporated with *Digital Citizenship: from the perspective of individual students. Frontiers in Psychology, 12*, 576–592. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.621418>

Disinhibisi Daring Toksik

Riza Akhdisholikhah

Teknologi telah berkembang semakin pesat dan menghasilkan dunia baru, dunia maya. Sehingga kini manusia cenderung hidup di dunia *hybrid*. Dampaknya ada bentuk komunikasi baru di mana individu dapat terhubung satu sama lain meskipun komunikan dan komunikator berada pada jarak yang jauh dan waktu yang berbeda. Hal ini difasilitasi dengan munculnya berbagai jenis *platform* media sosial (Russo *et al.*, 2008).

Kaplan & Haelien (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0. Aplikasi ini memungkinkan para penggunanya untuk menciptakan atau membagikan konten yang dibuatnya. Secara luas, Kent (2013) mendefinisikan media sosial sebagai saluran komunikasi interaktif yang memungkinkan adanya interaksi dua arah dan umpan balik dari pengguna media sosial lain. Media sosial modern juga dicirikan dengan adanya potensi interaksi di waktu nyata, mengurangi anonimitas, rasa kedekatan, waktu respons yang singkat, dan kemampuan untuk melakukan 'pergeseran waktu' atau individu dapat terlibat dalam jejaring sosial kapan pun sesuai dengan keinginan pengguna media sosial. Secara formal, media sosial didefinisikan sebagai saluran berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi secara oportunistis dan secara selektif mempresentasikan diri, baik secara *real-time* atau asinkron, dengan masyarakat luas dan/atau kelompok tertentu yang akan memperoleh nilai dari konten yang dibuat dirinya dan interaksi dengan orang lain yang menimbulkan persepsi (Carr & Hayes, 2015).

Selain digunakan untuk berkomunikasi, baik secara interpersonal maupun kelompok (diskusi atau berbalas komentar)-meskipun di

antara komunikator tidak saling mengenal di dunia nyata (E. Mazur & Richards, 2011). Media sosial juga dijadikan wadah pengguna untuk melakukan swafoto, berbagi informasi tentang topik yang diminati, berkolaborasi untuk memecahkan masalah, belanja secara daring, dan mendapatkan dukungan sosial dari pengguna media sosial lainnya (Lu & Hampton, 2017; Mulawarman & Nurfitri, 2017; Oh & Syn, 2015). Oleh karena itu, pengguna media sosial atau yang biasa disebut *netizen* memiliki kontrol penuh terhadap perilakunya di media sosial, termasuk konten yang diunggah atau komentar yang dituliskan (B. Chen & Marcus, 2012; E. Mazur & Richards, 2011; Strimbu & O'Connell, 2019).

Sayangnya, karakteristik dunia siber yang identik dengan anonimitas cenderung membuat individu merasa bahwa dirinya memiliki kebebasan dalam berperilaku dan berkata di media sosial. Kondisi anonim ini memungkinkan individu merasa kurang teridentifikasi, kurangnya tanggung jawab, dan individu lain tidak akan mengetahui identitas dirinya terkait dengan apa yang dilakukannya (Lowry *et al.*, 2016). Hal ini dapat menyebabkan individu kurang memiliki kemampuan untuk menghambat atau mengontrol perilakunya seperti memberikan informasi pribadi secara lebih terbuka atau membuat tulisan buruk seperti komentar sarkasme (Arthamevia *et al.*, 2022; Lapidot-Lefler & Barak, 2015). Kemudian, fenomena ini digambarkan oleh Suler (2004) sebagai disinghisi daring.

Bermula dari disinghisi yang didefinisikan Joinson (1998) sebagai kurangnya hambatan atau jenis perilaku yang tidak dibatasi atau dikendalikan, menyiratkan pengurangan kekhawatiran terhadap representasi diri dan penilaian individu lain. Kemudian, seiring perkembangan teknologi dan memunculkan dunia baru, maka disinghisi dikonsepsikan dalam konteks daring.

Selanjutnya, Suler (2004) mendefinisikan disinghisi daring sebagai kurangnya hambatan dan kebebasan mengekspresikan diri secara lebih terbuka. Sehingga individu dapat mengatakan dan melakukan hal yang tidak dapat dilakukan di dunia nyata justru

dilakukan di dunia maya. Stuart & Scott (2021) mendefinisikan disinhibisi daring sebagai persepsi atau pengalaman kurangnya pengekangan di lingkungan daring sehingga individu dapat bertindak, berpikir, dan merasa bahwa interaksi secara daring dan tatap muka merupakan hal yang berbeda bila dibandingkan.

Disinhibisi daring terdiri dari dua jenis yakni disinhibisi daring jinak dan disinhibisi daring toksik. Kedua jenis tersebut dibedakan berdasarkan perilaku positif (jinak) mencakup keterbukaan, kebaikan, dan kemurahan hati yang dilakukan oleh individu di dunia maya, dan perilaku negatif (toksik) berkaitan dengan bahasa yang kasar atau tidak sopan, kebencian, dan ancaman yang dilakukan individu di dunia maya (Suler, 2004), secara khusus pada *platform* media sosial.

Konsep Disinhibisi Daring Toksik

Schouten *et al.* (2007) mendefinisikan disinhibisi daring sebagai keadaan psikologis individu di mana mereka merasa kurang dibatasi sehingga mereka dapat menunjukkan ekspresi secara bebas dalam dunia maya. Namun, hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh mereka di dunia nyata. Misalnya seperti perilaku dan perkataan yang dituliskan di kolom komentar secara negatif – disinhibisi daring toksik (Suler, 2004).

Secara harfiah, disinhibisi daring toksik merupakan upaya yang mungkin hanya sekadar katarsis buta, tindakan yang dilakukan oleh individu berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang tidak menyenangkan tanpa perkembangan diri yang berarti (Barak *et al.*, 2008). Suler (2004) mendeskripsikan bahwa individu dengan disinhibisi daring toksik merupakan individu yang menggunakan bahasa kasar dan mengancam, membuat komentar jahat, melakukan perbuatan jahat seperti *flaming* (bertindak untuk merusak citra individu lain atau diri sendiri) atau *trolling* (perilaku daring berbahaya yang bertujuan untuk memperburuk, mengganggu, atau membuat individu lain jengkel). Disinhibisi toksik juga mencakup perilaku individu seperti menggunakan kata-kata yang menghina, membuat

komentar yang tidak pantas secara seksual, atau terlibat dengan konten kekerasan atau seksual yang eksplisit (Lapidot-Lefler & Barak, 2012).

Disinhibisi daring toksik dapat memberikan dampak negatif bagi para pengguna media sosial seperti terjadinya perundungan siber, *trolling*, *flaming*, *cyberhate*, hingga individu dapat mengalami stres dan depresi yang lebih tinggi (Charaschanya & Blauw, 2017; Udris, 2014; Wachs & Wright, 2018). Artinya, kesehatan mental pengguna media sosial juga dapat terkait dengan disinhibisi daring toksik. Mekanisme kuat yang terjadi dalam interaksi interpersonal di dunia maya inilah yang dapat menyebabkan adanya berbagai dampak disinhibisi daring toksik (Barak *et al.*, 2008).

Selanjutnya, disinhibisi daring toksik pada warganet dapat digambarkan berdasarkan hasil survei *Digital Civility Indeks* (DCI) yang dirilis oleh Microsoft pada bulan Februari 2021 terkait perilaku pengguna media sosial. Survei ini dilakukan pada bulan April hingga Mei 2020. Hasilnya mengatakan bahwa *netizen* Indonesia merupakan pengguna internet yang tidak sopan (berada pada peringkat 29 dari 32 negara). Hal ini dilihat berdasarkan interaksi yang terjadi di ruang virtual atau media sosial. Interaksi yang terjadi dinilai lebih banyak mengandung perundungan, ujaran kebencian, dan berbagai penipuan daring (*Digital Civility Index & Our Challenge* | Microsoft *Online Safety*, 2021). Hal ini cukup menggambarkan mekanisme disinhibisi daring toksik yang dimiliki oleh para pengguna media sosial Indonesia.

Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter seringkali menjadi wadah untuk menyebarkan ujaran kebencian bernuansa rasisme, etnis, dan keagamaan. Penyebaran ujaran kebencian dilakukan untuk mengintimidasi kelompok lain yang dianggap kelompok subordinat (Amin *et al.*, 2018). Kemudian, disinhibisi daring toksik juga dapat terjadi pada *platform* lain seperti YouTube. *Platform* ini digunakan oleh penggunanya untuk menuliskan komentar negatif sebagai respons terkait video yang

diunggah oleh pemilik *channel* YouTube yang ditonton (Siahaan *et al.*, 2020).

Cheung *et al.* (2020) menjabarkan beberapa karakteristik lingkungan internet yang berperan terhadap disinhibisi daring seperti (1) anonimitas disosiatif, sejauhmana pengguna internet membuat persepsi bahwa mereka dapat menyembunyikan atau mengubah identitas aslinya di lingkungan daring. Bentuk anonimitas disosiatif ini memungkinkan individu untuk memisahkan diri dari identitas pribadi dan agensi moral, sehingga membebaskan mereka untuk mengekspresikan permusuhan dan kritik tanpa berpengaruh pada jiwa. Demikian pula, pengguna internet dapat memisahkan diri mereka pada ujung komunikasi secara tidak sadar melihatnya hanya sebagai *avatar* atau nama pengguna bukan orang yang sebenarnya (Tsikerdekis, 2012). Selain itu, anonimitas merupakan salah satu karakteristik yang dapat memengaruhi individu untuk bertindak lebih sering atau lebih intens di dunia maya daripada yang mereka lakukan secara langsung di dunia nyata (Clark-Gordon *et al.*, 2019). Hal ini dikarenakan individu dengan perasaan diri anonim cenderung kurang merasa takut akan konsekuensi yang didapatkannya setelah mereka melakukan hal yang negatif. Karena pengguna media sosial lain tidak mengetahui secara pasti siapa individu yang berada di balik akun tersebut.; (2) invisibilitas, sejauhmana pengguna internet merasakan bahwa orang lain tidak melihatnya secara fisik di lingkungan daring. Karakteristik ini memungkinkan pengguna internet untuk tidak merasa khawatir tentang penampilan atau suara mereka atau kekhawatiran pengguna internet lain dalam menanggapi mereka secara daring, meskipun identitas mereka diketahui. Selain itu, karakter invisibilitas juga memungkinkan pengguna internet untuk menjelajahi area internet yang biasanya tidak mereka lihat dan lakukan di dunia nyata seperti area pornografi, aktivitas kriminal, dan kekerasan; (3) asinkronitas, sejauhmana pengguna internet merasakan bahwa metode komunikasi memungkinkan untuk menunda memberikan tanggapan di lingkungan daring. Pengguna internet tidak berinteraksi satu sama lain secara waktu yang nyata. Mereka membutuhkan

waktu beberapa menit, jam, hari, bahkan bulan untuk membalas tanggapan orang lain, sehingga mereka dapat menghapus diri dari dampak diskusi daring dan bahkan menghindari kepemilikan untuk berkomentar yang bermusuhan dan mengintimidasi (Terry & Cain, 2016); (4) *solipsistic introjection*, sejauhmana pengguna internet mampu merasakan suara atau gambar diri pengguna internet lain dalam pikirannya saat berkomunikasi secara daring. Ketika pengguna internet membaca pesan dari pengguna internet lain, ada kemungkinan bahwa pengguna internet terbayang suara pengirim pesan. Meskipun terkadang mereka tidak mengetahui secara pasti suara pengirim pesan; (5) imajinasi disosiatif, sejauhmana pengguna internet membuat persepsi lingkungan daring sebagai dunia khayalan yang tidak memiliki hubungan, terpisah dan terlepas dari tuntutan dan tanggung jawab dunia nyata. Dengan kata lain, individu menciptakan karakter imajinasi untuk beraktivitas di dunia maya. Setelah individu mematikan perangkat komputer dan kembali ke aktivitas individu di dunia nyata, mereka melepaskan tanggung jawab atas apa yang terjadi di dunia maya yang tidak ada hubungannya dengan kenyataan; dan (6) minimalisasi otoritas, sejauhmana pengguna internet merasakan tidak adanya atau berkurangnya pengaruh figur otoritas kehidupan nyata di lingkungan daring. Filosofi internet tradisional menyatakan bahwa setiap orang adalah sama sehingga setiap orang bebas untuk menyuarakan dirinya sendiri terlepas dari status, kekayaan, ras, atau jenis kelamin di lingkungan daring. Selain itu, penelitian yang dilakukan Lapidot-Lefker & Barak (2012) mengatakan bahwa karakteristik media sosial mencakup tidak adanya kontak mata juga dapat meningkatkan disinhibisi daring toksik pengguna media sosial.

Disinhibisi Daring Toksik sebagai Efek Media

Pada umumnya, suatu hal yang muncul dapat memberikan dampak yang positif atau negatif, termasuk media. Saat ini akses media teknologi dapat diakses di mana pun. Hampir semua tempat umum telah menyediakan fasilitas untuk mengakses internet, baik

berbayar atau gratis sehingga komunikasi yang terjalin di media sosial pun menjadi lebih lancar.

Efek media cenderung terkait dengan waktu yang digunakan oleh individu dalam beraktivitas di media sosial. Di mana hal ini ikut berperan terhadap disinhibisi daring toksik. Stuart & Scott (2021) mengatakan bahwa frekuensi dan keterlibatan individu dalam konteks daring, seperti berapa lama waktu yang digunakan untuk beraktivitas di internet secara umum dan waktu yang dihabiskan untuk beraktivitas di media sosial, dapat mempengaruhi kecenderungan individu untuk mengalami disinhibisi. Selanjutnya hal tersebut berdampak pada perilaku individu (baik perilaku positif atau negatif) dalam konteks daring. Pada penelitian sebelumnya telah membahas tentang efek media berupa paparan dan keterlibatan individu dalam konten negatif terhadap terjadinya tindakan agresif individu (seperti Fickers *et al.*, 2016; Glascock, 2015; Krcmar *et al.*, 2011; Martins & Wilson, 2012).

Disinhibisi Daring Toksik dan Teori Identitas Sosial

Teori identitas sosial dapat menjelaskan disinhibisi daring toksik yang dimiliki oleh pengguna media sosial. Teori ini merupakan salah satu teori komunikasi yang dimediasi oleh komputer, khususnya pada dinamika komunikasi kelompok.

Deindividuasi didefinisikan sebagai berkurangnya kesadaran diri dalam suatu aktivitas di tengah kelompok sehingga memunculkan perilaku yang negatif (Thurlow *et al.*, 2004). Deindividuasi cenderung menyiratkan pengurangan regulasi diri (Spears, 2017). Festinger *et al* (dalam Chang, 2008) menjabarkan deindividuasi merupakan gambaran dari dampak kerumunan atau kelompok terhadap perilaku individu. Individu dapat melakukan tindakan yang jarang dilakukan dirinya (saat sendirian) ketika individu tersebut berada dalam kelompok. Teori deindividuasi juga menegaskan bahwa tenggelamnya individu dalam kelompok dapat mengakibatkan hilangnya identitas diri (Diener, 1980; Festinger *et al.*; Zimbardo, 1969 dalam Chang, 2008). Hilangnya identitas pribadi individu

memungkinkan dirinya untuk bertindak agresif atau menyimpang dari perilaku sosial yang dapat diterima ketika mereka berada dalam pengaturan kelompok daripada ketika mereka (Diener, 1980; Zimbardo, 1969 dalam Chang, 2008).

Kelompok yang dimaksud dalam pembahasan ini mencakup kelompok pengguna media sosial pada *platform* tertentu. Hal ini dikarenakan setiap *platform* media sosial dengan fungsi dan ciri khas perilaku pengguna yang berbeda. Misalnya YouTube merupakan situs yang dibuat sebagai layanan berbagi video gratis dan memungkinkan pengguna menemukan, melihat, dan berbagi video untuk pengguna sehari-hari (About YouTube - YouTube, 2022; Snelson, 2011). Hal ini juga memberikan peluang baru bagi para pengguna untuk terhubung, berkolaborasi, berkreasi, membagikan, dan menyebarkan kreasi media orisinal (Chau, 2010). Facebook merupakan media sosial dengan aktivitas untuk terhubung dengan orang lain, mengekspresikan diri, memberikan pembaruan status yang dilakukan oleh pengguna (Wilson *et al.*, 2012). Twitter merupakan jejaring sosial internet dan *platform microblogging* dengan fitur komunikasi massa dan interpersonal untuk berbagi pesan 140 karakter, yang disebut *tweets* dengan orang lain, yang disebut pengikut (Chen, 2011). Saat ini, Twitter telah memberikan fitur tambahan untuk para penggunanya seperti membagikan foto dan fitur Space yang digunakan sebagai *room* untuk berdiskusi secara *real-time*. Instagram merupakan situs berbagi foto *selfie* atau *non-selfie* yang digunakan untuk menarik perhatian dan mendapatkan banyak *like* dan komentar dari pengguna lain (Souza *et al.*, 2015). Selanjutnya, TikTok merupakan *platform* berbagi video yang tersedia untuk umum yang memungkinkan pengguna membuat klip video pendek yang terkait dengan akting, infografis animasi, dokumenter, berita, pidato lisan, tayangan *slide* bergambar, tarian, *lip-synching*, *talent*, dan tren lainnya (Li *et al.*, 2021; Sun *et al.*, 2021). Dengan kata lain, para pengguna Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube telah membentuk kelompok dengan identitas 'individu pengguna *platform* tertentu.'

Selanjutnya, ketika individu telah bergabung atau menjadi pengguna media sosial pada *platform* tertentu dan menjadi intens dalam beraktivitas di lingkungan media sosial, maka individu akan cenderung tenggelam dalam suatu kelompok dan pada akhirnya akan kehilangan identitas diri dan deregulasi akibat perilaku sosial identitas sosial dan norma sosial terkait di *platform* media sosial tempat individu beraktivitas. Kemudian, individu cenderung untuk memiliki norma atau nilai yang dipegang oleh kelompoknya (Postmes & Spears, 1998; Spears, 2017). Secara khusus, norma subjektif yang memiliki hubungan signifikan terhadap disinhibisi daring toksik (Festinger *et al.*, 1963; Prentice-Dunn & Rogers, 1989; Spears, 2017; Wu *et al.*, 2017). Mereka merasa bebas untuk berperilaku dan berkata sesuai dengan ciri khas kelompok (Suler, 2004). Fishbein & Aizen (dalam Wu *et al.*, 2017) menegaskan bahwa norma subjektif berdampak pada niat perilaku individu, yang pada gilirannya mempengaruhi bagaimana individu akan bertindak.

Disinhibisi Daring Toksik sebagai Hasil Pembelajaran (*Social Cognitive Theory*)

Lingkungan media sosial tempat individu beraktivitas dapat berinteraksi dengan faktor pribadi (seperti proses kognitif) untuk berkontribusi pada munculnya keadaan psikologis pengguna media sosial di mana individu merasa kurangnya hambatan sehingga dapat berperilaku dan melontarkan perkataan yang dapat merusak citra diri sendiri atau orang lain hingga memiliki dampak terjadinya tindakan perundungan siber (Krcmar *et al.*, 2011; Nishina, 2012; Runions & Bak, 2015; Stuart & Scott, 2021; Suler, 2004; Udris, 2014). Artinya, disinhibisi daring toksik juga dapat dikatakan sebagai interaksi antara diri individu dan lingkungan media sosial beraktivitas.

Proses kognitif berperan dalam membantu individu memutuskan terkait dengan bagaimana individu akan berperilaku dalam melakukan aktivitas di media sosial, termasuk menentukan penggunaan *nickname*, *avatar*, identitas gender yang digunakan serta unggahan media (seperti foto dan video) yang diunggah

pada blog, media sosial, ataupun situs *user* lainnya (Subrahmanyam & Šmahel, 2011). Proses kognitif pada individu mencakup fungsi eksekutif. Fungsi eksekutif berperan dalam perilaku pengguna internet dalam mempresentasikan dirinya memberikan tanggapan atau komentar (menulis dan mengunggah) terhadap unggahan konten dari pengguna media sosial lainnya yang mengandung emosi negatif. Hal ini terjadi karena atensi yang diberikan oleh individu lebih terfokus pada unggahan tersebut. Sehingga waktu reaksi terhadap unggahan tersebut semakin meningkat dan secara signifikan individu mampu menentukan tujuan dan sasaran komentar secara lebih cepat (Mayshak *et al.*, 2016).

Inner individu lainnya yang berperan terhadap proses interaksi personal dan lingkungan individu dalam memunculkan disinhibisi daring toksik adalah empati virtual. Individu dengan tingkat empati yang tinggi cenderung akan lebih peduli terhadap konsekuensi dari tindakan mereka yang dilakukan secara daring (Wright *et al.*, 2019). Selain itu, individu dengan tingkat empati yang tinggi cenderung memiliki kemampuan untuk mengatur reaksi emosional mereka terhadap konten, memahami pengalaman yang diungkapkan oleh individu lain, dan merespons dengan cara yang tepat (Schipper & Petermann, 2013).

Bandura (2009) berpendapat bahwa individu mampu mempelajari informasi dan memperoleh keterampilan perilaku baik secara langsung (dengan melakukan perilaku tersebut) dan secara tidak langsung (melalui pemahaman simbolis). Selanjutnya, individu mampu untuk membuat representasi simbolis dari peristiwa yang diamati dalam ingatan dirinya, kemudian individu dapat menggunakan representasi ini untuk merencanakan dan memberlakukan (kembali) peristiwa tersebut. Selain itu, individu juga memiliki kapasitas untuk mengatur diri sendiri dengan mengamati konsekuensi dari tindakan diri, sehingga dapat mengatur dan memodifikasi perilaku untuk memaksimalkan hasil positif dan meminimalkan hasil perilaku yang negatif. Selanjutnya, dengan kemampuan refleksi diri, individu dapat merefleksikan

tindakannya dan sejauhmana tindakan tersebut sejalan, misalnya dengan nilai dan tujuan yang dipegang oleh pribadi individu. Pada akhirnya, individu dapat menghasilkan ide-ide baru, menyesuaikan pikiran, mengambil keputusan akan tindakan, melanjutkan atau menghentikan perilaku kita sesuai itu (Krcmar, 2020).

Perbedaan Disinhibisi Daring Toksik Antargenerasi

Setiap generasi tentu memiliki kecenderungan perilaku dan perkataan yang berbeda terkait dengan aktivitas yang dilakukan di media sosial. Misalnya saja perbandingan antara generasi Y (1980-1994; McCrindle & Wolfinger, 2009) atau *millennials* atau *generation me*—generasi pertama yang tumbuh dengan internet dan situs jejaring sosial (Twenge, 2013) dan generasi Z (1995-2009; McCrindle & Wolfinger, 2009) atau *post-millennial generation* (Schroth, 2019)-*technological 'natives'* atau *digital natives*, individu yang hidup berdampingan dengan perkembangan teknologi digital (McCrindle & Wolfinger, 2009). Gen Z hanya mengetahui dunia melalui Wi-Fi dan media sosial. Mereka tumbuh dengan konektivitas global instan, difasilitasi oleh perangkat *mobile*, komunitas sosial media, perangkat yang dapat digunakan dan perangkat yang menggabungkan antara dunia fisik dan digital (Madden, 2019).

Pengguna media sosial yang berada pada kelompok dewasa yang lebih tua dapat mengontrol emosi dirinya dan lebih memperhatikan emosi yang diekspresikan dalam unggahan individu dibandingkan dengan kelompok yang lebih muda (Mayshak *et al.*, 2016). Mereka yang berada dalam kelompok lebih muda cenderung lebih sering menggunakan media sosial dan secara emosional terhadap situs atau lingkungan daring daripada kelompok dewasa yang lebih tua (Anderson & Jiang, 2018; Hayes *et al.*, 2015; Ortiz-Ospina, 2019). Media sosial terkadang dimanfaatkan oleh kelompok yang lebih muda untuk memprovokasi, mengantisipasi, atau menghindari pertemuan yang berpotensi untuk terjadinya kekerasan secara langsung. Bahkan jika kekerasan terjadi, mereka menggunakan media sosial untuk menyampaikan rasa duka dan prihatin, serta pembalasan terhadap pelaku (Patton *et al.*, 2017).

Perbedaan Disinhibisi Daring Toksik Antarjenis Kelamin

Jenis kelamin turut berperan terhadap perilaku individu. Misalnya saja pada penelitian yang dilakukan oleh Critz (2018) mengatakan bahwa laki-laki cenderung menunjukkan perilaku *trolling*. Selanjutnya, Huang *et al.* (2020) mengatakan bahwa laki-laki cenderung memiliki tingkat disinhibisi daring toksik yang lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Hal ini mungkin dikarenakan laki-laki cenderung berinteraksi dengan pengguna media sosial lain secara tidak ramah.

Perilaku agresif yang buruk dan impulsivitas terkait dengan hormon testosteron (Archer *et al.*, 2005; A. Mazur & Booth, 2014; Pope *et al.*, 2000; van Honk *et al.*, 2004; Welker *et al.*, 2017). Selanjutnya, perbedaan jenis kelamin laki-laki cenderung dikaitkan dengan tingkat agresif miliknya. Kemudian, penelitian lainnya membahas hal ini dan dikaitkan dengan tingkat hormon testosteron. Penelitian yang dilakukan oleh Welker *et al.* (2017) menunjukkan bahwa perubahan hormon testosteron akut pada laki-laki secara positif terkait dengan perilaku agresif bagi mereka yang lebih mandiri dalam membangun diri, sedangkan testosteron basal (tingkat testosteron endogen yang stabil) secara negatif terkait dengan agresi ketika individu cenderung saling bergantung pada konsep diri. Testosteron basal terlibat dalam perilaku agresif/antisosial, meskipun ukuran efeknya relatif lemah pada manusia (Archer *et al.*, 2005).

Penutup

Disinhibisi daring toksik merupakan sebuah konsep awal untuk menjelaskan perilaku dan perkataan negatif yang dapat merusak diri sendiri maupun orang lain saat berkegiatan di internet, secara khusus media sosial. Seringkali pembahasan disinhibisi daring toksik dikaitkan dengan dampaknya seperti perundungan siber, *trolling*, *sexting messages*, *cyberhate*, dan tindakan merusak lainnya. Bahkan, stres dan depresi yang lebih tinggi pun dapat menjadi dampak disinhibisi daring toksik.

Kurangnya hambatan dalam berperilaku dan berkata di media sosial memungkinkan individu untuk kehilangan identitas diri sehingga menciptakan identitas baru sebagai pengguna media sosial pada *platform* tertentu. Nilai dan norma yang menetap dalam diri akan melebur bersama identitas baru individu sehingga terciptalah *netizen* dengan tingkat ketidaksopanan yang tinggi. Pada akhirnya, akan mewajarkan perilaku negatif menjadi hal biasa dalam berkomunikasi di media sosial pada *platform* tertentu. Skenario terburuk dari fenomena ini adalah semakin hilangnya etika dan moral dalam berkomunikasi secara anonim dan asinkron. Muncullah karakter baru dalam menggambarkan *netizen* dalam sebuah kelompok masyarakat bernegara.

Daftar Pustaka

- About YouTube—YouTube. (2022). <https://about.youtube/>
- Amin, K., Alfarauqi, M. D. A., & Khatimah, K. (2018). *Social Media, Cyber hate, and Racism*. 10(1), 8.
- Archer, J., Graham-Kevan, N., & Davies, M. (2005). Testosterone and aggression: A reanalysis of Book, Starzyk, and Quinsey's (2001) study. *Aggression and Violent Behavior*, 10(2), 241–261. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2004.01.001>
- Arthamevia, A. P., Arifa, R., & Pandin, M. G. R. (2022). Efektivitas Etika Digital Netizen Indonesia Terhadap Ujaran Kebencian di Instagram [Preprint]. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/sg3v5>
- Bandura, A. (2009). Social cognitive theory of mass communication. In *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed., pp. 94–124). Routledge.
- Barak, A., Boniel-Nissim, M., & Suler, J. (2008). Fostering empowerment in *online* support groups. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1867–1883. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.004>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Chang, J. (2008). The Role of Anonymity in Deindividuated Behavior: A Comparison of Deindividuation Theory and the Social Identity Model of Deindividuation Effects (SIDE). 6(1), 5.

- Charaschanya, A., & Blauw, J. (2017). A Study of The Direct and Indirect Relationships between *Online* Disinhibition and Depression and Stress Being Mediated by The Frequency of Cyberbullying from Victim and Perpetrator Perspectives. *Scholar: Human Sciences*, 9(2), Article 2.
- Chau, C. (2010). YouTube as a participatory culture. *New Directions for Youth Development*, 2010(128), 65–74. <https://doi.org/10.1002/yd.376>
- Chen, B., & Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2091–2099. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.06.013>
- Chen, G. M. (2011). Tweet this: A uses and gratifications perspective on how active Twitter use gratifies a need to connect with others. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 755–762. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.10.023>
- Cheung, C. M. K., Wong, R. Y. M., & Chan, T. K. H. (2020). *Online* disinhibition: Conceptualization, measurement, and implications for *online* deviant behavior. *Industrial Management & Data Systems*, 121(1), 48–64. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0509>
- Clark-Gordon, C. V., Bowman, N. D., Goodboy, A. K., & Wright, A. (2019). Anonymity and *Online* Self-Disclosure: A Meta-Analysis. *Communication Reports*, 32(2), 98–111. <https://doi.org/10.1080/08934215.2019.1607516>
- Critz, K. L. (2018). An exploratory study of psychosocial factors that are related to trolling behaviors on social media [Unpublished Thesis]. Texas State University. <https://digital.library.txstate.edu/handle/10877/8788>
- Digital Civility Index & Our Challenge | Microsoft *Online* Safety. (2021). Microsoft. <https://www.microsoft.com/en-us/online-safety/digital-civility>
- Festinger, L., Pepitone, A., & Newcomb, T. M. (1963). Some Consequences of De-individuation in a Group (p. 135). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1037/11302-012>
- Fikkers, K. M., Piotrowski, J. T., Lugtig, P., & Valkenburg, P. M. (2016). The Role of Perceived Peer Norms in the Relationship Between Media Violence Exposure and Adolescents' Aggression. *Media*

- Psychology, 19(1), 4–26. <https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1037960>
- Glascok, J. (2015). Effect of Verbally Aggressive Television Programming on Viewers' Self-Reported Verbal Aggression. *Communication Research Reports*, 32(4), 367–372. <https://doi.org/10.1080/08824096.2015.1089850>
- Hayes, M., van Stolk-Cooke, K., & Muench, F. (2015). Understanding Facebook use and the psychological affects of use across generations. *Computers in Human Behavior*, 49, 507–511. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.040>
- Huang, C. L., Zhang, S., & Yang, S. C. (2020). How students react to different cyberbullying events: Past experience, judgment, perceived seriousness, helping behavior and the effect of *online* disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 110, 106338. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106338>
- Joinson, A. (1998). Causes and implications of disinhibited behavior on the Internet. In *Psychology and the Internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications* (pp. 43–60). Academic Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kent, M. L. (2013). Using social media dialogically: Public relations role in reviving democracy. *Public Relations Review*, 39(4), 337–345. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.024>
- Krcmar, M. (2020). Social Cognitive Theory. In *Media Effects: Advances in Theory and research* (4th ed., pp. 100–114). Routledge.
- Krcmar, M., Farrar, K., & McGloin, R. (2011). The effects of video game realism on attention, retention and aggressive outcomes. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 432–439. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.09.005>
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2012). Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic *online* disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 434–443. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.014>
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2015). The benign *online* disinhibition effect: Could situational factors induce self-disclosure and prosocial behaviors? *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial*

- Research on Cyberspace, 9(2). <https://doi.org/10.5817/CP2015-2-3>
- Li, Y., Guan, M., Hammond, P., & Berrey, L. E. (2021). Communicating COVID-19 information on TikTok: A content analysis of TikTok videos from official accounts featured in the COVID-19 information hub. *Health Education Research*, 36(3), 261–271. <https://doi.org/10.1093/her/cyab010>
- Lowry, P. B., Zhang, J., Wang, C., & Siponen, M. (2016). Why Do Adults Engage in Cyberbullying on Social Media? An Integration of *Online* Disinhibition and Deindividuation Effects with the Social Structure and Social Learning Model. *Information Systems Research*, 27(4), 962–986. <https://doi.org/10.1287/isre.2016.0671>
- Lu, W., & Hampton, K. N. (2017). Beyond the power of networks: Differentiating network structure from social media affordances for perceived social support. *New Media & Society*, 19(6), 861–879. <https://doi.org/10.1177/1461444815621514>
- Madden, C. (2019). *Hello Gen Z: Engaging the Generation of Post-Millennials* (Revised Edition). Hello Clarity.
- Martins, N., & Wilson, B. J. (2012). Social Aggression on Television and Its Relationship to Children’s Aggression in the Classroom. *Human Communication Research*, 38(1), 48–71. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2011.01417.x>
- Mayshak, R., Sharman, S. J., & Zinkiewicz, L. (2016). The impact of negative *online* social network content on expressed sentiment, executive function, and working memory. *Computers in Human Behavior*, 65, 402–408. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.002>
- Mazur, A., & Booth, A. (2014). Testosterone is related to deviance in male army veterans, but relationships are not moderated by cortisol. *Biological Psychology*, 96, 72–76. <https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2013.11.015>
- Mazur, E., & Richards, L. (2011). Adolescents’ and emerging adults’ social networking *online*: Homophily or diversity? *Journal of Applied Developmental Psychology*, 32(4), 180–188. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2011.03.001>
- McCrindle, M., & Wolfinger, E. (2009). *The ABC of XYZ: Understanding the global generations*. UNSW Press.

- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1). <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Nishina, A. (2012). Microcontextual Characteristics of Peer Victimization Experiences and Adolescents' Daily Well-Being. *Journal of Youth and Adolescence*, 41(2), 191–201. <https://doi.org/10.1007/s10964-011-9669-z>
- Oh, S., & Syn, S. Y. (2015). Motivations for sharing information and social support in social media: A comparative analysis of Facebook, Twitter, Delicious, YouTube, and Flickr: Motivations for Sharing Information and Social Support in Social Media: A Comparative Analysis of Facebook, Twitter, Delicious, YouTube, and Flickr. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(10), 2045–2060. <https://doi.org/10.1002/asi.23320>
- Patton, D. U., Lane, J., Leonard, P., Macbeth, J., & Smith Lee, J. R. (2017). Gang violence on the digital street: Case study of a South Side Chicago gang member's Twitter communication. *New Media & Society*, 19(7), 1000–1018. <https://doi.org/10.1177/1461444815625949>
- Pope, H. G., Jr, Kouri, E. M., & Hudson, J. I. (2000). Effects of Supraphysiologic Doses of Testosterone on Mood and Aggression in Normal Men: A Randomized Controlled Trial. *Archives of General Psychiatry*, 57(2), 133–140. <https://doi.org/10.1001/archpsyc.57.2.133>
- Postmes, T., & Spears, R. (1998). Deindividuation and antinormative behavior: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 123, 238–259. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.123.3.238>
- Prentice-Dunn, S., & Rogers, R. W. (1989). Deindividuation and the self-regulation of behavior. In *The psychology of group influence* (2nd ed., pp. 86–109). Lawrence Erlbaum Associates.
- Runions, K. C., & Bak, M. (2015). *Online Moral Disengagement, Cyberbullying, and Cyber-Aggression*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 400–405. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0670>
- Russo, A., Watkins, J., Kelly, L., & Chan, S. (2008). Participatory Communication with Social Media. *Curator: The Museum*

- Journal, 51(1), 21–31. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2008.tb00292.x>
- Schipper, M., & Petermann, F. (2013). Relating empathy and emotion regulation: Do deficits in empathy trigger emotion dysregulation? *Social Neuroscience*, 8(1), 101–107. <https://doi.org/10.1080/17470919.2012.761650>
- Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Precursors and Underlying Processes of Adolescents' *Online* Self-Disclosure: Developing and Testing an "Internet-Attribute-Perception" Model. *Media Psychology*, 10(2), 292–315. <https://doi.org/10.1080/15213260701375686>
- Schroth, H. (2019). Are You Ready for Gen Z in the Workplace? *California Management Review*, 61(3), 5–18. <https://doi.org/10.1177/0008125619841006>
- Siahaan, J., Wella, W., & Desanti, R. I. (2020). Apakah Youtuber Indonesia Kena Bully Netizen? *Ultima InfoSys : Jurnal Ilmu Sistem Informasi*, 11(2), 130–134. <https://doi.org/10.31937/si.v11i2.1764>
- Snelson, C. (2011). YouTube Across the Disciplines: A Review of the Literature. 7(1), 12.
- Souza, F., de Las Casas, D., Flores, V., Youn, S., Cha, M., Quercia, D., & Almeida, V. (2015). Dawn of the Selfie Era: The Whos, Wheres, and Hows of Selfies on Instagram. *Proceedings of the 2015 ACM on Conference on Online Social Networks*, 221–231. <https://doi.org/10.1145/2817946.2817948>
- Spears, R. (2017). Social Identity Model of Deindividuation Effects. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–9). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0091>
- Strimbu, N., & O'Connell, M. (2019). The Relationship Between Self-Concept and *Online* Self-Presentation in Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(12), 804–807. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0328>
- Stuart, J., & Scott, R. (2021). The Measure of *Online* Disinhibition (MOD): Assessing perceptions of reductions in restraint in the *online* environment. *Computers in Human Behavior*, 114, 106534. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106534>

- Subrahmanyam, K., & Šmahel, D. (2011). Constructing Identity *Online*: Identity Exploration and Self-Presentation. In K. Subrahmanyam & D. Smahel, *Digital Youth* (pp. 59–80). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6278-2_4
- Suler, J. (2004). The *Online* Disinhibition Effect. 7(3), 6.
- Sun, T., Lim, C. C. W., Chung, J., Cheng, B., Davidson, L., Tisdale, C., Leung, J., Gartner, C. E., Connor, J., Hall, W. D., & Chan, G. C. K. (2021). Vaping on TikTok: A systematic thematic analysis. *Tobacco Control*, tobaccocontrol-2021-056619. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2021-056619>
- Terry, C., & Cain, J. (2016). The Emerging Issue of Digital Empathy. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 80(4), 58. <https://doi.org/10.5688/ajpe80458>
- Thurlow, C., Lengel, L. B., & Tomic, A. (2004). *Computer mediated communication: Social interaction and the Internet*. Sage Publications.
- Tsikerdekis, M. (2012). The choice of complete anonymity versus pseudonymity for aggression *online*. 2(8), 35–57.
- Twenge, J. M. (2013). Does *Online* Social Media Lead to Social Connection or Social Disconnection? *Journal of College and Character*, 14(1), 11–20. <https://doi.org/10.1515/jcc-2013-0003>
- Udris, R. (2014). Cyberbullying among high school students in Japan: Development and validation of the *Online* Disinhibition Scale. *Computers in Human Behavior*, 41, 253–261. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.036>
- van Honk, J., Schutter, D. J. L. G., Hermans, E. J., Putman, P., Tuiten, A., & Koppeschaar, H. (2004). Testosterone shifts the balance between sensitivity for punishment and reward in healthy young women. *Psychoneuroendocrinology*, 29(7), 937–943. <https://doi.org/10.1016/j.psyneuen.2003.08.007>
- Wachs, S., & Wright, M. (2018). Associations between Bystanders and Perpetrators of *Online* Hate: The Moderating Role of Toxic *Online* Disinhibition. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(9), 2030. <https://doi.org/10.3390/ijerph15092030>
- Welker, K. M., Norman, R. E., Goetz, S., Moreau, B. J. P., Kitayama, S., & Carré, J. M. (2017). Preliminary evidence that testosterone's association with aggression depends on self-construal.

Hormones and Behavior, 92, 117–127. <https://doi.org/10.1016/j.yhbeh.2016.10.014>

- Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A Review of Facebook Research in the Social Sciences. *Perspectives on Psychological Science*, 7(3), 203–220. <https://doi.org/10.1177/1745691612442904>
- Wright, M. F., Harper, B. D., & Wachs, S. (2019). The associations between cyberbullying and callous-unemotional traits among adolescents: The moderating effect of *online* disinhibition. *Personality and Individual Differences*, 140, 41–45. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.04.001>
- Wu, S., Lin, T.-C., & Shih, J.-F. (2017). Examining the antecedents of *online* disinhibition. *Information Technology & People*, 30(1), 189–209. <https://doi.org/10.1108/ITP-07-2015-0167>

Agresivitas Verbal Pengguna Twitter di Indonesia

*Yasmin Nur Afifah, Yunita Ekarini,
Alya Naura Hanifah, Avin Fadilla Helmi*

Kemajuan teknologi mendorong terjadinya fenomena khusus, yakni globalisasi. Globalisasi sukses mematahkan jarak antarnegara di berbagai belahan dunia. Hal tersebut ditandai dengan kemajuan di bidang informasi dan komunikasi melalui *platform-platform* media sosial (Warsono 2017). Akan tetapi, kemajuan tersebut tidak diikuti dengan kecerdasan moral dari penggunanya. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil survei Microsoft (2021) yang berjudul "*Digital Civility Index*" menyebutkan bahwa *netizen* Indonesia paling tidak sopan se-Asia Tenggara.

Lahirnya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) akibat perubahan cara pandang terhadap telekomunikasi, nyatanya tidak mampu memberikan pengayoman sebagaimana mestinya (Nanda 2021). Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tingkat agresivitas verbal terkait penghinaan dan pencemaran nama baik oleh pengguna media sosial Twitter setelah revisi akhir UU ITE 2016 dan peran UU ITE terhadap pengendalian perilaku agresivitas verbal terkait penghinaan dan pencemaran nama baik pengguna media sosial Twitter.

Media Sosial Twitter

Twitter sebagai salah satu *platform* media sosial, menempati posisi lima besar sebagai media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia (Currey & Morris 2021). Twitter dapat digunakan sebagai *platform* informasi dan jejaring sosial (Xu *et al.* 2011). Banyak fitur dalam Twitter, antara lain membuat percakapan dengan pengguna lain dengan men-*tag* akun *username* pengguna

tersebut, berpartisipasi dalam tren yang sedang berlangsung dengan menggunakan fitur *hashtag*, mengikuti akun pengguna lain sehingga secara otomatis *tweets* pengguna lain tersebut akan masuk di berandanya (Help Center Twitter 2021). Selain itu, Twitter dapat memprediksi ekspresi seseorang dalam ruang publik melalui opini-opini dan informasi terhadap suatu peristiwa (Jiang & Sha 2015) dan mampu merepresentasikan ekosistem yang luas dan kompleks (Carley *et al.* 2015). Oleh karenanya, Twitter memungkinkan pengguna lain ikut campur dalam permasalahan selebritas, berpartisipasi dalam diskusi politik, dan melakukan pelecehan antarsesama pengguna (Thomas *et al.* 2011, Thomas *et al.* 2013).

Computer Mediated-Communication

Computer Mediated Communication (CMC) merupakan sebuah konsep yang digunakan untuk dapat memahami interaksi manusia melalui media teknologi. Walther (2015) menyatakan bahwa CMC memfasilitasi pola komunikasi di tahap interpersonal hingga *hyperpersonal*, yakni informasi dapat dijangkau tidak terbatas ruang dan waktu. Salah satu konsep CMC dalam komunikasi interpersonal adalah *Social Identification/Deindividuation (SIDE) Model* (Walther 2015), yakni identitas personal akan tergantikan dengan identitas kelompok tempat individu tersebut berada, atau disebut *mob mentality-deindividuasi*. Pada konsep dalam *hyperpersonal communication*, individu sebagai *sender* dapat mengekspresikan diri lebih baik melalui CMC daripada komunikasi *face-to-face*, demikian pula dalam mengekspresikan perilaku yang negatif. Twitter sebagai media CMC memiliki fitur anonimitas yang memungkinkan penggunaanya dapat melakukan *cyber-bully* dengan perkataan yang sangat pedas dan menyakitkan (Li 2007) atau perilaku agresivitas tingkat tinggi dan berperilaku yang tidak pantas (Ybarra & Mitchell 2004).

Agresivitas Verbal

Perilaku agresif merupakan kecenderungan perilaku untuk menyakiti orang lain, baik secara fisik maupun psikologis (Buss & Perry 1992) untuk menghindari perilaku yang tidak diinginkan (Baron & Branscombe 2012). Istilah agresi dalam dunia maya disebut *cyber-aggression* yang merupakan kerugian yang disengaja yang dilakukan melalui sarana elektronik kepada individu atau kelompok dari segala usia, yang diterima atau diartikan sebagai sesuatu yang menyinggung, menghina, berbahaya, ataupun yang tidak diinginkan (Grigg 2010). Salah satu bentuk agresi di Twitter adalah *verbal indirect aggression* (Baron & Branscombe 2012) yang meliputi menyebarkan rumor, menggosip, memfitnah, dan menceritakan hal-hal yang menyudutkan seseorang.

Penelitian Sarna & Bhatia (2017) memaparkan pola agresivitas baik *direct* maupun *indirect* di media sosial yakni berupa *cyberbully* dengan metode *machine learning* berdasarkan parameter tertentu. Parameter menurut Sarna & Bhatia (2017) kemudian digunakan dalam penelitian ini, yakni; 1) penggunaan kata *bad words*. Misalnya, kadrun, bego, tolol, dan sebagainya; 2) penggunaan kata yang menunjukkan emosi negatif. Misalnya, pengecut, mati, dan sebagainya; 3) kombinasi kata ganti orang pertama, kata yang menunjukkan emosi negatif, dan kata ganti orang kedua, contohnya 'aku benci kamu'; 4) kombinasi dari kata ganti orang kedua dengan *bad word*, seperti 'kamu bodoh' dan lain sebagainya; 5) kombinasi dari kata ganti orang ketiga disertai dengan *bad word*, seperti 'dia bodoh' dan lain sebagainya; 6) kombinasi dari *link*, *bad words*, dan kata ganti orang kedua atau ketiga juga termasuk dalam *cyberbully*.

Undang-Undang ITE

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang kemudian sering disebut dengan UU ITE merupakan tonggak sejarah berdirinya *cyberlaw* di Indonesia (Satriani 2018). Undang-undang ini disahkan pada 21 April 2008 walaupun naskah resminya sudah disampaikan pada DPR RI sejak

5 September 2005 (Nanda 2021). UU ITE mengalami revisi di tahun 2016 yang mengakibatkan perubahan dan penambahan di beberapa pasal sehingga diundangkan kembali menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Namun, perubahan pada Pasal 27 Ayat (3) menjadi delik aduan absolut justru menimbulkan polemik pengeangan kebebasan berpendapat di dalam masyarakat karena memudahkan proses kriminalisasi orang lain atas dasar penghinaan dan pencemaran nama baik.

Berdasarkan naskah akademik UU ITE yang merupakan dasar pengaturan dari substansi rancangan peraturan perundang-undangan, UU ini muncul akibat adanya perkembangan kejahatan-kejahatan baru yang memanfaatkan teknologi utamanya pada bidang ekonomi (Basuki *et al.* 2018). Hingga pesatnya pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia memunculkan Pasal 27 ayat (3) yang sebenarnya hanya sebagian kecil dari undang-undang ini disorot karena dinilai tidak memberikan kepastian hukum sebagaimana mestinya (Samudra, 2020).

Fenomena Agresivitas Verbal di Twitter

Berdasarkan data *tweets* dari Twitter berbahasa Indonesia yang diambil sejak bulan Oktober tahun 2016 hingga bulan Juli tahun 2021, tingkat cuitan agresif terlihat dalam tabel 1.

Tabel 1: Kumpulan kata yang sering muncul pada masing-masing *user* sampel

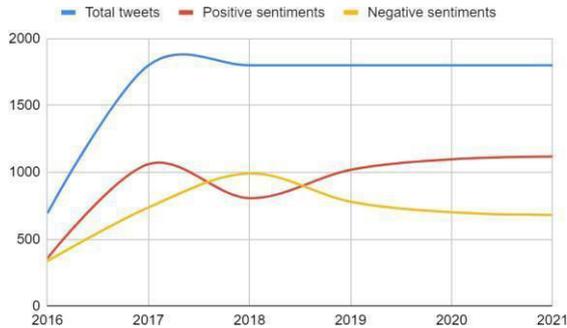
<i>User 1</i>		<i>User 2</i>		<i>User 3</i>		<i>User 4</i>	
<i>Keyword</i>	<i>Count</i>	<i>Keyword</i>	<i>Count</i>	<i>Keyword</i>	<i>Count</i>	<i>Keyword</i>	<i>Count</i>
teroris	71	jokowi	233	kubu	49	kaum	78
anies	59	kpk ri	112	salah	39	arab	66
salah	59	aniesbaswedan	59	anti	34	qadrun	58
lu	54	fadlizon	51	tolol	28	bodoh	27
presiden	46	teroris	49	mati	23	radikal	27
gubernur	45	mati	31	dungu	21	mati	27
pemerintah	42	buzzer	28	pengecut	21	cina	26

User 1		User 2		User 3		User 4	
Keyword	Count	Keyword	Count	Keyword	Count	Keyword	Count
nama	41	bego	23	gara-gara	19		
kekerasan	40	ngamuk	22	bohong	19		
jokowi	37			cina	18		
membela	37						
melawan	34						
kpk	31						
habis	21						
tolol	20						

Scraping data tweets dilakukan pada 4 user sampel yang dianggap sering melontarkan kritik dalam topik politik dan pemerintahan. Berdasarkan tabel 1 dan pemahaman konteks di setiap data tweets, pola agresivitas yang terbentuk di Twitter adalah penyebutan kelompok tertentu (teroris: 71, kpk ri: 112, arab: 66, dan sebagainya), nama seseorang (anies: 59, jokowi: 233, fadlizon: 51), atau kata ganti orang kedua (kamu, lo) diikuti dengan penggunaan kata sifat yang negatif (tolol: 48, bodoh: 27, bego: 23).

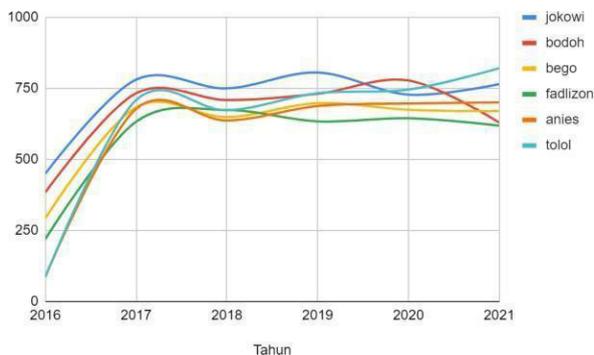
Berdasarkan pola agresivitas tersebut, kemudian ditentukan *keywords* untuk menemukan tweets yang bermuatan agresif sejak tahun 2016 hingga tahun 2021. Terdapat 9 *keywords* yang digunakan dalam penelitian ini. *Keywords* tersebut ditentukan berdasarkan nama tokoh politik dan kata agresif yang paling sering muncul di lini masa empat sampel *user* yang digunakan di dalam penelitian ini.

Total data yang diolah sebanyak 9695 tweets dari data tweets yang diambil dari rentang waktu bulan Oktober tahun 2016 hingga bulan Juli tahun 2021. Diambil 200 tweets sebagai sampel *random* dari setiap *keywords* penelitian sehingga total sampel yang diambil setiap tahun adalah 1800 tweets. Meskipun demikian, ada satu tahun yang tidak memuat sebanyak 1800 *keywords* yang dicari yaitu pada tahun 2016 (695 total *keywords*).



Gambar 1: Visualisasi polarisasi sentimen sejak tahun 2016 hingga 2021

Gambar 1 menunjukkan terjadinya fluktuasi peningkatan dan penurunan *tweets* yang memiliki sentimen positif serta negatif di antara tahunnya. Sentimen positif meningkat pada tahun 2017 seiring dengan peningkatan penggunaan *keywords* agresivitas. Kemudian, terjadi penurunan sebanyak 255 pada *tweets* yang memiliki sentimen positif di tahun 2018. Angka sentimen tersebut naik lagi di tahun-tahun berikutnya dengan kenaikan yang cukup signifikan. Dari tahun 2019 hingga 2020, sentimen positif naik sebanyak 79 *tweets*. Sementara tahun 2020 hingga tahun 2021, naik sebanyak 20 *tweets*.



Gambar 2: Frekuensi penggunaan *keyword* penelitian dari tahun 2016 hingga 2021

Keywords yang digunakan dalam penelitian mengalami fluktuasi frekuensi yang cukup signifikan di setiap tahunnya. Terlihat dari

gambar 2, terbentuk pola penggunaan kata yang sering digunakan. *Keywords* jokowi (4280), bodoh (3965), dan tolol (3768) merupakan tiga *keywords* dengan total frekuensi penggunaan terbesar. Hasil akurasi pemodelan yang ditunjukkan oleh *performance matrix*.

Dari keseluruhan proses pengolahan data dan uji akurasi dengan pemodelan *machine learning*, tingkat agresivitas verbal bermuatan penghinaan dan pencemaran nama baik mengalami fluktuasi dengan kecenderungan peningkatan tingkat agresivitas di setiap tahunnya (gambar 1).

Fluktuasi tersebut dapat dilihat dari tren yang didorong oleh kondisi atau momentum politik di setiap tahunnya. Beberapa di antaranya, yaitu aksi demo 212 di tahun 2016 (BBC Indonesia, 2016), pelantikan gubernur baru DKI Jakarta di tahun 2017 (Kuwado, 2017), *hoax* yang disebar oleh tokoh politik tertentu di tahun 2018 (Nugroho, 2018), demo Revisi UU KPK di tahun 2019 (Putsanra, 2019), *omnibus law* UU Cipta Kerja di tahun 2020 (Haryanto, 2020), korupsi bantuan sosial yang dilakukan oleh tokoh politik tertentu di tahun 2021 (Sahara, 2021), dan peristiwa-peristiwa lainnya.

Tweets Agresif Verbal Ditinjau dari UU ITE

Dalam mewujudkan perlindungan secara personal bagi individu dalam dunia siber, maka dibentuklah UU ITE. Konsiderans UU ITE menunjukkan bahwa UU ini lahir karena adanya kesadaran untuk mendukung pemanfaatan teknologi secara aman dengan memperhatikan nilai agama dan sosial budaya masyarakat (Rohmy *et al.* 2021). Akan tetapi, undang-undang ini masih menghadapi tantangan dalam menciptakan iklim dunia siber yang nyaman karena dianggap berbenturan dengan kebebasan beropini di dunia siber. Selain itu, budaya berbahasa di Indonesia yang sudah terbentuk sampai sekarang menjadikan ruang dunia siber sebagai wadah berekspresi sebebaskan-bebasnya tanpa memperhatikan kepentingan orang lain. Hal tersebut diperparah apabila sudah berkenaan dengan konteks politik dan menyinggung tokoh yang terlibat.

Narasumber dari bidang hukum, Muhammad Fatahillah Akbar, SH., LL.M., menjelaskan bahwa UU ITE kurang mampu terimplementasi sebagaimana mestinya. Hal tersebut disebabkan oleh UU ITE Pasal 27 ayat 3 justru sebagai alat untuk merugikan orang lain ketika merasa dirugikan. Delik penghinaan dan pencemaran nama baik dalam UU ITE sebenarnya merupakan *ultimum remedium* atau upaya akhir yang dapat ditempuh apabila upaya lain tidak mampu memberikan jalan keluar. Narasumber menyatakan:

"Konsep dari delik aduan seharusnya menggunakan mekanisme pidana sebagai alternatif terakhir, cuma dalam praktiknya tidak seperti itu. Dalam pasal tersebut juga tidak diatur bahwa pidana sebagai sarana terakhir. Jadi kalau mau mengadakan pidana boleh-boleh saja padahal seharusnya nego dulu."

Ketidakjelasan substansial pada Pasal 27 Ayat (3) UU ITE menyebabkan seseorang dengan mudah memidanakan orang lain. Upaya mediasi dan negosiasi seharusnya dikedepankan dalam menghadapi delik penghinaan dan pencemaran nama baik. Sayangnya, bunyi pasal tersebut memang tidak mencantumkan keharusan untuk menempuh upaya damai terlebih dahulu sehingga seseorang dengan mudah dikriminalisasi karena opininya.

Menyadari penegakan yang masih sangat menunjukkan tantangan, pemerintah kemudian mengeluarkan Keputusan Bersama Nomor 229 Tahun 2021 dan Nomor 154 Tahun 2021 sebagai pedoman tindakan dapat dikualifikasikan memenuhi delik penghinaan dan pencemaran nama baik, yakni; 1) muatan penghinaan dan pencemaran nama baik merujuk pada ketentuan Pasal 310 KUHP dan Pasal 311 KUHP; 2) cacian, ejekan, dan/atau tidak pantas masuk dalam kualifikasi delik penghinaan ringan dan bukan acuan Pasal 27 Ayat (3) UU ITE; 3) muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik bukan merupakan penilaian, pendapat, hasil evaluasi, atau sebuah kenyataan; 4) fakta yang dituduhkan dalam proses hukum memerlukan pembuktian terlebih; 5) fokus pemidanaan dititikberatkan pada perbuatan pelaku yang melakukannya secara sengaja (*dolus*) bukan pada perasaan korban;

6) kriteria “diketahui umum” konten diunggah pada akun media sosial publik; 7) korban dari delik penghinaan dan pencemaran nama baik harus menysar perseorangan dengan identitas spesifik, bukan institusi, korporasi, jabatan/ profesi; 8) delik aduan absolut, artinya harus korban sendiri yang melaporkan kecuali korban masih berada di bawah umur atau di bawah perwalian; 9) dalam rangka pemberitaan oleh institusi pers mengacu Undang-Undang Pers.

Pedoman implementasi tersebut nyatanya belum mampu menutup kelemahan dari pasal 27 Ayat (3) UU ITE secara material. Terminologi “yang memiliki muatan penghinaan dan/ atau pencemaran nama baik” rentan salah tafsir sehingga dapat menghilangkan makna kepastian hukum (Supiyati, 2019). Tidak dimuatnya rumusan delik yang sejelas-jelasnya dalam pasal ini mengakibatkan banyak aparat penegak hukum yang gagal memahami pasal ini (Supiyati, 2019). Kelemahan Pasal 27 Ayat (3) berupa kandungan yang multitafsir menjadikan pasal tersebut tidak memiliki muatan kepastian hukum. Kepastian hukum yang diatur dalam Sistem Hukum Nasional tidak hanya sekadar kepastian secara formal, tetapi juga kepastian material (Mustafa, 2013). Oleh karena itu, keputusan bersama yang menjadi pedoman tidak kemudian membuat undang-undang ini tidak cacat secara material. Asas legalitas yang merupakan fundamental dalam ranah hukum pidana memuat tiga syarat yang harus dirumuskan dalam suatu regulasi, yakni *lex certa* (jelas), *lex scripta* (tertulis), dan *lex stricta* (penafsiran ketat) (Jaya, 2016). Dengan tiga asas tersebut barulah fungsi melindungi dapat ditegakkan (Jaya, 2016). Keberadaan UU ITE yang tidak memenuhi asas *lex certa* sering menyebabkan banyak orang dengan mudah dikriminalisasi karena berpendapat.

Tweets Agresif Verbal Ditinjau dari Dinamika Psikologis

Dalam perspektif psikologi, penghinaan dan pencemaran nama baik yang terjadi di Twitter dapat dijelaskan melalui konsep perilaku *verbal indirect aggression*. Sesuai dengan definisi yang diungkapkan oleh Baron & Branscombe (2012) dan Buss & Perry

(1992) bahwa *verbal indirect aggression* meliputi menyebarkan rumor, gosip, maupun fitnah, dan menceritakan hal-hal yang menyudutkan seseorang sehingga memiliki dampak menyakiti fisik maupun psikis seseorang. Begitu pula yang disampaikan oleh narasumber ahli dari bidang psikologi, Haidar Buldan Thontowi, S.Psi., M.A., Ph.D., bahwa salah satu bentuk dari melukai psikis tersebut adalah tindakan yang membuat orang merasa telah dirusak reputasinya atau terkena penghinaan dan pencemaran nama baik. Selain itu, media sosial mewadahi individu atau kelompok untuk mengekspresikan atau menyampaikan pendapat secara agresif. Hasil penelitian Pradipta (2016) menjelaskan terjadinya kedua hal tersebut yakni akibat adanya pola komunikasi yakni seseorang berani mengungkapkan pendapat dengan bentuk kalimat agresif atau perilaku agresif verbal karena memandangnya sebagai bentuk kritik dan opini yang disampaikan untuk meluruskan sesuatu. Namun, komunikasi menganggap perilaku mereka merupakan tindakan agresif, menjatuhkan karakter, kasar, dan mengancam. Mendukung pernyataan tersebut, narasumber wawancara pun juga menyampaikan:

*"Mungkin di satu sisi dipandang sebagai melindungi agama, pihak yang melaporkan dari perspektif mereka, tapi dari perspektif lain merupakan agresi karena dilakukan secara intentional atau secara berniat... Kalo di dunia siber ada satu teori itu **equalization hypothesis**, tapi **equalization hypothesis** ini khususnya bagi yang anonim... jika dunia **online** dengan identitas anonim 'kita hajar aja orang itu', apalagi yang **likes** banyak yg **retweet** banyak kita jadi merasa berkuasa secara psikologis kita didengarkan. Ketika kita anonim, kita menjadi setara ...Anonimitas itu memperkuat orang untuk lebih kuat atau lebih setara dengan orang-orang yang lebih berkuasa... Ada teori **descriptive norms**, orang itu cenderung berperilaku didukung oleh sebagian besar yang dilakukan orang..."*

Teori *Equalization Hypothesis* dan *Social Identity Model of Deindividuation Effects* (SIDE) dapat menjadi alasan masyarakat Twitter berperilaku demikian. *Equalization Hypothesis* menjelaskan bahwa persona yang ditampilkan di media sosial dengan realitas

kerap berbeda, terlebih dengan fitur anonimitas yang membuat pengguna merasa memiliki posisi yang setara dengan orang lain sehingga dapat mengarah pada agresivitas dan solidaritas bagi orang yang termarginalkan. *Social Identity Model of Deindividuation Effects* (SIDE) membuat seseorang lebih berani melakukan sesuatu karena sesuai dengan norma kelompok tertentu, terlebih ketika difasilitasi oleh anonimitas yang ada di dunia maya. Hal ini sesuai dengan model *Social Identity Model of Deindividuation Effects* (SIDE) dalam CMC yang dipopulerkan oleh Reicher *et al.* (1995). Anonimitas pada identitas sosial juga berfungsi untuk memperkuat dampak norma-norma sosial dan pengaruh normatif (Spears & Lea 1992). Twitter yang memiliki fitur anonimitas memungkinkan penggunaannya dapat melakukan *cyber-bully* dengan perkataan yang sangat pedas dan menyakitkan (Li, 2007).

Narasumber juga menyampaikan bahwa UU ITE justru menjadi alat untuk melakukan tindakan agresif lainnya. Hasil tersebut sejalan pula oleh pandangan Tedeschi dan Felson (dalam Susantyo, 2011) bahwa hukuman adalah strategi koersif dipergunakan oleh pelaku untuk menyakiti targetnya atau untuk membuat targetnya mematuhi tuntutan pelaku berdasarkan tiga tujuan utama, yaitu mengontrol perilaku orang lain, menegakkan keadilan, dan mempertahankan atau melindungi identitas positif.

Sejalan dengan konsep tersebut, UU ITE sebagai aturan merupakan alat untuk merespons perilaku agresif dengan tindakan agresif sehingga dapat mendorong tindakan agresif. Untuk mengantisipasi hal tersebut, hukuman yang efektif adalah memiliki syarat *prompt* (cepat) dan *certainty* (pasti) (Bower & Hilgard, 1981). Hukuman harus segera ditegakkan begitu muncul perilaku yang tidak diharapkan dengan aturan yang jelas.

Selain itu, menurut Baron & Branscombe (2012), hukuman bisa mengurangi perilaku agresif apabila memenuhi empat persyaratan dasar yaitu hukum ditindaklanjuti secepat mungkin setelah terjadinya perilaku agresif, hukum harus pasti terimplementasi, hukum harus kuat dalam memberi tindakan yang memberi efek

jera, dan hukum harus diakui. Berdasarkan analisis substansi, UU ITE memiliki beberapa aspek yang kurang memenuhi syarat hukuman yang efektif, yakni kandungannya yang multitafsir dan kurangnya memiliki unsur kepastian hukum sehingga perannya dalam melindungi masyarakat dari tindakan penghinaan dan pencemaran nama baik belum dapat terpenuhi sebagaimana mestinya.

Dalam upaya menciptakan hukum yang efektif, perlu dipahami pula terkait perilaku yang terkait. Dalam perspektif psikologi, penghinaan dan pencemaran nama baik yang dilakukan di Twitter dapat dijelaskan melalui konsep perilaku agresif yakni bentuk perilaku agresif *verbal indirect aggression*. Sesuai dengan definisi yang diungkapkan oleh Baron & Branscombe (2012) dan Buss & Perry (1992) bahwa *verbal indirect aggression* meliputi menyebarkan rumor, gosip, maupun fitnah, dan menceritakan hal-hal yang menyudutkan seseorang sehingga memiliki dampak menyakiti fisik maupun psikis seseorang. Berdasarkan definisi tersebut, tindakan penghinaan dan pencemaran nama baik tergolong perilaku *verbal indirect aggression*. Diciptakannya UU ITE Pasal 27 Ayat 3 bertujuan sebagai perlindungan atas tindakan tersebut, tetapi memiliki kendala pada implementasinya.

Perilaku agresif adalah sikap publik yang pada umumnya menganggap bahwa agresi atau kekerasan merupakan salah satu fitur yang melekat pada diri manusia dan tidak dapat dielakkan (Lore & Schultz dalam Susantyo, 2011). UU ITE tidak dapat menjadi alat tunggal untuk melindungi personal individu, perlu dibersamai dengan *digital citizenship*. *Digital citizenship* memiliki tujuan untuk mengedukasi, memberdayakan, dan melindungi masyarakat digital (*Common Sense Media White Paper*, 2011). Media massa juga memiliki peran penting untuk menciptakan standar perilaku di sosial media.

Penutup

Studi ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku agresif terkait penghinaan dan pencemaran nama baik di Twitter pada

masyarakat Indonesia dan eksistensi UU ITE terkait fenomena perilaku tersebut. Berdasarkan analisis sentimen yang dilakukan, tampak adanya peningkatan perilaku agresif terkait penghinaan dan pencemaran nama baik sejak revisi terakhir UU ITE pada tahun 2016 hingga Juni 2021. Analisis lebih lanjut yang didapatkan dari hasil wawancara dan kajian literatur menunjukkan bahwa masyarakat di Twitter memiliki kecenderungan untuk berperilaku agresif dan UU ITE kurang memiliki unsur kepastian hukum sehingga sulit berperan sebagai instrumen untuk mengontrol perilaku agresif di dunia maya. Pengajaran *digital citizenship* kepada masyarakat Indonesia diperlukan agar UU ITE dapat berperan sebagaimana mestinya dan terwujud dunia siber yang aman.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan- Kemdikbud Ristek atas pendanaan program penelitian ini di tahun 2021.

Daftar Pustaka

- Alhabash, S., & Ma, M. 2017. A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students?. *Social media+ society*, 3(1), 2056305117691544.
- Baron, R. A. & Branscombe, N. R. 2012. *Social Psychology. Ed 13*. USA: Pearson Education, Inc.
- Basuki, T., Mantong, A., Satria, A., Suryahudaya, E., & Sianturi, R. 2018. *"Unintended Consequences: Dampak Sosial dan Politik UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) 2008*. CSIS Working Paper Series WPSPOL- 03/2018, Jakarta, Centre for Strategic and International Studies.
- BBC Indonesia. 2016. *Aksi 212 Dipuncaki Kehadiran Jokowi Yang Salat bersama Massa di Monas*. URL: <https://www.bbc.com/indonesia/live/indonesia-38178573>. Diakses pada tanggal 1 September 2021.
- Bower, G. H., & Hilgard, E. R. 1981. *Theories of learning* (15th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

- Buss, A.H. & Perry, M., 1992. The aggression questionnaire. *Journal of personality and social psychology*, 63(3), p.452.
- Carley, K.M., Malik, M.M., Kowalchuck, M., Pfeffer, J. dan Landwehr, P., 2015. Twitter usage in Indonesia. *SSRN 2720332*.
- Carley, K.M., Malik, M., Landwehr, P.M., Pfeffer, J. dan Kowalchuck, M., 2016. Crowdsourcing disaster management: The complex nature of Twitter usage in Padang Indonesia. *Safety science*, 90, pp.48-61.
- Common Sense Media White Paper. 2011. Digital Literacy and Citizenship in the 21st Century: Educating, Empowering and Protecting America's Kids. Diakses di:
<http://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/DigitalLiteracyandCitizenshipWhitePaperMar2011.pdf>
- Currey, H., & Morris, T. 2021. *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'*. We Are Social. URL: <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>. Diakses pada 15 Agustus 2021.
- Nugroho, B. P. 2018. *Hoax Ratna Sarumpaet Disebut Paling Berdampak Tahun Ini*. Detik News.<https://news.detik.com/berita/d-4362359/hoax-ratna-sarumpaet-disebut-paling-berdampak-tahun-ini>. Diakses pada 1 September 2021.
- Grigg, D.W., 2010. Cyber-aggression: Definition and concept of cyberbullying. *Australian Journal of Guidance and Counselling*, 20(2), p.143.
- Haryanto, A. 2020. *Apa Penyebab Demo Mahasiswa dan Buruh pada 8 Oktober 2020?*. Tirto.id. URL: <https://tirto.id/f5Ju>. Diakses pada 1 September 2021.
- Help Center. 2021. Using Twitter. URL: <https://help.twitter.com/en/using-twitter#tweets>. Diakses pada tanggal 19 Maret 2021.
- Jiang, B., & Sha, Y. (2015). Modeling temporal dynamics of user interests in online social networks. *Procedia Computer Science*, 51, 503-512.
- Kuwado, F. J. 2017. *Jokowi Lantik Anies-Sandi, Sah Jakarta Punya Gubernur- Wagub Baru*.
- Kompas. URL: <https://nasional.kompas.com/read/2017/10/16/16162801/jokowi-lantik-anies-sandi-sah>

- jakarta-punya-gubernur-wagub-baru?page=all. Diakses pada tanggal 1 September 2021.
- Li, Q., 2007. New bottle but old wine: A research of cyberbullying in schools. *Computers in human behavior*, 23(4). Pp.1777-1791.
- Liu, B., 2012. Sentiment analysis and opinion mining. *Synthesis lectures on human language technologies*. Volume 5(1). pp.1-167.
- Liu, Y., Bi, S., Shi, Z., & Hanzo, L. (2019). When machine learning meets big data: A wireless communication perspective. *IEEE Vehicular Technology Magazine*, 15(1), 63-72.
- Microsoft. 2021. *Digital Civility Index Report*. URL: https://www.microsoft.com/enus/digital-skills/digital-civility?activetab=dci_reports%3aprimaryr4. Diakses pada tanggal 19 Maret 2021.
- Mustafa, A. 2013. Mempertanyakan Kembali Kepastian Hukum dalam Perspektif Hukum Pidana dan Sistem Hukum Nasional. *Legalitas*, 4(1), p.4.
- Patil, G., Galande, V., Kekan, V. and Dange, K., 2014. Sentiment analysis using support vector machine. *International Journal of Innovative Research in Computer and Communication Engineering*, 2(1), pp.2607-2612.
- Permatasari, I. A., & Wijaya, J. H. (2019). Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Penyelesaian Masalah Ujaran Kebencian Pada Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 23(1), 27-41.
- Pradipta, A. (2016). Fenomena perilaku haters di media sosial. *Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Putsanra, D. V. 2019. *26 Masalah Revisi UU KPK, Jadi Tuntutan Demo Mahasiswa Jakarta*. Tirto.id. URL: <https://tirto.id/eiGl>. Diakses pada 1 September 2021.
- Reicher, S. D., Spears, R., & Postmes, T. (1995). A social identity model of deindividuation phenomena. *European review of social psychology*, 6(1), 161-198.
- Rohmy, A.M., Suratman, T. and Nihayaty, A.I., 2021. UU ITE Dalam Perspektif Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 7(2), pp.309-339.

- SAFEnet. 2020. Daftar Kasus Netizen yang Terjerat UU ITE. URL: <https://id.safenet.or.id/daftarkasus/> Diakses pada tanggal 28 Februari 2021.
- Sahara, W. 2021. *Awal Mula Kasus Korupsi Bansos Covid-19 yang Menjerat Juliari hingga Divonis 12 Tahun Penjara*. Kompas. URL: <https://nasional.kompas.com/read/2021/08/23/18010551/awal-mula-kasus-korupsi-bansos-covid-19-yang-menjerat-juliari-hingga-divonis?page=all>. Diakses pada 1 September 2021.
- Samudra, Anton Hendrik. (2020). Pencemaran Nama Baik dan Penghinaan Melalui Media Teknologi Informasi Komunikasi di Indonesia Pasca Amandemen UU ITE. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*. 50(1), 91-105.
- Salmiati. 2015. Perilaku Agresif dan Penanganannya (Studi Kasus pada Siswa SMP Negeri 8 Makassar). *Jurnal Psikologi Pendidikan & Konseling*. 1(1). 66-7
- Sarna, G. and Bhatia, M.P.S., 2017. Content based approach to find the credibility of user in social networks: an application of cyberbullying. *International Journal Of Machine Learning and Cybernetics*, 8(2), pp.677-689.6
- Setiawan, M. N. 2021. Mengkritisi Undang-Undang ITE Pasal 27 Ayat (3) dilihat dari Sosio-Politik Hukum Pidana Indonesia. *DATIN LAW JURNAL*, 2(1), 1- 21.
- Spears, R., & Lea, M. (1992). *Social influence and the influence of the 'social' in computer-mediated communication*. Harvester Wheatsheaf.
- Sutrisna, D. 2015. Penghinaan terhadap orang yang sudah meninggal melalui media sosial. (Kajian Pasal 27 ayat (3))
- Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juncto Pasal 320 dan Pasal 321 Kitab Undang-undang Hukum Pidana). *Kumpulan Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum*.
- Supiyati. 2019. Penerapan Pasal 27 Ayat 3 Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap Tindak Pidana
- Pencemaran Nama Baik Melalui Internet sebagai Cybercrime Dihubungkan dengan Kebebasan Berekspresi. *Pamulang Law Review*, 2(1), 23-36.

- Susantyo, B., 2011. Memahami perilaku agresif: Sebuah tinjauan konseptual. *Sosio Informa*, 16(3).
- Thomas, K., Grier, C., Song, D. dan Paxson, V., 2011, November. Suspended accounts in retrospect: an analysis of twitter spam. In *Proceedings of the 2011 ACM SIGCOMM conference on Internet measurement conference* (pp. 243-258).
- Thomas, K., McCoy, D., Grier, C., Kolcz, A. dan Paxson, V., 2013. Trafficking fraudulent accounts: The role of the underground market in Twitter spam and abuse. *Security Symposium (USENIX Security 13)* (pp. 195-210).
- Walther, J.B., Van Der Heide, B., Ramirez, A., Burgoon, J.K. dan Peña, J., 2015. Interpersonal and hyperpersonal dimensions of computer-mediated communication. *The handbook of the psychology of communication technology*, 1. p.22.
- Warsono, S. E. 2017. Pengaruh Globalisasi Terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal STIE Ganesha (Manajemen dan Bisnis)*, 1(1), 66-75.
- Xu, Z., Ru, L., Xiang, L., & Yang, Q. (2011, August). Discovering user interest on twitter with a modified author-topic model. In *2011 IEEE/WIC/ACM International Conferences on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology* (Vol. 1, pp. 422-429). IEEE
- Ybarra, M.L. dan Mitchell, K.J., 2004. Youth engaging in online harassment: Associations with caregiver-child relationships, Internet use, and personal characteristics. *Journal of adolescence*, 27(3). pp.319-336

BAGIAN KEDUA PENGUNAAN APLIKASI KENCAN DARING

Ada dua bab dalam bagian kedua ini yang berisi mengenai pengungkapan diri daring di aplikasi kencan dan presentasi diri daring di aplikasi kencan pada mereka yang mengalami disabilitas fisik. Suatu kenyataan yang tidak terelakkan, pada usia remaja dan dewasa awal, mereka membutuhkan suatu hubungan interpersonal yang intim dari jenis kelamin yang berbeda. Pengembangan teknologi digital yang sangat pesat, maka jalinan asmara, yang diawali dari pacaran sampai kemudian menuju ke jenjang pernikahan, juga dilakukan di media sosial. Apalagi ada beberapa aplikasi yang dibuat memang untuk menjalin asmara tersebut.

Adakah perbedaan antara pengungkapan diri daring (*online self disclosure*) dengan presentasi diri daring (*online self presentation*)? Yang dimaksud dengan pengungkapan diri merupakan proses penyampaian informasi diri seseorang kepada orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal dan bersifat sukarela, yang dilakukan melalui media berbasis internet. Sedangkan yang dimaksud dengan presentasi diri daring berkaitan dengan kesan yang ingin ditampilkan oleh individu tersebut. Presentasi diri secara daring, dimaksudkan untuk menampilkan diri, yang berkaitan identitas diri atau aplikasi. Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat dinyatakan bahwa ketika seseorang ingin mengungkapkan siapa dirinya, tidak terkait dengan kesan yang ingin ditampilkan. Tetapi ketika seseorang mempresentasikan dirinya, dengan tujuan untuk mendapatkan kesan, seperti identitas diri yang diharapkan, maka perlu mempertimbangkan strategi yang harus dipilih agar kesan yang diinginkan dapat dipersepsikan dengan cara yang sama.

Artikel mengenai pengungkapan diri daring di aplikasi kencan ini, dibuat berdasarkan mereka yang normal. Sementara presentasi diri daring di aplikasi kencan ini khusus untuk mereka yang mengalami disabilitas fisik. Keterbatasan fisik yang disandang akan memberikan dinamika psikologis yang unik dan membutuhkan strategi tertentu agar tidak terjadi penolakan.

Pengungkapan Diri Daring Pada Pengguna Aplikasi Kencan

Sharita Satyaputri, Avin Fadilla Helmi

Situs jejaring sosial memungkinkan individu berkomunikasi dengan individu lain tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu, ada peningkatan jumlah pengguna situs jejaring sosial, terlebih di masa pandemi Covid-19 ketika diterapkan pembatasan sosial.

Salah satu situs jejaring sosial yang mengalami peningkatan pengguna terutama selama pandemi ini adalah aplikasi kencan daring (CNN Indonesia, 2020; Lidwina, 2021). Aplikasi kencan daring yang memiliki pengguna terbesar di dunia, termasuk di Indonesia, adalah Tinder (Asti, 2021). Di Indonesia, berdasarkan survei oleh *Rakuten Insight* menyatakan pengguna aplikasi Tinder mencapai 58% (Asti, 2021; Lidwina, 2021; Nurhayati-Wolff, 2021) dengan mayoritas usia 16-34 tahun menurut *Global Web Index* (Mander, 2015).

Aplikasi kencan daring Tinder digunakan banyak individu dari sekadar mencari teman mengobrol hingga yang serius mencari pasangan hidup (Clinten, 2020). Pengguna aplikasi ini adalah orang-orang yang tidak saling kenal yang berkomunikasi dengan perantara teknologi media. Faktor tidak saling mengenal tersebut menyebabkan pengguna Tinder memiliki kecenderungan lebih sering melakukan pengungkapan diri (Antheunis dkk., 2007; Jiang dkk., 2013; Joinson, 2001; Tidwell & Walther, 2002). Para pengguna dapat saling berkiriman pesan atau berkomunikasi ketika kedua pihak melakukan *swipe right* yang berarti menyukai atau tertarik pada profil orang yang mereka pilih. Hal ini memungkinkan terjadi interaksi lebih lanjut hingga pihak-pihak yang terlibat untuk saling terbuka.

Sebagaimana teknologi pada umumnya, yang layaknya pedang bermata dua, pengungkapan diri di media sosial juga berlaku "hukum" tersebut. Selain aspek positif untuk mengenal dan dikenal, pengungkapan diri individu di aplikasi kencan daring dapat membawa pengguna kepada hal yang negatif, yaitu kejahatan (Gross dkk., 2005; Nosko dkk., 2010; Rahma, 2020). Rahma (2020) menyebutkan bahwa saat menggunakan aplikasi kencan daring, identitas dan informasi bisa dimanipulasi. Motif melakukan penipuan ini bisa bermacam-macam seperti pencemaran nama baik, penculikan, pelecehan seksual, pemerasan, hingga pembunuhan (de Zwart dkk., 2011; Rahma, 2020; Santhika, 2017; Syahrianto, 2020). Kasus kejahatan pada aplikasi kencan daring paling banyak terjadi di aplikasi Tinder (Annisa, 2020; Bagus, 2020; Jati, 2021). Hal ini menarik peneliti untuk meneliti faktor-faktor yang diprediksi dapat mengarahkan individu pada pengungkapan diri selama menggunakan aplikasi kencan daring Tinder.

Konsep Pengungkapan Diri Daring di Aplikasi Kencan

Pengungkapan diri merupakan proses penyampaian informasi diri seseorang kepada orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal dan bersifat sukarela. Dengan demikian, informasi mengenai diri orang tersebut diketahui oleh orang lain (Cozby, 1973; DeVito, 2016; Jourard & Lasakow, 1958; Masaviru, 2016; Pearce & Sharp, 1973). Aspek-aspek dalam pengungkapan diri meliputi niat untuk mengungkapkan (*intent to disclose*), jumlah (*amount*), positif-negatif (*positive-negative nature of disclosure*), kedalaman (*depth*), dan kejujuran-ketepatan (*honesty-accuracy of disclosure*) (Wheeless & Grotz, 1976).

Wheeless & Grotz (1976) menyebutkan bahwa aspek jumlah (*amount*) dalam konteks ini meliputi frekuensi pengungkapan diri dan durasi yang digunakan dalam mengungkapkan diri. Kedalaman (*depth*) meliputi intimitas atau seberapa dalam informasi mengenai dirinya yang diungkapkan. Niat berkaitan dengan niat sadar individu untuk melakukan pengungkapan diri. Selanjutnya, positif-negatif

dalam pengungkapan diri meliputi informasi positif dan negatif yang diungkapkan individu kepada orang lain. Terakhir, kejujuran-ketepatan berkaitan dengan akurasi informasi yang diberikan oleh individu sesuai atau konsisten dengan diri mereka.

Pengungkapan diri dapat dijelaskan dari teori penetrasi sosial. Teori ini menjelaskan fungsi pertukaran informasi dalam mengembangkan dan memutuskan hubungan interpersonal (Carpenter & Greene, 2015). Penetrasi sosial sebagai proses ikatan yang menggerakkan suatu hubungan dari yang dangkal hingga yang lebih intim (Altman & Taylor, 1973). Informasi pribadi yang diungkapkan dapat bersifat deskriptif, evaluatif, dan afektif (Omarzu, 2000).

Studi meta-analisis yang dilakukan Collins & Miller (1994) menyebutkan individu yang lebih intim dalam mengungkapkan diri cenderung akan lebih disukai dibandingkan individu yang kurang suka mengungkapkan diri. Pengungkapan diri dilakukan kepada orang yang mereka sukai (Masaviru, 2016). Dengan demikian, pengungkapan diri berlangsung secara resiprokal, baik kepada teman maupun kepada orang asing (Dai dkk., 2015).

Manfaat Pengungkapan Diri Daring

Pengungkapan diri memiliki peran penting bagi individu untuk memperkuat ikatan, membangun kepercayaan, meningkatkan kualitas hubungan, memahami lawan bicara secara lebih mendalam, mengurangi rasa kesepian, meningkatkan kesejahteraan subjektif individu, memenuhi harga diri, menjaga hubungan dengan orang lain, membantu mengembangkan hubungan baru, serta membantu mengembangkan modal sosial (*social capital*) (Dindia, 2000; King, 2018; Lee dkk., 2013; Liu & Brown, 2014; Luo & Hancock, 2019; Sharif dkk., 2021; Schmidt & Cornelius, 1987; Varnali & Toker, 2015).

Selain meningkatkan kualitas hubungan interpersonal menuju kualitas yang lebih intim, Schmidt dan Cornelius (1987) menemukan bahwa individu mengungkapkan informasi dalam dirinya untuk

berbagi perasaan, membuat perasaan lebih lega, meminta nasihat, dan hiburan. Studi tersebut juga menyatakan bahwa dengan memberikan informasi pribadi, individu merasa terbantu dalam mewujudkan hubungan yang ideal dengan orang yang mereka bisa berbagi informasi. Selain itu, mereka juga merasa bahwa perilaku pengungkapan diri ini membantu mereka menjadi orang yang mereka inginkan.

Selain itu, pengungkapan diri berperan dalam membangun kepercayaan interpersonal (Steel, 1991), mengatasi perasaan kesepian (Lee dkk., 2013), meningkatkan harga diri (Varnali & Toker, 2015), meningkatkan *self-consciousness* atau kesadaran diri, meningkatkan norma subjektif, afinitas atau kesamaan (Varnali & Toker, 2015).

Pengungkapan Diri Tatap Muka vs Daring

Hasil-hasil penelitian mengungkapkan bahwa individu lebih intim dan terbuka dalam mengungkapkan dirinya ketika berkomunikasi melalui situs jejaring sosial dibandingkan tatap muka langsung, dibuktikan dengan meningkatnya frekuensi pengungkapan diri melalui perangkat teknologi berbasis teks (Antheunis dkk., 2007; Bruss & Hill, 2010; Jiang dkk., 2013; Joinson, 2001; Schouten dkk., 2009; Tidwell & Walther, 2002). Penggunaan teknologi, khususnya pesan teks, memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan isyarat atau *cues* (seperti informasi verbal, vokal, atau visual) yang relatif lebih sedikit dibandingkan komunikasi secara langsung (Ruppel, 2014).

Walther (1996) mengemukakan mengenai komunikasi yang dimediasi oleh komputer atau *computer-mediated communication* (CMC), yang dapat mengarahkan individu kepada komunikasi *hyperpersonal*. Komunikasi hiperpersonal adalah interaksi virtual antarindividu dapat berkembang lebih personal dibandingkan komunikasi tatap muka langsung (Liang & Walther, 2015). Hal ini terjadi karena komunikasi yang dimediasi komputer memungkinkan individu melakukan manajemen impresi agar dapat berpenampilan

atau berperilaku sesuai yang diharapkan oleh penerima pesan. Oleh karenanya, individu dengan kemampuan sosialisasi tatap muka yang rendah dapat terlibat dalam perilaku pengungkapan diri di media sosial lebih mendalam sehingga meningkatkan kesan diri mereka, mengatasi perasaan rendah diri melalui penguatan identitas sosial yang tidak dapat dilakukan secara langsung di dunia nyata (Varnali & Toker, 2015).

Pengungkapan Diri Daring Selama Masa Pandemi

Pengungkapan diri secara *online* saat ini menjadi cara mengatasi masalah berkaitan dengan kondisi pandemi Covid-19. Beragam dampak psikologis muncul selama pandemi Covid-19 (Basarah, 2021; Dwi, 2020; Ulva & Yanti, 2021), dan salah satu yang paling banyak dialami adalah kesepian (Halidi, 2020; Suryowati, 2021; Wahyudi, 2020). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh CNN Indonesia dan 61% responden menyatakan bahwa mereka merasa kesepian (CNN Indonesia, 2021). Wahyudi (2020) menyebutkan bahwa perasaan kesepian ini banyak dialami oleh anak-anak muda. Terjadi peningkatan penggunaan sebesar 61% pada beberapa *platform* media sosial karena orang menggunakan media sosial agar tetap terkoneksi dengan orang lain (Holmes, 2020).

Berdasarkan teori Erikson, terdapat delapan tahapan perkembangan psikososial yang dihadapi individu dalam menjalani kehidupan. Masing-masing tahap memiliki tugas perkembangan dengan krisis yang harus diselesaikan. Mayoritas usia pengguna aplikasi Tinder adalah berusia 16-34. Rentang usia ini termasuk dalam tahap ke-5 dan 6, remaja akhir dan dewasa awal. Periode perkembangan remaja berada di rentang usia 10 hingga 20 tahun dengan bentuk krisis tugas perkembangan yang dihadapi adalah *identity vs identity confusion*. Pada tahap ini individu sedang mencari jati diri, mengenali diri mereka, dan tujuan hidup mereka. Apabila mereka mengeksplorasi diri dengan cara yang sehat dan mencapai tujuan tersebut, maka mereka mendapatkan identitas positif. Jika yang terjadi sebaliknya, mereka akan mengalami kebingungan identitas (*identity confusion*). Selanjutnya, periode perkembangan

dewasa awal berada di rentang usia 20 hingga 30-an dengan bentuk krisis tugas perkembangan yang dihadapi yaitu *intimacy vs isolation*. Pada tahap ini individu sedang berusaha membentuk hubungan yang intim dengan orang lain. Santrock menambahkan, individu yang berhasil membentuk pertemanan yang sehat dan hubungan yang intim, maka keintiman tersebut akan tercapai. Jika tidak, mereka akan mengalami perasaan terisolasi (Santrock, 2019).

Kesepian dan Pengungkapan Diri Daring

Seringkali, mereka yang mengalami kesulitan dalam mengekspresikan dirinya di dunia tatap muka, selanjutnya lebih dimudahkan ketika harus mengekspresikan diri di dunia daring. Hal ini disebabkan banyak faktor. Yang seringkali terjadi adalah tidak adanya tatap muka, menyebabkan pada mereka yang mengalami gangguan pemalu, mempunyai banyak waktu untuk memilih kata-kata yang tepat. Hal ini seringkali disebut sebagai asinkronus. Apa yang dirasakan bagi mereka yang pemalu, yang kesulitan menjadi interaksi sosial? Salah satu jawabannya adalah munculnya perasaan kesepian.

Kesepian merupakan perasaan tidak menyenangkan yang dirasakan individu karena adanya kesenjangan antara hubungan interpersonal yang diharapkan dan diinginkan individu dengan kenyataan, baik secara kualitatif dan kuantitatif (Peplau & Perlman, 1979; Perlman & Peplau, 1981; Williams & Braun, 2019). Sullivan (1968) mengartikan kesepian sebagai perasaan tidak menyenangkan yang muncul pada diri seseorang karena kebutuhan untuk memiliki jalinan hubungan yang intim dengan orang lain tidak dapat terpenuhi. Aspek kognitif atau biasa disebut dengan kesepian sosial (*social loneliness*) adalah ketika individu menyimpulkan bahwa dirinya memiliki jaringan sosial yang lebih sedikit dari yang diinginkan atau diharapkan (Russell dkk., 1984). Kemudian, kesimpulan ini dikaitkan dengan emosi negatif mulai dari perasaan kurangnya keintiman atau kedekatan dengan orang lain, ketidaknyamanan yang ringan, hingga rasa sakit yang hebat (Reichmann, 1959; Russell dkk., 1984).

Perasaan ini bersifat subjektif antara satu individu dengan individu yang lain (Stokes, 1987).

Riset terdahulu menemukan bahwa kemampuan dan/atau kesempatan yang kurang untuk saling mengungkapkan diri dengan orang lain adalah sebab utama kesepian (Chelune dkk., 1980; Rogers, 1970; Sermat & Smyth, 1973). Penelitian yang dilakukan Horowitz dan de Sales (1979) serta Jones dkk. (1981) menemukan bahwa orang yang menilai dirinya kesepian merasa memiliki masalah dalam bersosialisasi, termasuk kemampuan dalam mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Di sisi lain, juga terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menemukan bahwa kesepian secara positif mempengaruhi pengungkapan diri dan merupakan prediktor dalam individu melakukan pengungkapan diri (Al-Saggaf & Nielsen, 2014; Błachnio dkk., 2016; Bonetti dkk., 2010; Lee dkk., 2013).

Perubahan yang terjadi pada aspek kesepian akan berbanding terbalik dengan perubahan yang terjadi pada aspek pengungkapan diri. Semakin tinggi rasa kesepian pada individu, pengungkapan diri yang dilakukan akan semakin sedikit, begitu pun sebaliknya. Penemuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan Horowitz dan de Sales (1979), Chelune dkk. (1980), Leung (2002), Helmi dkk., (2019), dan Saputra (2022), yang menunjukkan bahwa individu yang merasa kesepian lebih sulit untuk mengungkapkan dirinya. Jones dkk. (1981) menjelaskan bagaimana perasaan kesepian dapat menyebabkan berkurangnya pengungkapan diri.

Pertama, perilaku, suasana hati, dan kondisi kognitif pada individu yang kesepian dapat mengganggu perkembangan hubungan, yang akan mengurangi peluang pengungkapan diri yang intim. Kedua, kesepian dapat menyebabkan hipersensitivitas terhadap penolakan, yang dapat menghambat pengungkapan diri. Gagasan ini didukung oleh Rogers (1970) yang menyatakan bahwa orang yang kesepian yakin bahwa diri mereka yang sebenarnya, diri yang akan diungkapkan melalui pengungkapan diri yang intim, adalah diri yang tidak akan disukai siapa pun. Ketiga, emosi

yang terkait dengan kesepian dapat mengganggu penggunaan keterampilan sosial yang efektif, termasuk pengungkapan diri. Sullivan (dalam Stokes, 1987) menjelaskan bahwa kesepian dapat mengarahkan individu kepada perasaan putus asa dan sia-sia, yang dapat menghambat usaha untuk membangun keintiman melalui pengungkapan diri. Namun, terdapat kemungkinan bahwa hubungan antara kesepian dan pengungkapan diri berarah positif apabila dimediasi oleh faktor lain (Helmi dkk., 2019). Hal ini dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Harga Diri dan Pengungkapan Diri Daring di Aplikasi Kencan

Selain kesepian, aspek lain yang dapat berperan dalam pengungkapan diri individu adalah *self-esteem* atau harga diri. Harga diri didefinisikan sebagai penilaian individu, secara negatif maupun positif, yang bersifat subjektif mengenai dirinya (Baron & Branscombe, 2014; Coopersmith, 1967; Rosenberg, 1965; Rosenberg dkk., 1995). Harga diri ini ditunjukkan dalam perilaku sehari-hari. Individu yang menilai dirinya secara positif, dengan kata lain memiliki harga diri positif, biasanya menunjukkan sikap menghormati, menerima, mencintai dan bangga pada diri sendiri, serta merasa memiliki keunggulan. Sedangkan individu yang menilai dirinya secara negatif biasanya berasosiasi dengan perasaan inferior, takut, membenci diri sendiri, rendahnya penerimaan diri, dan lebih bersifat tunduk (Coopersmith, 1967).

Harga diri menurut Rosenberg dkk., (1995) terdiri dari dua aspek yaitu penghormatan diri dan penerimaan diri (*self-acceptance*). Penghormatan diri yakni individu menghormati dirinya tanpa memandang dirinya lebih tinggi dibandingkan orang lain. Individu yang menilai dirinya negatif memiliki kecenderungan tidak menghormati dirinya, memiliki gambaran buruk terhadap dirinya dan berharap menjadi sebaliknya (Rosenberg, 1965). Penerimaan diri yakni individu mengenali dirinya dengan memahami kelebihan dan kekurangannya serta menerimanya. Individu dengan harga diri tinggi tidak sekadar menerima keadaan dirinya, tetapi juga

memiliki keinginan untuk berkembang, berusaha memperbaiki kekurangannya, dan melampaui batas. Di sisi lain, individu yang memiliki harga diri negatif memiliki kecenderungan untuk menolak dirinya, melakukan penghinaan pada dirinya, dan merasa tidak puas terhadap dirinya (Rosenberg, 1965).

Bagaimana individu menilai dirinya dapat mempengaruhi strategi individu dalam menghadapi situasi yang menantang dan mempengaruhi cara mereka berkomunikasi dengan orang lain (Barker, 2009). Sahlstein & Allen (2002) menyebutkan bahwa salah satu determinan utama dalam pengungkapan diri adalah harga diri. Penelitian terdahulu menemukan bahwa individu yang menilai dirinya secara negatif merasa lebih sulit untuk melakukan pengungkapan diri dibanding individu yang menilai dirinya positif (Baumeister, 1993; Chen, 2017; Dolgin dkk.,1991).

Pada harga diri, arah hubungan variabel tersebut dengan pengungkapan diri menunjukkan arah yang positif, yang berarti setiap perubahan pada aspek harga diri akan sejalan dengan perubahan pada aspek pengungkapan diri. Semakin baik penilaian individu terhadap dirinya, individu akan cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan diri. Penemuan ini sejalan dengan beberapa studi sebelumnya yang dilakukan oleh Chen (2017), Dolgin dkk. (1991), Baumeister (1993), dan Helmi dkk. (2019). Individu yang memiliki harga diri rendah, pengungkapan dirinya rendah karena mereka cenderung melindungi dirinya dengan berusaha menghindari mengungkapkan kekurangan yang ada pada dirinya dan menghindari risiko yang terjadi apabila mereka mengungkapkan diri mereka (Baumeister dkk., 1989; Sahlstein & Allen, 2002). Gaucher dkk. (2012) menambahkan bahwa individu yang memiliki harga diri rendah merasa kurang percaya diri. Sedangkan individu dengan harga diri yang tinggi lebih menaruh perhatian pada kelebihan atau kualitas diri yang positif, tidak mementingkan risiko yang akan didapat, dan justru berpikir mengungkapkan diri akan membantu mereka mencapai reputasi yang menguntungkan (Baumeister dkk., 1989).

Dinamika Psikologis Kesepian, Harga Diri, dan Pengungkapan Diri Daring

Penulis mengambil data melalui survei daring sebanyak 163 remaja akhir dan dewasa awal. Ada 146 partisipan perempuan dan 17 partisipan pria termasuk dalam rentang usia remaja (18-19 tahun). Jika dikaitkan dengan teori perkembangan psikososial Erikson, hal ini sejalan dengan gagasan tersebut yang menyebutkan bahwa rentang usia dewasa muda, yakni usia 20 hingga 30-an, individu sedang dalam tahap mencoba membangun hubungan yang intim dengan orang lain (Santrock, 2019), dan salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan mencari teman atau bahkan pasangan melalui aplikasi kencan (Clinton, 2020).

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kesepian dan harga diri yang rendah tidak selalu mengarahkan pada pengungkapan diri yang tinggi di aplikasi kencan Tinder. Praktisi juga dapat menaruh perhatian pada individu yang memiliki kesepian yang rendah dan harga diri tinggi agar dapat mengendalikan informasi yang diungkapkan kepada orang lain, khususnya orang asing.

Lingkungan sosial yang ideal bagi individu yang memiliki kemampuan bersosialisasi rendah saat berkomunikasi secara tatap muka adalah internet. Internet memungkinkan antarindividu bisa berinteraksi melalui CMC (Morahan-Martin & Schumacher, 2003). Adanya ciri-ciri dari CMC, yaitu anonimitas, kurangnya kehadiran fisik, dan bersembunyi; memungkinkan pengguna mengontrol interaksi sosial. Mereka dapat memilih tidak hanya dengan siapa dan kapan berkomunikasi, tetapi juga memiliki waktu untuk menulis pesan. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa komunikasi melalui internet memfasilitasi disinhibisi, pengungkapan diri, keintiman, dan peningkatan presentasi diri, serta menyediakan wadah untuk melatih dan mengembangkan keterampilan sosial (Ayamiseba, 2016; Candra, 2017; Song dkk., 2014; Wibowo & Silaen, 2018).

Keterkaitan kesepian, harga diri, dan pengungkapan diri dapat ditinjau dari konsep efek disinhibisi *online* (Suler, 2004), yang muncul

ketika di dunia siber pengguna internet beraktivitas beda, yang tidak akan mereka katakan dan lakukan secara langsung di dunia nyata. Mereka dalam mengekspresikan diri merasa kurang terkendali, lebih bebas, dan lebih terbuka. Hal ini merupakan salah satu bentuk disinhibisi *online* atau *benign disinhibition* yaitu terkadang individu berbagi hal-hal mengenai diri mereka yang sangat pribadi. Mereka mengungkapkan perasaan, rahasia, ketakutan, dan kemauan mereka.

Ketika pengungkapan diri di ruang siber sudah dirasakan nyaman, maka hal ini akan berlanjut. Hal ini terlihat dengan meningkatnya durasi penggunaan sehingga waktu bersosialisasi secara tatap muka menjadi berkurang. Hal ini disebut dengan *displacement hypothesis* (Valkenburg & Peter, 2011).

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan di atas, variabel kesepian dan harga diri dinilai memiliki peran pengungkapan diri pengguna aplikasi kencan daring Tinder selama pandemi Covid-19.

Penutup

Pengungkapan diri daring di aplikasi kencan Tinder merupakan fenomena yang semakin mendapatkan perhatian pada remaja dan dewasa awal yang dimulai dari sekadar *ngobrol* sampai dengan mencari pasangan. Hal ini semakin diperkuat ketika masa pandemi Covid-19. Teori penetrasi sosial, teori hiperpersonal, teori disinhibisi toksik telah digunakan untuk menjelaskan hal tersebut.

Ada banyak faktor yang berpengaruh dan memberikan manfaat dari pengungkapan diri, tetapi dalam kesempatan ini, penulis memfokuskan pada kesepian dan harga diri dilihat pengaruhnya terhadap pengungkapan diri. Kesepian dan harga diri memiliki peran secara simultan terhadap pengungkapan diri pengguna aplikasi kencan daring Tinder selama Covid-19.

Saran praktis pada penelitian ini adalah individu tidak hanya fokus pada mengurangi perasaan kesepian dan meningkatkan harga diri, tetapi juga memperhatikan dampak lain yang dapat

terjadi apabila memiliki perasaan kesepian yang rendah dan harga diri yang positif yaitu pengungkapan diri yang berlebih di aplikasi kencan. Individu diharapkan lebih dapat mengontrol informasi apa saja yang seharusnya dan tidak seharusnya diberikan kepada orang asing.

Daftar Pustaka

- Al-Saggaf, Y., & Nielsen, S. (2014). Self-disclosure on Facebook among female users and its relationship to feelings of loneliness. *Computers in Human Behavior*, 36, 460–468. doi:10.1016/j.chb.2014.04.014
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Holt, Rinehart & Winston
- Ananda, D. (2019). *Pengaruh kepribadian big five, need for popularity, dan gender terhadap self disclosure di media sosial instagram pada mahasiswa* [Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. *Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49742/1/DEISYA%20ANANDA-FPSI.pdf>
- Andri, D. (2017). Hubungan antara tingkat kepercayaan interpersonal dengan pengungkapan diri pengguna media sosial online di SMA Negeri 2 Kudus [Undergraduate thesis, Universitas Negeri Semarang]. *UNNES Repository*. <http://lib.unnes.ac.id/30196/>
- Annisa, F. N. (Januari 20, 2020). 70 ribu foto pengguna Tinder perempuan disebar ke forum kejahatan siber. *Liputan6.com*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/teknoread/4159191/70-ribu-foto-pengguna-tinder-perempuan-disebar-ke-forum-kejahatan-siber>
- Antheunis, M. L., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Computer-mediated communication and interpersonal attraction: An experimental test of two explanatory hypotheses. *CyberPsychology & Behavior*, 10(6), 831–836. doi:10.1089/cpb.2007.9945
- Asti. (Agustus 20, 2021). 5 aplikasi dating online paling diminati di indonesia. *DailySocial.id*. <https://dailysocial.id/post/5-aplikasi-dating-online-paling-diminati-di-indonesia>

- Ayamiseba, I. S. (2016). Hubungan antara loneliness dan internet addiction melalui penggunaan Facebook pada remaja. [Undergraduate thesis, Universitas Kristen Satya Wacana]. *Universitas Kristen Satya Wacana Institutional Repository*. https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10082/2/T1_802012003_Ful%20text.pdf
- Azwar, S. (2019). *Penyusunan skala psikologi* (edisi 2). Pustaka Belajar.
- Bagas, F. (September 18, 2020). Kasus mutilasi yang berawal dari aplikasi kencan Tinder, bikin netizen heboh di Twitter. *Nextren*. Diakses dari <https://nextren.grid.id/read/012342349/kasus-mutilasi-yang-berawal-dari-aplikasi-kencan-tinder-bikin-netizen-heboh-di-twitter?page=all>
- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, *12*(2), 209-213. doi:10.1089/cpb.2008.0228
- Baron, R. A., & Branscombe, N. R. (2014). *Social Psychology: The science of the social side of life* (13th ed.). Pearson.
- Basarah, R. S. (Juli 29, 2021). Psikologis dan kesehatan mental masyarakat akibat COVID-19. *Republika.co.id*. <https://www.republika.co.id/berita/qwzvh4352/psikologis-dan-kesehatan-mental-masyarakat-akibat-covid19>
- Baumeister, R. F., Tice, D. M., & Hutton, D. G. (1989). Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem. *Journal of Personality*, *57*(3), 547-579. doi:10.1111/j.1467-6494.1989.tb02384.x
- Baumeister, R. F. (Ed.). (1993). *Self-Esteem: The puzzle of low self-regard*. doi:10.1007/978-1-4684-8956-9
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Bałakier, E., & Boruch, W. (2016). Who discloses the most on Facebook? *Computers in Human Behavior*, *55*, 664-667. doi:10.1016/j.chb.2015.10.007
- Bonetti, L., Campbell, M. A., & Gilmore, L. (2010). The relationship of loneliness and social anxiety with children's and adolescents' online communication. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *13*(3), 279-285. doi:10.1089/cyber.2009.0215
- Bruss, O. E., & Hill, J. M. (2010). Tell Me More: Online Versus Face-to-Face Communication and Self-Disclosure. *The International Honor Society in Psychology*, *15*(1), 1-7. <https://cdn.ymaws.com/>

www.psichi.org/resource/resmgr/journal_2010/spring10jnbruss.pdf

- Candra, D. A. (2017). Kesepian dan intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa [Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang]. *UMM Institutional Repository*. http://eprints.umm.ac.id/43628/1/jiptumpp-gdl-dyahayucan-48086-1-skripsi_-2.pdf
- Carpenter, A., & Greene, K. (2015). Social penetration theory. *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication*, 1–4. doi:10.1002/9781118540190.wbeic160
- Chelune, G. J., Sultan, F. E., & Williams, C. L. (1980). Loneliness, self-disclosure, and interpersonal effectiveness. *Journal of Counseling Psychology*, 27(5), 462–468. doi: <https://doi.org/10.1037/0022-0167.27.5.462>
- Chen, P.Y., Dai, T., Spector, P. E., & Jex S. M. (1997). Relation between negative affectivity and positive affectivity: Effect of judged desirability of scales items and respondents' social desirability. *Journal of Psychological Assessment*, 69(1), 183–198. doi: https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6901_10
- Chen, H. (2017). Antecedents of positive self-disclosure online: An empirical study of US college students' Facebook usage. *Psychology Research and Behavior Management*, 10, 147–153. doi:10.2147/prbm.s136049
- Clark-Gordon, C. V., Bowman, N. D., Goodboy, A. K., & Wright, A. (2019). *Anonymity and Online Self-Disclosure: A Meta-Analysis*. *Communication Reports*, 32(2), 98–111. doi:10.1080/08934215.2019.1607516
- Clinton, B. (Februari 14, 2020). Motivasi pakai aplikasi "online dating", dari cari teman hidup hingga iseng. *Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/14/14440047/motivasi-pakai-aplikasi-online-dating-dari-cari-teman-hidup-hingga-iseng>.
- CNN Indonesia. (April 2, 2020). Wabah corona bikin aplikasi kencan online laris manis. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200402144747-185-489624/wabah-corona-bikin-aplikasi-kencan-online-laris-manis>
- CNN Indonesia. (Februari 28, 2021). Polling CNN: 61 persen pembaca akui kesepian saat pandemi. *CNN Indonesia*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya->

- hidup/20210226001154-284-611099/polling-cnn-61-persen-pembaca-akui-kesepian-saat-pandemi.
- Collins, N. L., & Miller, L. C. (1994). Self-disclosure and liking: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 116(3), 457–475. doi:10.1037/0033-2909.116.3.457
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman & Company.
- Cozby, P. C. (1973). Self-disclosure: A literature review. *Psychological Bulletin*, 79(2), 73–91. doi:10.1037/h0033950
- Cunningham, M. R., Steinberg, J., & Grev, R. (1980). *Wanting to and having to help: Separate motivations for positive mood and guilt-induced helping*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38(2), 181–192. doi:10.1037/0022-3514.38.2.181
- Dai, Y., Shin, S. Y., Kashian, N., Jang, J., & Walther, J. B. (2015). The influence of responses to self-disclosure on liking in computer-mediated communication. *Journal of Language and Social Psychology*, 35(4), 394–411. doi:10.1177/0261927x15602515
- DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book*, 14th Ed. Pearson.
- de Zwart, M., Lindsay, D., Henderson, M., & Phillips, M. (2011). *Teenagers, legal risks and social networking sites*. Faculty of Education, Victoria: Monash University
- Dindia, K. (2000). Self-disclosure, identity, and relationship development: A dialectical perspective. In K. Dindia & S. W. Duck (Eds.), *Communication and personal relationships* (pp. 147–162). Wiley.
- Dolgin, K. G., Meyer, L., & Schwartz, J. (1991). Effects of gender, target's gender, topic, and self-esteem on disclosure to best and midling friends. *Sex Roles*, 25(5-6), 311–329. doi:10.1007/bf00289759
- Dwi. (Maret 19, 2020). Dampak COVID-19 menurut psikolog UNS. UNS. <https://uns.ac.id/id/uns-update/dampak-COVID-19-menurut-psikolog-uns.html>
- Gaucher, D., Wood, J. V., Stinson, D. A., Forest, A. L., Holmes, J. G., & Logel, C. (2012). Perceived regard explains self-esteem differences in expressivity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(9), 1144–1156. doi:10.1177/0146167212445790

- Greene, K., Derlega, V. J., & Mathews, A. (2006). Self-disclosure in personal relationships. *The Cambridge handbook of personal relationships*, 409-427. <http://eclipse.rutgers.edu/wp-content/uploads/sites/51/2014/pdf/Self%20Disclsoure%20in%20Personal%20Relationships%20copy.pdf>.
- Gross, R., Acquisti, A., & Heinz, H. J. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. *Proceedings of the 2005 ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society - WPES '05*. doi:10.1145/1102199.1102214
- Halidi, R. (Oktober 4, 2020). Psikolog sebut generasi z rentan alami kesepian selama pandemi, kenapa? *Suara.com*. Diakses dari <https://www.suara.com/lifestyle/2020/10/04/183046/psikolog-sebut-generasi-z-rentan-alami-kesepian-selama-pandemi-kenapa>
- Helmi, A. F., Widhiarso, W., Putri, A. K., Marvianto, R. D., Priwati, A. R., & Shaleha, R. R. A. (2019). A model of online trust among adolescents. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 9(2), 34–50. doi:10.4018/ijcbpl.2019040103
- Holmes, R. (April 24, 2020). Is COVID-19 social media's levelling up moment? *Forbes*. Diakses dari <https://www.forbes.com/sites/ryanholmes/2020/04/24/is-covid-19-social-medias-levelling-up-moment/>
- Horowitz, L. M., & de Sales French, R. (1979). *Interpersonal problems of people who describe themselves as lonely*. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 47(4), 762–764. doi:10.1037/0022-006x.47.4.762
- Ignatius, E., & Kokkonen, M. (2007). *Factors contributing to verbal self-disclosure*. *Nordic Psychology*, 59(4), 362–391. doi:10.1027/1901-2276.59.4.362
- Jati, H. (Januari 29, 2021). Ratu kejahatan Brasil rampok pria yang dikencaninya lewat Tinder. *Kompas.tv*. Diakses dari <https://www.kompas.tv/article/142483/ratu-kejahatan-brasil-rampok-pria-yang-dikencaninya-lewat-tinder>.
- Jiang, L. C., Bazarova, N. N., & Hancock, J. T. (2013). From perception to behavior: Disclosure reciprocity and the intensification of intimacy in computer-mediated communication. *Communication Research*, 40(1), 125–143. doi:10.1177/0093650211405313

- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31, 177–192. doi:10.1002/ejsp.36
- Jones, W. H., Freeman, J. E., & Goswick, R. A. (1981). The persistence of loneliness: Self and other determinants. *Journal of Personality*, 49(1), 27–48. doi:10.1111/j.1467-6494.1981.tb00844.x
- Jourard, S. M., & Lasakow, P. (1958). Some factors in self-disclosure. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 56(1), 91–98. doi:10.1037/h0043357
- King, M. (2018). Working to address the loneliness epidemic: Perspective-taking, presence, and self-disclosure. *American Journal of Health Promotion*, 32(5), 1315–1317. doi:10.1177/0890117118776735c
- Lee, K. T., Noh, M. J., & Koo, D. M. (2013). Lonely people are no longer lonely on social networking sites: The mediating role of self-disclosure and social support. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(6), 413–418. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0553>
- Leung, L. (2002). *Loneliness, Self-Disclosure, and ICQ ("I Seek You") Use*. *CyberPsychology & Behavior*, 5(3), 241–251. Doi:10.1089/109493102760147240
- Liang, Y. (Jake), & Walther, J. B. (2015). *Computer Mediated Communication*. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 504–509. doi:10.1016/b978-0-08-097086-8.95090-6
- Lidwina, A. (Februari 19, 2021). Ceruk besar bisnis aplikasi kencan online. *Katadata*. <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/602f62245268a/ceruk-besar-bisnis-aplikasi-kencan-online>
- Liu, D., & Brown, B. B. (2014). Self-disclosure on social networking sites, positive feedback, and social capital among Chinese college students. *Computers in Human Behavior*, 38, 213–219. doi:10.1016/j.chb.2014.06.003
- Luo, M., & Hancock, J. (2019). Self-disclosure and social media: Motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*. doi:10.1016/j.copsyc.2019.08.019

- Ma, X., Hancock, J., & Naaman, M. (2016). Anonymity, Intimacy and Self-Disclosure in Social Media. *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '16*. doi:10.1145/2858036.2858414
- Mander, J. (Agustus 12, 2015). Why tinder has a lot of positives to shout about. *GWI*. <https://blog.gwi.com/trends/why-tinder-has-a-lot-of-positives-to-shout-about/>
- Masaviru, M. (2016). Self-disclosure: Theories and model review. *Journal of Culture, Society and Development*, 18, 43-47. https://www.researchgate.net/publication/301789757_Self-Disclosure_Theories_and_Model_Review
- Misoch, S. (2015). *Stranger on the internet: Online self-disclosure and the role of visual anonymity*. *Computers in Human Behavior*, 48, 535–541. doi:10.1016/j.chb.2015.02.027
- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 19(6), 659–671. doi:10.1016/s0747-5632(03)00040-2
- Nosko, A., Wood, E., & Molema, S. (2010). All about me: Disclosure in online social networking profiles: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 406–418. doi:10.1016/j.chb.2009.11.012
- Nurhayati-Wolff, H. (September 7, 2021). Share of people who used mobile dating apps in Indonesia as of September 2020. <https://www.statista.com/statistics/1186376/indonesia-leading-mobile-dating-apps/>
- Omarzu, J. (2000). A disclosure decision model: Determining how and when individuals will self-disclose. *Personality and Social Psychology Review*, 4(2), 174–185. doi:10.1207/s15327957pspr0402_05
- Pearce, W. B., & Sharp, S. M. (1973). Self-Disclosing Communication. *Journal of Communication*, 23(4), 409–425. doi:10.1111/j.1460-2466.1973.tb00958
- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1979). Blueprint for a social psychological theory of loneliness. In M. Cook & G. Wilson (Eds.), *Love and attraction: An international conference* (pp. 101-110). Pergamon.
- Perlman, D., & Peplau, L. A. (1981). Toward a social psychology of loneliness. In S. Duck & R. Gilmour (Eds.), *Personal relationships in disorder*, 3, 31-56. Academic Press. <https://peplau.psych>

ucla.edu/wp-content/uploads/sites/141/2017/07/Perlman-Peplau-81.pdf

- Peter, J., Valkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2005). Developing a model of adolescent friendship formation on the internet. *CyberPsychology & Behavior*, 8(5), 423–430. doi:10.1089/cpb.2005.8.423
- Rahma, I. (Mei 14, 2020). 3 bahaya yang perlu kamu waspadai saat menggunakan aplikasi kencan online. *Fimela*. Diakses dari <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/4253437/3-bahaya-yang-perlu-kamu-waspada-saat-menggunakan-aplikasi-kencan-online>
- Reginasari, A. (2017). Peran harga diri pada hubungan antara persepsi mediasi orang tua dan perundungan-siber. [Master's thesis, Universitas Gadjah Mada]. ETD UGM Repository.
- Reichmann, F. F. (1959). Loneliness†. *Psychiatry*, 22(1), 1-15. doi:10.1080/00332747.1959.1102315
- Retelas, G. (2008). *Anonymity and self-disclosure on Myspace* [Master's thesis, San Jose State University]. *SJSU ScholarWorks*. doi: <https://doi.org/10.31979/etd.duv2-5v9r>
- Rochat, L., Bianchi-Demicheli, F., Aboujaoude, E., & Khazaal, Y. (2019). The psychology of "swiping": A cluster analysis of the mobile dating app Tinder. *Journal of Behavioral Addictions*, 8(4), 804-813. doi:10.1556/2006.8.2019.58
- Rogers, C. R. (1970). *Carl Rogers on encounter groups*. Harper & Row.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the image adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rosenberg, M. (1965). Society and the image adolescent self-image. Princeton University Press.
- Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global self-esteem and specific self-esteem: Different concepts, different outcomes. *American Sociological Review*, 60(1), 141. doi:10.2307/2096350
- Ruppel, E. K. (2014). Use of communication technologies in romantic relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 32(5), 667–686. doi:10.1177/0265407514541075
- Russell, D., Peplau, L. A., & Cutrona, C. E. (1980). The revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminant validity evidence.

- Journal of Personality and Social Psychology*, 39(3), 472–480.
doi:10.1037/0022-3514.39.3.472
- Russell, D., Cutrona, C. E., Rose, J., & Yurko, K. (1984). Social and emotional loneliness: An examination of Weiss's typology of loneliness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(6), 1313–1321. doi:10.1037/0022-3514.46.6.1313
- Russell, D. W. (1996). UCLA loneliness scale (version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20–40. doi: 10.1207/ s15327752jpa6601_2
- Sahlstein, E., & Allen, M. (2002). Sex differences in self-esteem: A meta-analytic assessment. In M. Allen, R. W. Preiss, B. M. Gayle, & N. A. Burrell (Eds.), *Interpersonal Communication Research: Advances through meta-analysis* (pp.59–72). Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Santhika, E. (Oktober 17, 2017). Hati-hati ada bahaya dibalik aplikasi kencan nline. *CNN Indonesia*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20171016191817-185-248826/hati-hati-ada-bahaya-dibalik-aplikasi-kencan-online>
- Santrock, J. W. (2019). *Life-span development* (17th ed.). McGraw-Hill.
- Saputra, M. A. (2022). *Hubungan kecemasan sosial dan kesepian dengan pengungkapan diri di media sosial Whatsapp*. [Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. *Institutional Repository State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau*. <http://repository.uin-suska.ac.id/59064/>
- Schmidt, T. O., & Cornelius, R. R. (1987). Self-disclosure in everyday life. *Journal of Social and Personal Relationships*, 4(3), 365–373. doi:10.1177/026540758700400307
- Schmidt, L. A., & Fox, N. A. (1995). Individual differences in young adults' shyness and sociability: Personality and health correlates. *Personality and Individual Differences*, 19(4), 455–462. doi:10.1016/0191-8869(95)00083-1
- Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). An experimental test of processes underlying self-disclosure in computer-mediated communication. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(2). Diakses dari <https://cyberpsychology.eu/article/view/4227/3270>

- Sermat, V., & Smyth, M. (1973). Content analysis of verbal communication in the development of relationship: Conditions influencing self-disclosure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26(3), 332–346. doi:10.1037/h0034473
- Shaffer, D. R., & Tomarelli, M. M. (1989). When public and private self-foci clash: Self-consciousness and self-disclosure reciprocity during the acquaintance process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 765–776. doi:10.1037/0022-3514.56.5.765
- Shaffer, D. R., Smith, J. E., & Tomarelli, M. (1982). Self-monitoring as a determinant of self-disclosure reciprocity during the acquaintance process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(1), 163–175. doi:10.1037/0022-3514.43.1.163
- Sharif, A., Soroya, S. H., Ahmad, S., & Mahmood, K. (2021). Antecedents of self-disclosure on social networking sites (SNS): A study of facebook users. *Sustainability*, 13(3), 1220. doi:10.3390/su13031220
- Song, H., Zmyslinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A., Victor, A., Otori, K., & Allen, M. (2014). Does Facebook make you lonely?: A meta analysis. *Computers in Human Behavior*, 36, 446–452. doi:10.1016/j.chb.2014.04.011
- Steel, J. L. (1991). Interpersonal correlates of trust and self-disclosure. *Psychological Reports*, 68(3), 1319–1320. doi:10.2466/pr0.1991.68.3c.1319
- Stokes, J. P. (1987). The relation of loneliness and self-disclosure. *Self-Disclosure*, 175–201. doi:10.1007/978-1-4899-3523-6_9
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. doi:10.1089/1094931041291295
- Sullivan, H. S. (1968). *The interpersonal theory of psychiatry*. Tavistock Publications.
- Suryowati, E. (Oktober 20, 2020). Separo masyarakat yang datang ke psikolog mmerasa kesepian saat pandemi. *JawaPos.com*. Diakses dari <https://www.jawapos.com/kesehatan/20/10/2020/separo-masyarakat-yang-datang-ke-psikolog-merasa-kesepian-saat-pandemi/>
- Syahrianto, M. (2020). Geger kasus mutilasi ini 3 pembunuhan karena kencan daring. *Warta Ekonomi*. Diakses dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read304830/geger-kasus-mutilasi-ini-3-pembunuhan-karena-aplikasi-kencan-daring>

- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(4), 526–537. doi:10.1037/h0037039
- Taddei, S., & Contena, B. (2013). Privacy, trust and control: Which relationships with online self-disclosure? *Computers in Human Behavior*, 29(3), 821–826. doi:10.1016/j.chb.2012.11.022
- Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research*, 28(3), 317–348. doi:10.1111/j.1468-2958.2002.tb00811.
- Ulva, F., & Yanti, M. (2021). Dampak psikologis pandemi COVID-19 bagi masyarakat Kota Padang. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 5(1), 39–43. doi: 10.33757/jik.v5i1.360.g153
- Valkenburg P.M., & Peter J.J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121–7. doi: 10.1016/j.jadohealth.2010.08.020
- Varnali, K., & Toker, A. (2015). Self-Disclosure on social networking sites. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 43(1), 1–13. doi:10.2224/sbp.2015.43.1.1
- Wahyudi, M. Z. (September 9, 2020). Kesepian saat remaja pengaruhi kesehatan mental saat dewasa. *Kompas.com*. Diakses dari <https://www.kompas.id/baca/kesehatan/2020/09/09/kesepian-saat-remaja-pengaruhi-kesehatan-mental-saat-dewasa/>
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. doi:10.1177/009365096023001001
- Wang, L., Yan, J., Lin, J. M., & Cui, W. (2017). Let the users tell the truth: Self-disclosure intention and self-disclosure honesty in mobile social networking. *International Journal of Information Management*, 37(1), 1428–1440. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2016.10.006
- Wheless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. *Human Communication Research*, 2(4), 338–346. doi:10.1111/j.1468-2958.1976.tb00494
- Wheless, L. R. (1978). A Follow-up study of the relationships among trust, disclosure, and interpersonal solidarity.

Human Communication Research, 4(2), 143–157.
doi:10.1111/j.1468-2958.1978.tb00604

- Wibowo, Y., & Silaen, S. M. J. (2018). Hubungan self-esteem dan penggunaan media sosial Instagram dengan perilaku narsisme di kalangan siswa kelas VIII SMPK Penabur Bintaro Jaya. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 109-115. <https://media.neliti.com/media/publications/226386-hubungan-self-esteem-dan-penggunaan-medi-0c54110c.pdf>
- Widhiarso, W., & Suhapti, R. (2015). Eksplorasi karakteristik item skala psikologis yang rentan terhadap tipuan respon. *Jurnal Psikologi*, 36(1), 73-91. doi:10.22146/jpsi.7905
- Williams, S. E., & Braun, B. (2019). Loneliness and social isolation: A private problem, a public issue. *Journal of Family & Consumer Sciences*, 111(1), 7-14. doi: <https://doi.org/10.14307/JFCS111.1.7>

Presentasi Diri Daring dengan Disabilitas Fisik Pada Pengguna Aplikasi Kencan Daring

Munadira, Tina Afiatin

Online dating atau kencan daring merupakan interaksi melalui media digital yang mulai dilakukan untuk berbagai kepentingan, salah satunya sebagai sarana pencarian pasangan. Proses perkenalan dan pencarian pasangan melalui media digital (Attrill, 2015). Kehadiran aplikasi kencan daring membantu penggunanya dalam menyediakan tiga aspek utama yang berkaitan dengan dunia digital dan siber, yaitu: akses, komunikasi, dan kesempatan menemukan kecocokan dengan calon pasangan romantis yang potensial (Finkel *et al.*, 2012).

Begitu pula pada individu dengan disabilitas, aplikasi kencan daring dipandang sebagai salah satu strategi yang dapat dipilih dalam proses pencarian pasangan tanpa perlu memikirkan stigma yang diberikan secara langsung (Milbrodt, 2019). Stigma merupakan hambatan besar bagi pengguna disabilitas fisik. Di sisi lain, Keberadaan internet sebagai laboratorium sosial yang memiliki aspek asinkronisasi sehingga memungkinkan individu untuk berekspresi dengan lebih leluasa. Keberadaan internet di sisi lain, dinilai sebagai laboratorium sosial yang memiliki aspek asinkronisasi sehingga memungkinkan individu untuk berekspresi dengan lebih leluasa (Fullwood, 2016).

Bagi setiap individu, terlebih lagi individu dengan disabilitas, keberadaan pasangan dalam hubungan romantis dipandang sebagai suatu hal yang bermakna dalam kehidupan mereka (Milbrodt, 2019), dan pasangan dipandang sebagai sumber dukungan sosial dan dukungan emosional (Mazur, 2017). Meskipun demikian, beberapa penelitian menemukan bahwa proses pencarian pasangan

melalui aplikasi kencan daring bagi individu dengan disabilitas dianggap sebagai suatu proses yang menantang (Mazur, 2017). Hal ini pada umumnya disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor personal dan faktor sosial (Milbrodt, 2019). Faktor personal yaitu adanya kesulitan yang dialami oleh individu dengan disabilitas karena adanya keterbatasan dalam hal komunikasi atau kurangnya keberfungsian fisik mereka. Faktor sosial merujuk pada stigma yang diberikan individu nondisabilitas terkait evaluasi atau penilaian mereka terhadap individu dengan disabilitas. Kedua faktor tersebut sering menjadi penghambat bagi individu dengan disabilitas fisik dalam menemukan pasangan di dalam sebuah aplikasi kencan daring (Mazur, 2017).

Isu terkait penggunaan aplikasi kencan daring, yang menjadi salah satu aspek yang terkait dengan penggunaannya adalah presentasi diri (Finkel *et al.*, 2012). Presentasi diri merupakan proses mengawasi, mengatur dan menampilkan diri yang dilakukan individu dengan tujuan untuk mempertahankan suatu gambaran tertentu akan dirinya ketika dilihat oleh orang lain (Attrill, 2015). Pengguna aplikasi kencan daring pada umumnya akan menampilkan diri mereka sesuai dengan impresi yang ingin didapatkan terkait diri mereka (Fullwood *et al.*, 2020).

Berbeda dengan individu tanpa disabilitas, penelitian yang dilakukan Saltes (2013) pada 108 individu dengan disabilitas menunjukkan bahwa bagi individu dengan disabilitas, hal yang menjadi fokus mereka dalam presentasi diri di aplikasi kencan daring terletak pada cara mereka agar dapat menonjolkan sisi lain di luar disabilitas mereka yang dapat menimbulkan impresi positif pada pasangan potensial mereka. Salah satu contohnya dengan cara menampilkan keahlian mereka, atau sisi positif pada gambar diri mereka. Temuan lain bahwa beberapa dewasa muda dengan disabilitas fisik biasanya mencoba untuk mendaftarkan diri pada aplikasi kencan daring dan mencoba mencari pasangan yang tepat dan mengawalinya dengan tidak menyampaikan terkait disabilitas fisik yang mereka miliki.

Presentasi diri *online* pada disabilitas di aplikasi kencan daring sangat berkaitan dengan aspek psikologis berupa motivasi, evaluasi diri, dan penerimaan diri mereka terhadap disabilitas yang dimiliki (Saltes, 2013). Individu dengan disabilitas yang memiliki motivasi untuk menjalin hubungan dalam jangka panjang pada umumnya memilih untuk menampilkan diri mereka apa adanya dan menampilkan disabilitas yang mereka miliki. Selanjutnya, berkaitan dengan evaluasi diri, individu dengan disabilitas fisik yang memiliki evaluasi diri positif umumnya lebih terbuka terkait disabilitas yang dimiliki dan menampilkan disabilitasnya sebagai ciri khas yang melekat pada dirinya. Penerimaan terhadap disabilitas yang dimiliki juga menjadi penentu dalam penampilan atau informasi yang ditampilkan individu di aplikasi kencan daring.

Dalam konteks di Indonesia, belum ditemukan kajian ilmiah berupa penelitian yang secara spesifik membahas presentasi diri *online* individu dengan disabilitas dalam aplikasi kencan daring. Untuk itu, peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menggali pengalaman para pengguna kencan daring. Partisipan pada studi pendahuluan merupakan 2 orang dengan disabilitas fisik dan 2 orang tanpa disabilitas fisik. Adanya variasi pada karakteristik partisipan ini didasarkan karena peneliti bertujuan untuk membandingkan pengalaman individu dengan disabilitas dan tanpa disabilitas. Partisipan pertama merupakan Intan (nama samaran), berusia 21 tahun, yang berasal dari Jakarta. Partisipan kedua merupakan Rafi (nama samaran), berusia 25 tahun, berasal dari Aceh.

Temuan dari studi pendahuluan menunjukkan bahwa partisipan dengan disabilitas fisik memilih menampilkan diri mereka dengan disabilitas yang dimiliki. Salah satu partisipan dengan disabilitas fisik yaitu Sari, lebih memilih untuk menampilkan diri sebagai individu dengan disabilitas fisik yaitu menuliskan pada profilnya kata-kata yang menunjukkan disabilitas fisik. Partisipan dengan disabilitas fisik lainnya, yaitu Ryan, juga menampilkan dirinya sebagai individu dengan disabilitas fisik yaitu dengan menampilkan foto profil dirinya secara apa adanya di akun profil aplikasi kencan daring.

Melalui hasil wawancara, terlihat bahwa terdapat perbedaan antara presentasi diri partisipan dengan disabilitas fisik dan tanpa disabilitas fisik. Berdasarkan alasan yang dikemukakan kedua partisipan dengan disabilitas fisik, mereka memilih untuk menampilkan diri apa adanya karena khawatir akan merasa kecewa jika setelah menjalin hubungan atau komunikasi lawan bicaranya justru memberikan stigma terhadap diri mereka. Hal ini terlihat dalam penjelasan Sari sebagai berikut:

"Ya, kalau aku jujur sih ya mba, dari awal aku pakai tulisan gitu di profil yang nyatain kalau aku tuh punya disabilitas fisik aku nulisin "living with disability" kaya gitu, karena khawatirnya kalau ga aku sampaikan dr awal justru pas udah kenal malah sakit hati sama kecewa karena gak diterima apa adanya."

Serupa dengan Sari, Ryan juga menyampaikan bahwa penampilan fotonya dengan apa adanya karena muncul perasaan bangga dengan disabilitas fisiknya dan orang yang mengenalnya perlu tahu sejak awal bahwa ia memiliki disabilitas fisik sehingga tidak merasa kecewa saat menjalin hubungan lebih lanjut. Pada sisi lain, partisipan tanpa disabilitas fisik yang diteliti dalam studi pendahuluan memilih untuk menampilkan diri mereka dengan foto yang menunjukkan diri mereka berbeda dengan diri di dunia nyata. Artinya, dalam menampilkan diri di aplikasi kencan daring, individu tanpa disabilitas yang diwawancarai memilih untuk menampilkan *ideal-self* dari diri mereka.

Hasil studi pendahuluan menunjukkan bahwa individu dengan disabilitas dalam penelitian memilih untuk menampilkan diri mereka apa adanya untuk menghindari kekecewaan akan penolakan. Hal ini sejalan dengan penelitian pada individu tanpa disabilitas yang dilakukan oleh Bramanwidyantari & Helmi (2020) dengan analisis pada 383 akun aplikasi Tinder yang menunjukkan bahwa foto dan deskripsi diri yang apa adanya dan sikap terbuka akan lebih terhindar dari penolakan. Dalam studi pendahuluan pada penelitian ini, partisipan menampilkan informasi sesuai dengan fakta apa

adanya sebagai antisipasi untuk melindungi mereka dari stigma yang mungkin didapatkan sebagai individu dengan disabilitas.

Presentasi diri yang ditampilkan individu melalui aplikasi kencan daring masih menjadi pro kontra bagi individu dengan disabilitas. Pada satu sisi, melalui aplikasi kencan daring, dewasa muda dengan disabilitas fisik dianggap memiliki kesempatan untuk dapat merepresentasikan diri mereka sesuai dengan yang mereka inginkan (Mazur, 2017). Pada sisi lain, Gozza-Cohen dan May (2012), mengungkapkan bahwa aplikasi kencan daring menjadi sarana kejahatan dunia maya yang bisa menimbulkan stigma dan berlanjut pada perundungan bagi mereka dengan disabilitas fisik secara langsung karena presentasi diri yang ditampilkan individu dengan disabilitas fisik. Untuk itu, diperlukan penggalan informasi secara mendalam pada konteks di Indonesia untuk melihat gambaran presentasi diri dari individu dengan disabilitas dalam penggunaan aplikasi kencan daring.

Presentasi Diri Daring (*Online Self Presentation*)

Fullwood (2016) mendefinisikan presentasi diri secara daring (*online self-presentation*) sebagai cara yang dilakukan individu untuk mendeskripsikan gambaran tentang citra dirinya sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan dalam dunia maya. Lebih lanjut, Attrill (2015) mendefinisikan presentasi diri sebagai proses mengawasi, mengatur dan menampilkan diri yang dilakukan individu dengan tujuan untuk mempertahankan suatu gambaran tertentu akan dirinya ketika dilihat oleh orang lain.

Istilah presentasi diri sangat dekat dengan penggunaan media sosial atau internet yang memungkinkan individu untuk berinteraksi secara tidak langsung (Fullwood *et al*, 2016). Fullwood *et al* (2016) mengategorikan presentasi diri secara daring menjadi empat jenis, yakni *ideal self*, *multiple selves*, *consistent self*, dan *online presentation preference*. *Ideal self* merujuk pada sejauhmana individu menyajikan versi ideal mereka secara daring. *Multiple selves* menggambarkan sejauhmana individu menampilkan sisi

diri mereka yang berbeda dan beragam secara daring. *Consistent self* merujuk pada sejauhmana individu menunjukkan kesesuaian antara diri mereka sebenarnya dengan yang ditampilkan secara daring. *Online presentation preference* merujuk pada pilihan atau preferensi individu terkait dirinya yang ingin ditampilkan secara daring (Fullwood *et al*, 2016).

Berbeda dengan di dunia nyata, dunia maya memberikan kesempatan yang unik bagi individu untuk mempresentasikan diri mereka (Fullwood *et al*, 2020). Berbagai antisipasi ataupun kontrol dapat dilakukan individu dalam presentasi diri di ruang siber, misalnya, dengan sengaja mengirim konten tertentu, mengedit informasi yang ada sehingga terlihat positif, atau menghapus konten yang menunjukkan hal yang tidak menyenangkan. Presentasi diri yang ditampilkan individu secara daring berkaitan dengan impresi yang ingin ditampilkan oleh individu tersebut. Presentasi secara daring yang ditampilkan seseorang juga berkaitan identitas *website* atau aplikasi yang digunakan. Misalnya, pada aplikasi Instagram identitas yang ditampilkan akan lebih terlihat dalam segi personal dan karakteristik fisik individual, sementara pada *platform* email, yang terlihat hanyalah informasi parsial tentang kehidupan profesional seseorang. Spesifik pada aplikasi kencan daring Tinder, penelitian yang dilakukan oleh Bramanwidyantari & Helmi (2020) pada 383 individu, menunjukkan bahwa foto dan deskripsi diri yang apa adanya dan bersikap terbuka akan lebih terhindar dari penolakan.

Dewasa muda merupakan usia di mana individu mulai masuk pada tugas perkembangan untuk memulai proses pencarian pasangan (Hurlock, 2012). Usia dewasa merujuk pada individu yang berada pada usia 18-40 tahun (Hurlock, 2012).

Presentasi Diri Daring pada Disabilitas Fisik

Beberapa individu dengan disabilitas fisik, juga masuk ke dalam tugas perkembangan yang sama dengan individu pada umumnya di usia dewasa muda. Perbedaan tugas perkembangan

pada individu dengan disabilitas dengan individu lainnya terletak pada tingkat keparahan disabilitas, waktu kemunculan disabilitas (bawaan/nonbawaan), dan faktor personal dari diri individu (Infurna & Wiest, 2016).

Attrill & Fullwood (2016) menyatakan bahwa dalam memandang manfaat yang dirasakan dari penggunaan dunia maya bagi individu dengan disabilitas fisik, tentunya tidak dapat dipisahkan dari usia individu, aspek psikologis, dan jenis dan tingkat keparahan disabilitas fisik yang dimiliki. Individu dengan disabilitas fisik yang berusia dewasa dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik, dipandang sebagai individu dengan disabilitas fisik yang paling bisa merasakan manfaat dari relasi sosial melalui dunia maya. Hamilton (2016) menyatakan bahwa mereka cenderung lebih dapat mempertahankan presentasi diri yang sesuai dengan ekspektasi lawan bicara melalui dunia maya. Sementara itu, Mazur (2017) menyatakan bahwa beberapa individu dengan disabilitas fisik juga mencoba untuk menggunakan aplikasi kencan daring guna menemukan pasangan hidup atau membangun relasi.

Selain itu, Saltes (2013) menyatakan bahwa faktor psikologis yang berkaitan dengan individu dengan disabilitas juga menentukan presentasi diri secara daring dalam aplikasi kencan daring. Individu dengan disabilitas yang memiliki motivasi untuk menjalin hubungan dalam jangka panjang pada umumnya memilih untuk menampilkan diri mereka apa adanya dan menampilkan disabilitas yang mereka miliki. Selanjutnya, berkaitan dengan evaluasi diri, individu dengan disabilitas fisik yang memiliki evaluasi diri positif umumnya lebih terbuka terkait disabilitas yang dimiliki dan menampilkan disabilitasnya sebagai ciri khas yang melekat pada dirinya. Penerimaan terhadap disabilitas yang dimiliki juga menjadi penentu dalam penampilan atau informasi yang ditampilkan individu di aplikasi kencan daring.

Berkaitan dengan presentasi diri, individu dengan disabilitas fisik yang mengikuti kencan daring dikarakteristikan memiliki tingkat sensitivitas penolakan yang tinggi dan *self-esteem* yang

rendah (Hamilton, 2016). Untuk itu, mereka cenderung lebih berhati-hati dalam menampilkan diri mereka terutama berkaitan dengan keterbukaan akan disabilitas fisik yang dimiliki (Hamilton, 2016). Rosenfeld & Thomas (2012) mengemukakan penemuan yang berbeda di mana partisipan pada penelitian mereka cenderung merasa lebih nyaman dan terbuka menyampaikan disabilitas fisik yang mereka miliki melalui aplikasi kencan daring karena mereka tidak mengenal lawan bicara secara langsung.

Individu dengan disabilitas fisik dianggap dapat memanfaatkan dunia daring untuk membantu mengurangi stigma dan penilaian negatif masyarakat akan presentasi diri, sensorik, intelektual, maupun sosio emosional yang mereka miliki. Dalam hal ini, beberapa penelitian mengungkapkan bahwa dunia daring memberikan manfaat dalam inklusi sosial bagi individu dengan disabilitas fisik (Attrill & Fullwood, 2016).

Tahap-Tahap Dalam Presentasi Diri Daring

Mazur (2017) mengungkapkan bahwa terdapat sembilan tahapan yang menjadi pembeda presentasi diri antara dewasa muda dengan disabilitas fisik dan mereka yang tidak memiliki disabilitas fisik dalam menampilkan diri saat menggunakan aplikasi kencan daring. Tahap pertama merupakan tahap yang berkaitan dengan *setting*, di mana individu mencari atau membandingkan layanan kencan daring yang sesuai. Pada tahapan ini individu dengan disabilitas fisik cenderung untuk mencari tempat yang merasa rasa aman bagi mereka dalam menampilkan diri dengan bebas. Selanjutnya, tahap kedua, berkaitan dengan *environment* atau lingkungan tempat di mana mereka akan terlibat pada aplikasi kencan daring. Dalam memutuskan untuk mendaftar aplikasi kencan daring, biasanya dewasa muda dengan disabilitas fisik cenderung untuk mendaftarkan diri pada aplikasi yang memiliki testimoni yang baik dari sesama mereka yang juga memiliki disabilitas fisik. Hal ini dilakukan untuk mengurangi kecemasan akan penolakan yang mungkin dilakukan oleh orang-orang pada aplikasi tersebut.

Selanjutnya, tahap ketiga yaitu menentukan dan membuat profil diri di aplikasi yang dipilih. Dalam menyajikan presentasi diri, dewasa muda dengan disabilitas fisik cenderung berusaha untuk menunjukkan dirinya tanpa memperlihatkan disabilitas fisik yang mereka miliki. Individu dengan disabilitas fisik mental misalnya, akan menunjukkan foto profil terbaik mereka, dan tidak menunjukkan kata-kata yang menggambarkan disabilitas fisik yang mereka miliki di laman profil.

Selanjutnya pada tahap empat yaitu pemilihan pasangan yang potensial. Individu dengan disabilitas fisik cenderung untuk memilih orang-orang yang mereka anggap tidak mungkin memiliki kekerabatan dengan kenalan atau orang-orang yang berada dalam lingkungan mereka. Dewasa dengan disabilitas fisik cenderung merasa nyaman dengan anonimitas dan khawatir dengan reaksi yang akan ditimbulkan oleh orang yang ditemui terkait disabilitas fisik yang dimiliki.

Pada tahap kelima, yaitu proses inisiasi perkenalan. Mereka yang memiliki disabilitas fisik pada umumnya enggan untuk memulai percakapan untuk pertama kalinya dengan orang yang ia temui melalui kencana daring. Ketika sudah mendapatkan percakapan awal, mereka akan mencoba untuk bersosialisasi dan mencoba berkenalan pada beberapa orang lainnya yang dianggap potensial.

Pada tahap keenam, yaitu menjalin percakapan. Mazur (2017) mengungkapkan bahwa 40% laki-laki dan 25% wanita cenderung membalas dan melanjutkan percakapan dengan orang yang mereka temukan di aplikasi kencana daring. Berkaitan dengan percakapan yang terjalin, hal ini sangat bergantung dengan disabilitas fisik yang dimiliki. Pada mereka yang memiliki disabilitas fisik intelektual misalnya, terdapat kendala yang mungkin menghambat percakapan untuk berjalan dengan lancar. Tahapan ini juga sangat menjadi penentu bagi tahap selanjutnya, yaitu keputusan untuk menjalin komunikasi secara lebih intens.

Pada tahap ketujuh ini individu yang merasa cocok dengan orang yang mereka temui biasanya akan melanjutkan topik percakapan menuju arah yang lebih spesifik dan mendalam. Sementara itu, bagi dewasa muda dengan disabilitas fisik yang menghambat proses komunikasi mereka akan cenderung sulit dalam menghadapi tahap ini.

Tahapan kedelapan merupakan tahapan ketika individu memutuskan untuk bertemu secara langsung dengan orang yang mereka kenal melalui aplikasi kencan daring. Tahapan ini umumnya menjadi tahapan tersulit bagi mereka yang tidak menyampaikan disabilitas fisik yang dimiliki sejak awal perkenalan. Penerimaan dari calon pasangan tentang disabilitas fisik yang mereka miliki umumnya menjadi kunci untuk pertemuan secara langsung di luar aplikasi kencan daring. Pada tahapan selanjutnya, yang merupakan tahapan terakhir, terdapat dua kemungkinan yang terjadi yaitu mereka sudah menjalin hubungan dengan pasangan yang mereka temui melalui aplikasi kencan daring atau justru mereka memulai hubungan baru dari awal kembali.

Jenis Kelamin dan Presentasi Diri Daring

Jenis kelamin, usia, dan budaya adalah beberapa faktor yang mempengaruhi presentasi diri seseorang di dunia maya (Attrill, 2015). Laki-laki pada umumnya akan lebih tertarik dengan informasi atau hal-hal yang berkaitan dengan gambar utama dan teks singkat di halaman profil kencan daring, melihat presentasi diri dari lawan jenis. Pada sisi lain, perempuan cenderung memperhatikan teks yang lebih deskriptif dan jenis foto yang beragam dari lawan jenis di aplikasi kencan daring (Toma, 2010).

Usia dan Presentasi Diri Daring

Selanjutnya, usia menjadi faktor yang berperan dalam penyajian konten terkait presentasi diri di aplikasi kencan daring (Finkel *et al*, 2012). Usia remaja biasanya akan cenderung memberikan informasi yang berkaitan dengan identitas mereka sebagai remaja,

misalnya akun mereka di media sosial yang sering mereka gunakan atau kelompok yang menjadi bagian dari diri mereka. Pada usia dewasa, individu cenderung untuk menampilkan informasi terkait pencapaian mereka atau tempat mereka bekerja (Cali *et al*, 2013). Budaya berperan sebagai faktor yang menentukan presentasi diri karena masing-masing budaya memiliki keunikan tertentu dalam hal proses pengenalan diri dan penyajian informasi yang umum diberikan saat berkenalan dengan orang lain (Hamilton, 2016).

Status Sosial dan Presentasi Daring

Berbeda dengan Attrill, Mazur (2017) menyebutkan faktor lainnya yang berperan pada presentasi seseorang adalah status sosial dan disabilitas yang dimiliki. Seseorang yang memiliki status sosial tinggi pada umumnya akan menampilkan diri mereka menggunakan atribut atau kekayaan yang mereka miliki baik dalam foto atau teks.

Tipe Disabilitas dan Presentasi Diri Daring

Selanjutnya, individu dengan disabilitas cenderung menampilkan presentasi diri tanpa menyertakan identitas mereka sebagai individu dengan disabilitas ketika mereka berada pada aplikasi kencan daring yang umum. Pada sisi lain, ketika individu dengan disabilitas menggunakan aplikasi kencan daring yang dikhususkan bagi individu dengan disabilitas, umumnya mereka akan terbuka terkait disabilitas yang dimiliki. Hal ini dilakukan untuk menghindari stigma negatif bagi diri mereka (Mazur, 2017). Informasi yang dijelaskan pada beberapa penelitian di atas adalah paparan yang berkaitan dengan presentasi diri pada individu dengan disabilitas fisik. Mazur (2017) menjelaskan bahwa individu dengan disabilitas fisik merupakan jenis disabilitas yang paling sering mengalami dilema dalam menampilkan diri mereka secara daring. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada disabilitas fisik guna menemukan dinamika presentasi diri pada individu pengguna aplikasi kencan daring.

Dinamika Psikologis Presentasi Diri Daring pada Disabilitas Fisik di Aplikasi Kencan

Penulis melakukan wawancara pada 6 subjek pengguna aplikasi kencan Tinder yang mengalami disabilitas fisik, hasilnya berikut ini.

Temuan 1. Motivasi Penggunaan Aplikasi Kencan Daring

Pencarian pasangan melalui aplikasi kencan daring dipilih karena berbagai alasan seperti susahnya bertemu pasangan yang cocok secara langsung, adanya kemudahan untuk bertemu banyak kenalan melalui aplikasi, dan keleluasaan mencari pasangan berdasarkan kriteria di aplikasi kencan daring. Sementara, seiring perjalanan waktu penggunaan, terdapat tiga partisipan yang mengubah motivasi awal karena adanya pengalaman terkait stigma terhadap disabilitas yang dimilikinya.

Motivasi ketiga partisipan menunjukkan perubahan, dari mencari pasangan menjadi keinginan untuk menjalin hubungan pertemanan dan menemukan teman bicara terkait hobi-hobi yang dimiliki. Cerita TM dalam beberapa kesempatan memperoleh reaksi berupa stigma tentang disabilitas yang ia miliki setelah melakukan percakapan melalui aplikasi Tinder.

"... ada yang langsung unmatch, ada yang bilang kaya memangnya disabilitas boleh pakai Tinder gitu, ada yang ya masih tetap chat tapi kaya jadi berkurang gitu intensitasnya, trus ada juga yang lanjut tapi katanya cuma bisa jadi teman aja karena orang tuanya gak menerima aku, tapi syukurnya sampai sekarang jadi teman dekat dan udah beberapa kali ketemuan juga sih. Semenjak itu ya aku jadinya kayak niat di Tinder itu untuk cari temen ajalah gak berharap yang ke arah pasangan lagi." (TM75)

Cerita GD mengalami hal yang serupa, ketika kenalan melalui aplikasi Tinder kemudian menghilang dan menghapusnya dari *match* setelah mengetahui dia memiliki disabilitas fisik.

"...kenalan dari Tinder waktu itu, udah pindah ke IG dan WA eh tiba-tiba dianya ghosting, trus pas aku mau chat lagi di

Tindernya ternyata udah di unmatch sama dianya, itu setelah dia tau tentang aku yang sebenarnya banget kejadiannya. Dari situ agak trauma ya, jadi ya misalnya match ya niatnya jadi temen aja, ngobrolin kesukaaan masing-masing tapi gak berharap lebih dari temen" (GD,93).

Temuan 2: Profil Foto dan Deskripsi Diri Pengguna

Presentasi diri *online* pada aplikasi kencan daring mengacu pada dua komponen utama, yaitu foto profil dan deskripsi diri pengguna. Terdapat dua jenis aplikasi kencan daring yang menjadi pilihan dari pengguna, antara lain aplikasi Tinder dan Bumble. Keenam partisipan dalam penelitian ini memilih untuk menampilkan foto asli diri mereka di aplikasi kencan daring dengan berbagai pertimbangan.

Pengalaman dari salah satu pengguna mengungkapkan bahwa penggunaan foto asli bermotivasi untuk menampilkan dirinya secara nyata sehingga tidak terkesan menipu orang lain. Pemilihan foto didasarkan pada *background* dan pencahayaan yang baik. Namun demikian, pilihan foto profil yang tidak menampilkan disabilitas yang dimilikinya dan memilih untuk mengungkapkan hal tersebut setelah memulai percakapan.

"...Aku sih lebih ke yang apa adanya aja ya bukan yang kaya di edit-edit berlebihan gitu, cuma aku tampilin sisi terbaik aku aja kaya dari segi pencahayaan di foto, anglenya, gitu aja sih, cuma memang aku gak gunain foto yang nunjukin disabilitas ku ya, jadi itu akan aku sampaikan saat udah match gitu supaya lebih terbuka." (MFA, 156)

Sementara itu, pengalaman ketiga partisipan GD, AW, dan NAW lebih memilih menggunakan foto yang menampilkan disabilitas fisik mereka di aplikasi kencan daring dengan pertimbangan tertentu. GD memilih untuk menampilkan foto disabilitas karena belajar dari pengalaman sebelumnya. GD mengalami stigma ketika mengungkapkan disabilitasnya dalam percakapan dengan kenalan dari aplikasi Tinder. Pengalaman tersebut membuatnya merasa

lebih baik jika dia menampilkan foto profil dengan disabilitas yang dimilikinya.

"Kalau di foto ada sih Dir, dua-duanya foto yang jelas kelihatan aku lagi duduk di kursi roda gitu, tapi kalau di bagian kolom deskripsi aku gak share apa pun sih tentang disabilitas aku, cuma ya seiring nge-chat pasti aku mastiin lagi si kenalan tau kalau aku punya disabilitas, karena sejujurnya takut aja sih kalau udah berlanjut tapi tiba-tiba hal itu jadi masalahnya." (GD, 81)

Pengalaman dari NAW juga memilih untuk menampilkan foto profil dengan menunjukkan disabilitas yang ia miliki karena merasa bangga bahwa disabilitas yang dimilikinya merupakan bagian dari dirinya dan tidak perlu ditutupi.

"...iyaa aku nunjukin kok satu foto itu kan aku lagi berdiri dengan walker, trus foto yang satunya enggak sih karena itu kaya gak full body juga, trus kaya selain di foto biasanya aku juga sounding ketika mulai chat soalnya aku merasa ya I'm proud of my self jadi kaya gak pengen ada negative vibe aja ke depannya gitu, kalau ngerasa gak bisa terima ya silahkan unmatched." (NAW, 88)

Pada deskripsi profil, keenam partisipan memilih untuk menampilkan hobi atau minat mereka sebagai cara untuk menampilkan diri secara menarik. AN dan NFA memiliki pertimbangan bahwa hobi dapat menjadi pemicu untuk memulai percakapan di aplikasi kencan daring. Sementara AW, GD, TM, dan MFA menampilkan hobi dengan pertimbangan bahwa hobi merupakan patokan atau hal yang menjadi pemicu seseorang memilih kenalan atau *match* di aplikasi kencan daring.

Temuan 3: Menginisiasi Percakapan Melalui Aplikasi Kencan Daring

Keenam partisipan memiliki cara yang berbeda dalam menginisiasi percakapan di dalam aplikasi kencan daring. MFA memilih untuk memulai percakapan dengan topik terkait hobi yang dijelaskan kenalan di deskripsi profil kenalan. Baginya, memulai dengan membahas hobi biasanya akan berujung dengan percakapan yang lancar dan berlanjut panjang.

"Iya jadi kaya misalnya ni ya pas awal-awal match kadang kalau orang ada nara hobinya kan bisa bahas, suka masak ya, atau apa gitu, kayak kalau aku pribadi biasanya gitu sih biasanya kalau mulai buka pembicaraanya." (MFA, 177)

GD memilih untuk memulai percakapan dengan menanyakan domisili atau asal dari kenalan sebagai inisiasi percakapan. Ketika percakapan dimulai dan berlanjut, GD langsung memutuskan untuk menyampaikan tentang disabilitasnya dan jika dirasa kenalan menerima hal tersebut, maka dia akan melanjutkan pembahasan ke arah yang lebih lanjut seperti membahas tentang hal yang disukai atau hobi masing-masing.

AN menggunakan aplikasi kencan Tinder dan Bumble dengan cara yang berbeda dalam menginisiasi percakapan. Melalui aplikasi Tinder, AN biasanya memulai dengan pertanyaan terkait domisili, hobi, atau hal-hal yang bersifat basa-basi. Sementara melalui Bumble, AN biasanya mengawali dengan pertanyaan-pertanyaan yang disediakan oleh fitur Bumble untuk menginisiasi percakapan.

"AW yang secara spesifik memilih kenalan berdasarkan kecocokannya yang kurang lebih sama dengannya yaitu orang yang memiliki hobi mendaki dan mencintai alam menginisiasi percakapan dengan cara membahas hobi spesifik tersebut dan biasanya menanyakan "Hobi mendaki yaa? sudah pernah mendaki ke mana aja?" (AW, 111)

TM mengungkapkan bahwa dia biasanya memulai percakapan dengan menanyakan pada kenalan alasan memilih *swipe right* ketika melihat profil dirinya. Jawaban dari kenalan akan menjadi petunjuk bagi TM untuk melanjutkan percakapan atau memutuskan untuk *unmatch*.

Sementara, NAW memilih untuk memulai percakapan dengan pertanyaan terkait pendapat para *match* atau kenalannya terkait individu dengan disabilitas. Bila NAW merasa bahwa jawaban individu tersebut menerima, dia akan berlanjut untuk membahas hal-hal yang lain. Sedangkan jika jawaban mengarah pada stigma atau

komentar negatif, NAW memilih untuk *unmatch* atau memutuskan hubungan.

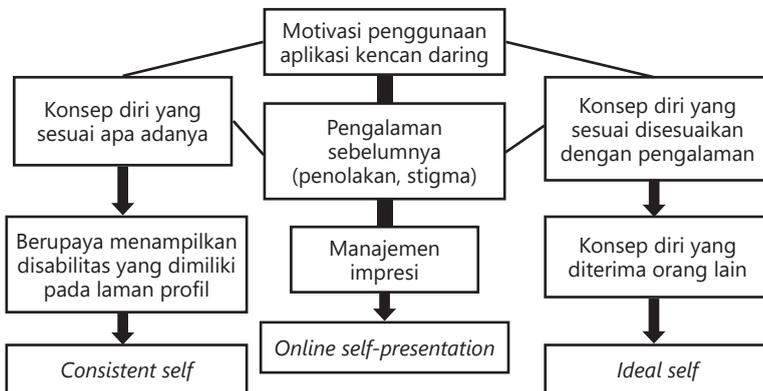
Temuan 4: Stigma yang Dialami Dalam Aplikasi Kencan Daring

Semua partisipan penelitian ini pernah mengalami stigma terkait disabilitas yang mereka miliki. Stigma tersebut beragam, seperti terdapat kenalan yang mengungkapkan secara langsung bahwa ia tidak ingin berhubungan dengan individu dengan disabilitas, atau diungkapkan melalui perlakuan yang memutuskan hubungan *unmatch* setelah partisipan menyampaikan disabilitas yang dimilikinya. Meskipun demikian, tiga partisipan mengaku pernah menjalin hubungan romantis dengan pasangan yang mereka temui dari aplikasi kencan daring. Salah satunya MFA, yang menemukan pacar dan sempat menjalani hubungan dengan pasangan dari Tinder.

"Iya pernah pacaran kenalan dari Tinder, ee kurang lebih sekitar 3 bulan lah kemarin tu, tapi belum direstui orang tua pasanganku karena disabilitasnya aku." (MFA, 55)

Dalam menyikapi stigma yang dialami, partisipan memiliki strategi masing-masing yang akhirnya berdampak pada keterbukaan mereka dalam menampilkan disabilitas yang dimiliki.

Berdasarkan temuan tersebut di atas, maka dapat digambarkan dalam sebuah bagan berikut ini.



Ketika individu memiliki konsep diri yang positif terkait disabilitas yang dimiliki, dalam membentuk impresi diri, individu akan berusaha menampilkan dirinya dengan disabilitas yang dimiliki baik pada elemen foto profil maupun deskripsi diri. Hal ini menunjukkan bahwa individu memilih untuk menampilkan diri mereka secara konsisten di dunia maya maupun secara langsung. Pada sisi lain, ketika individu mengalami pengalaman akan penolakan, maupun stigma karena disabilitas yang dimiliki, hal ini berdampak pada konsep diri individu sehingga memilih untuk menampilkan diri dengan sisi terbaik yang dipengaruhi sikap yang akan dimunculkan orang lain.

Dalam menampilkan diri di aplikasi kencan daring dengan disabilitas fisik mempertimbangkan pemilihan foto profil maupun deskripsi diri yang sesuai dengan motivasi mereka dalam menggunakan aplikasi kencan daring. Mengacu pada kerangka teori yang dikemukakan Fullwood (2016), temuan penelitian mengonfirmasi bahwa motivasi dalam menggunakan aplikasi kencan daring menentukan impresi diri yang akan dibangun oleh individu secara *online*. Hal ini berkaitan dengan aspek-aspek yang terdapat dalam kencan daring yang menjadikan individu lebih leluasa dalam menampilkan dirinya dengan adanya aspek asinkronitas dan akses di dunia maya (Fullwood, 2016). Temuan penelitian yang berkaitan dengan presentasi diri dalam profil aplikasi kencan daring ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan Leary dan Kowalski (1990) yang mengungkapkan bahwa dalam pengaturan impresi diri, individu akan mengacu pada motivasi utama mereka dalam berinteraksi di dunia maya.

Pengalaman partisipan terhadap stigma terkait disabilitas fisik menjadi pertimbangan bagi partisipan untuk mengubah motivasi awal mencari pasangan menjadi hubungan pertemanan, yang dianggap memiliki risiko penolakan lebih rendah. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Mazur (2017) bahwa motivasi individu dengan disabilitas dalam aplikasi kencan daring ditentukan oleh penerimaan kenalan terkait diri mereka. Selain itu, berdasarkan

hasil *within case analysis* pada partisipan MFA, ditemukan bahwa partisipan yang sudah menjalani hubungan jangka panjang dan mengakhiri hubungan karena mengalami stigma terkait disabilitas yang dimilikinya. Hal ini pada akhirnya menjadikannya tidak terbuka tentang disabilitasnya di laman profil dan lebih memilih menyampaikan disabilitas yang dimiliki melalui percakapan. Pertimbangan ini dipilih untuk menghindari penolakan sejak awal dan memperoleh kesempatan untuk memiliki kenalan lebih banyak. Sebaliknya, partisipan GD yang juga mengalami stigma saat menjalin hubungan pacaran dengan kenalan dari aplikasi kencan daring justru memilih terbuka sejak awal tentang disabilitasnya. Pertimbangan GD, disabilitas yang dimilikinya bukan suatu hal yang perlu ditutupi dan menganggap dengan menampilkan diri secara apa adanya justru dapat menghindarkan dirinya dari penolakan dalam hubungan jangka panjang. Berdasarkan perbedaan keputusan dalam presentasi diri pada dua partisipan yang sama-sama mengalami stigma tersebut, hal yang membedakan keduanya adalah *self-esteem* serta konsep diri mereka terkait disabilitas yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Porter (2017) bahwa konsep diri dan *self-esteem* yang dimiliki individu akan berperan dalam impresi diri yang ditunjukkan di aplikasi kencan daring dan juga tingkat kecemasan individu akan penilaian dari orang lain di dunia maya.

Pemilihan foto maupun deskripsi diri partisipan yang memiliki motivasi untuk menjalin hubungan romantis berupaya untuk menampilkan diri dengan disabilitas yang dimiliki sejak awal melalui profil. Di sisi lain ada pula yang tidak menampilkan di profil dan menyampaikannya ketika memulai percakapan di aplikasi kencan daring. Adapun pertimbangan dari pemilihan informasi tersebut antara lain adanya pengalaman sebelumnya akan penolakan karena disabilitas yang dimiliki, berupaya untuk tidak dianggap berbohong, dan tidak ingin mendapatkan stigma tentang disabilitas di kemudian hari. Hal ini sesuai dengan teori Fullwood (2016) bahwa guna mempertahankan kesesuaian diri secara nyata dan maya, individu akan menampilkan *consistent self* mereka dalam membentuk impresi

secara daring. Pada sisi lain, ketika individu berupaya untuk diterima secara positif, mereka cenderung akan membentuk impresi yang mengarah pada *ideal self* dalam menampilkan dirinya secara daring. Hal ini juga berkaitan dengan bagaimana aplikasi kencan daring sebagai salah satu laboratorium sosial dapat membebaskan individu dalam menampilkan dirinya sesuai dengan tujuan penggunaan (Fullwood, 2016).

Selanjutnya, berkaitan dengan disabilitas yang dimiliki partisipan, terdapat dua pola yang digunakan untuk menunjukkan keterbukaan terkait disabilitas yang dimiliki. Tiga partisipan yang sudah mengalami pengalaman akan penolakan karena disabilitasnya dan memilih untuk mengungkapkan disabilitas yang dimiliki secara terbuka melalui foto profil untuk mencegah stigma yang dialami di kemudian hari. Sementara itu, partisipan yang memilih untuk tidak menampilkan disabilitas yang dimiliki di profil memiliki pertimbangan bahwa dengan demikian mereka memiliki kesempatan untuk dapat bertemu dan memulai percakapan dengan lebih banyak orang. Berkaitan dengan pertimbangan individu dalam penelitian ini, pengalaman negatif terkait stigma yang didapatkan sebagai individu dengan disabilitas, menjadi alasan pengguna untuk menampilkan diri mereka apa adanya dengan cara menunjukkan *consistent self* antara diri mereka sebenarnya dan yang ditampilkan secara *online*. Sementara itu, bagi partisipan yang memilih untuk menampilkan *ideal self*, memiliki pertimbangan bahwa sisi terbaik mereka lebih baik ditampilkan untuk memperoleh banyak kenalan.

Temuan studi ini juga sejalan dengan penelitian Porter *et al* (2017) yang menemukan bahwa dalam menjalin hubungan melalui *online dating* berbagai pertimbangan yang melandasi keterbukaan individu dengan disabilitas berkaitan dengan konsekuensi penolakan dari kenalan, dan juga potensi untuk bertemu dengan sebanyak-banyaknya individu potensial. Individu yang cemas akan penolakan cenderung menampilkan diri secara terbuka sejak awal terkait disabilitas yang mereka miliki (Porter *et al*, 2017). Hal ini juga sesuai dengan penelitian Mazur (2017) yang mengungkapkan

bahwa individu dengan disabilitas cenderung memilih untuk menampilkan dirinya apa adanya untuk mengantisipasi penolakan yang diakibatkan oleh disabilitas yang dimilikinya.

Selain itu, pengalaman sebelumnya yang dialami oleh partisipan yang berkaitan dengan stigma yang diberikan oleh kenalan terkait disabilitas yang mereka miliki juga berperan penting pada kepercayaan diri partisipan dalam menampilkan dirinya. Individu yang merasa bahwa disabilitas yang dimiliki merupakan sesuatu yang tidak perlu ditutupi dan percaya diri dengan kemampuan dirinya di samping disabilitas yang dimiliki cenderung untuk menampilkan dirinya dengan foto profil yang menampilkan disabilitas mereka. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Saltes (2013) menemukan bahwa *self-esteem* individu dengan disabilitas menentukan pemilihan impresi diri yang dibentuk dalam menjalin hubungan di aplikasi kencan daring. Tinggi rendahnya tingkat kepercayaan diri individu ditentukan oleh beberapa faktor seperti penerimaan akan disabilitas yang dimiliki, jenis disabilitas yang dimiliki, dan tingkat keberfungsian individu dalam lingkungan sosialnya (Saltes, 2013). Individu yang merasa bahwa disabilitas yang dimiliki tidak menjadi penghalang bagi mereka dalam menampilkan performa yang dituntut dalam hubungan romantis akan cenderung lebih menampilkan diri mereka secara positif dan terbuka dengan disabilitas yang dimiliki.

Berdasarkan cerita dari keenam partisipan, mereka pernah mengalami stigma tentang disabilitas yang mereka miliki dari kenalan yang ditemui melalui aplikasi kencan daring. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Mazur (2017), bahwa individu dengan disabilitas yang sudah pernah menjalin hubungan romantis dan mengalami stigma karena disabilitas mereka akan menutupi disabilitas yang dimiliki karena dianggap akan cenderung lebih aman dari stigma yang disebabkan oleh kenalan mereka di aplikasi kencan daring. Sedangkan temuan berdasarkan wawancara menunjukkan bahwa partisipan yang sudah pernah terlibat dalam hubungan romantis dan mengalami stigma, cenderung lebih

terbuka tentang disabilitas mereka dibandingkan partisipan yang belum pernah menjalin hubungan romantis sebelumnya.

Jenis disabilitas partisipan yang merupakan tuna daksa di mana disabilitas tersebut akan secara langsung terlihat saat pertemuan secara langsung, juga menjadi pertimbangan di balik keterbukaan mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Porter (2017) yang menemukan bahwa jenis dan tingkat keparahan disabilitas individu merupakan satu aspek yang penting dalam mempertimbangkan keterbukaan dalam suatu hubungan secara *online*. Selain jenis disabilitas, dalam penelitian ini, sejauhmana disabilitas mereka akan terlihat secara langsung juga menjadi pertimbangan akan impresi yang mereka bangun di aplikasi kencan daring. Berkaitan dengan individu yang memiliki disabilitas fisik yang memang sangat terlihat secara langsung, seperti menggunakan kursi roda ataupun alat bantu jalan, mereka cenderung untuk menampilkannya di foto profil untuk menghindari penolakan. Sejalan dengan penelitian Brosnan dan Gavin (2021), visibilitas dari disabilitas yang dimiliki menentukan tingkat keterbukaan dalam membagikan informasi di aplikasi kencan daring.

Dalam konteks budaya di Indonesia, penggunaan aplikasi kencan daring yang masih dianggap sebagai cara terakhir untuk menemukan pasangan, juga menjadi salah satu aspek yang menentukan keterbukaan individu dengan disabilitas. Pengalaman akan stigma yang didapatkan dari keluarga pasangan atau orang-orang terdekat dari pasangan mengubah pandangan partisipan tentang impresi dan motivasi yang mereka ingin dapatkan melalui aplikasi kencan daring. Dalam hal ini, hal yang membedakan penentuan dari keterbukaan akan disabilitas yang ditampilkan pada penelitian ini juga berkaitan dengan tanggapan atau dukungan dari orang-orang sekitar, baik keluarga atau teman.

Partisipan memilih untuk menampilkan disabilitas mereka melalui profil untuk menghindari tanggapan yang negatif terkait motivasi mereka dalam menggunakan aplikasi kencan daring dari kenalan. Selain itu, pandangan bahwa proses perkenalan

online yang akan berujung pada pertemuan secara langsung juga membuat pengguna aplikasi kencan daring lebih memilih menampilkan disabilitas dan menampilkan *consistent-self* dalam profil mereka. Hal ini sesuai pada temuan penelitian yang dilakukan oleh Bramanwidyantari & Helmi (2020) pada 383 individu di aplikasi Tinder, yang menunjukkan bahwa foto dan deskripsi diri yang apa adanya dan bersikap terbuka akan lebih terhindar dari penolakan meskipun penelitian ini dilakukan pada partisipan tanpa disabilitas fisik.

Pada sisi lain, keberhasilan individu dalam aplikasi kencan daring, terutama Bumble dan Tinder, ditentukan dari jumlah *match* yang didapatkan oleh individu. Sama halnya dengan individu tanpa disabilitas, bagi individu dengan disabilitas *match* merupakan awal dari hubungan yang mungkin terjalin melalui aplikasi kencan daring. Berdasarkan temuan penelitian, baik individu dengan disabilitas yang memilih terbuka tentang disabilitas yang dimilikinya sejak awal melalui profil dan informasi diri atau mereka yang memilih menyampaikannya melalui percakapan, memiliki kesempatan yang sama untuk menjalin hubungan. Faktor yang menjadi pembeda adalah bagaimana individu dengan disabilitas ini dapat menampilkan sisi terbaik dari diri mereka yang dapat menarik kenalan untuk melanjutkan percakapan secara lebih *intense*. Temuan penelitian ini didukung oleh pendapat Mazur (2017) bahwa keterbukaan akan disabilitas yang dimiliki akan menghasilkan hubungan jangka panjang yang efektif selama individu dengan disabilitas percaya akan kapasitas diri mereka dalam suatu hubungan.

Penutup

Presentasi diri daring yang mengalami disabilitas fisik menggunakan pertimbangan sejauhmana mereka menampilkan presentasi diri *online* dalam profil aplikasi kencan daring dan pertimbangan dari tampilan diri yang memiliki tujuan untuk pencarian pasangan.

Presentasi diri *online* terlihat dalam profil aplikasi kencan daring yang digambarkan melalui foto dan deskripsi diri. Para penyandang disabilitas fisik menampilkan disabilitas mereka melalui dua cara, yaitu sejak awal melalui laman profil aplikasi kencan daring, atau ketika proses perkenalan setelah percakapan berlangsung.

Pertimbangan terkait keterbukaan akan disabilitas yang dimiliki dalam penelitian ini ditentukan oleh pengalaman sebelumnya yang dimiliki, konsep diri terkait disabilitas yang dimiliki, dan tanggapan mereka akan stigma yang pernah dihadapi. Selain itu, jenis dan tingkat keparahan akan disabilitas yang dimiliki juga menjadi pertimbangan dalam menentukan impresi yang ingin dibentuk partisipan. Aspek-aspek tersebut menjadi pertimbangan individu dalam memilih foto profil maupun mendeskripsikan dirinya tentang disabilitas yang dimiliki.

Adanya kesesuaian antara tampilan asli diri mereka dengan tampilan di aplikasi kencan daring merupakan hal yang penting bagi diri mereka maupun bagi calon kenalan yang akan ditemui. Kesesuaian antara tampilan asli diri dengan tampilan di aplikasi kencan daring dianggap sebagai kunci yang menentukan akan terjadi atau tidaknya hubungan jangka panjang dengan kenalan.

Daftar Pustaka

- Attrill, A. (2015). *The manipulation of online self-presentation: Create, edit, re-edit and present*. Springer.
- Attrill, A., & Fullwood, C. (2016). *Applied cyberpsychology*. Palgrave Macmillan.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American psychologist*, 55(5), 469.
- Bachdar, S. (2018). Apa Yang Akan Dilakukan Tinder di Indonesia? Retrieved April 17, 2021, from Marketeers - Majalah Bisnis & Online Marketing - Marketeers.com website: <http://marketeers.com/apa-yang-akan-dilakukan-tinder-di-indonesia/>
- Bramanwidyantari, M., & Helmi, A.H. 2020. "Self-Presentation Pengguna Online Dating Tinder (Analisis Tematik)". Manuskrip

- Tesis. Magister Psikologi Fakultas Psikologi UGM. Yogyakarta
- Brosnan, M., & Gavin, J. (2021). The Impact of Stigma, Autism Label and Wording on the Perceived Desirability of the Online Dating Profiles of Men on the Autism Spectrum. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 51(11), 4077-4085.
- Cali, B. E., Coleman, J. M., & Campbell, C. (2013). Stranger danger? Women's self-protection intent and the continuing stigma of online dating. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(12), 853-857.
- Clarke, V., & Braun, V. (2017). Thematic analysis. *The SAGE handbook of qualitative research in psychology*, 2, 17-37.
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(1), 3-66.
- Goffman, E. (2002). The presentation of self in everyday life. 1959. *Garden City, NY*, 259.
- Fullwood, C., James, B. M., & Chen-Wilson, C. H. (2016). Self-concept clarity and online self-presentation in adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 716-720.
- Fullwood, C., Wesson, C., Chen-Wilson, J., Keep, M., Asbury, T., & Wilsdon, L. (2020). If the Mask Fits: Psychological Correlates with Online Self-Presentation Experimentation in Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(11), 737-742.
- Gozza-Cohen, M., & May, D. (2012). Individuals with disabilities and internet use. In Z. Yan (Ed.), *Encyclopedia of Cyber Behavior*. Hershey, PA: IGI Global, 23 (12), 242-258
- Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A. M., & Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 91-98.
- Hamilton, N. F. (2016). Romantic relationships and online dating. In *Applied cyberpsychology* (pp. 144-160). Palgrave Macmillan, London.
- Hurlock, Elizabeth B. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.

- Infurna, F. J., & Wiest, M. (2018). The effect of disability onset across the adult life span. *The Journals of Gerontology: Series B*, 73(5), 755-766.
- Khan, K. A. (2020). The contradiction between self-protection and self-presentation on knowledge sharing behaviour: evidence from higher education students in Pakistan. *International Journal of Knowledge and Learning*, 13(3), 246-271.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological bulletin*, 107(1), 34.
- Mazur, E., & Kozarian, L. (2010). Self-presentation and interaction in blogs of adolescents and young emerging adults. *Journal of Adolescent Research*, 25(1), 124-144.
- Mazur, E. (2017). Diverse disabilities and dating online. In *Identity, sexuality, and relationships among emerging adults in the digital age* (pp. 150-167). IGI Global.
- Milbrodt, T. (2019). Dating Websites and Disability Identity: Presentations of the Disabled Self in Online Dating Profiles. *Western Folklore*, 78(1), 67–100. <https://www.jstor.org/stable/26864142>
- Poerwandari, E. K. (2017). Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia. *Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) UI*.
- Porter, J. R., Sobel, K., Fox, S. E., Bennett, C. L., & Kientz, J. A. (2017). Filtered out: Disability disclosure practices in online dating communities. *Proceedings of the ACM on Human-Computer interaction*, 1(CSCW), 1-13.
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80-101.
- Rosenfeld, M. J., & Thomas, R. J. (2012). Searching for a mate: The rise of the Internet as a social intermediary. *American Sociological Review*, 77(4), 523-547.
- Saltes, N. (2013). Disability, identity, and disclosure in the online dating environment. *Disability & Society*, 28(1), 96–109. doi:10.1080/09687599.2012.695577
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the

- dating application Tinder. *Telematics and informatics*, 34(1), 67-78.
- Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2010). Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. *Communication Research*, 37(3), 335-351.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Who visits online dating sites? Exploring some characteristics of online daters. *CyberPsychology & Behavior*, 10(6), 849-852.
- Wiederhold, B. K. (2015). Twenty years of online dating: Current psychology and future prospects.
- Yin, R. K. (2011). *Applications of case study research*. Sage Publishing.

BAGIAN KETIGA

SEPUTAR *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)

Dari KEPO ke FoMO. KEPO merupakan singkatan dari '*knowing every particular object*' yang artinya mengetahui setiap objek tertentu. Kata tersebut sangat familiar sejak generasi milenial sampai generasi Z sekarang ini. Rasa ingin tahu yang besar ini sangat dimungkinkan karena kemajuan teknologi digital yang sangat pesat. Dengan sebuah *smartphone* di genggaman tangan, maka seorang remaja akan menjelajah ke dunia entah berantah, termasuk halnya aktivitas yang dilakukan oleh teman-temannya. Rasa ingin tahu yang besar ini, menyebabkan seseorang akan semakin terikat dengan dunia siber. akhirnya akan muncul perasaan cemas terhadap ketidakikutsertaannya dalam aktivitas teman-temannya. Mereka yang memiliki FoMO yang tinggi, akan muncul perasaan tidak nyaman, cemas, dan gelisah.

Banyak faktor yang menyebabkan munculnya FoMO dan seringkali disebabkan karena rasa sepi atau kesepian yang dialami seseorang. Seseorang dengan FoMO tinggi, seringkali diliputi rasa sepi yang mendalam. Muncul rasa cemas dan khawatir jika harus terpisah dengan lingkungannya. Di sisi lain, ada banyak tipe kepribadian yang mendorong munculnya FoMO, salah satunya adalah harga diri. Mereka dengan harga diri tinggi lebih mandiri dan tidak mengalami rasa cemas. Oleh karenanya, kemunculan FoMO akan dikaji dari sisi kesepian dan harga diri.

Mereka yang telah menjalani hari-harinya dengan FoMO yang tinggi, akan memiliki dampak yang kurang baik, baik dari sisi kehidupan sehari-hari maupun dalam kinerja. Oleh karenanya, bagaimana caranya mengelola FoMO agar tercipta kepuasan diri? Dalam artikel berikutnya, FoMO dan kepuasan diri, akan dikelola dengan regulasi diri. Dinamika psikologis keterkaitan antara ketiga hal tersebut akan dikaji.

Mengapa Kita FoMO? Kajian dari Kesepian dan Harga Diri

Anggita Wulan Destyana, Avin Fadilla Helmi

Demi konten berujung maut, demi meraup kepuasan di dunia siber bagi pengguna internet menunjukkan gejala yang meningkat akhir-akhir ini. Seorang *influencer* dari India pura-pura bunuh diri dengan menabrakkan diri ke kereta api hanya demi sebuah konten untuk sosial media (Khusniah, 2021). Sedangkan di Indonesia, digemparkan dengan kasus bunuh diri seorang pria dari Palembang dan menyiarkannya secara *live* di akun Instagram miliknya (Idz, 2022). Peristiwa lain yang juga berujung maut adalah kasus kecelakaan akibat *selfie* seperti yang dilakukan Eri Yunanto. Ia terpeleset dan jatuh ke kawah ketika melakukan *selfie* di atas Puncak Garuda Gunung Merapi pada tahun 2015 (Wahono, 2015). Kasus remaja terlindas truk saat menghadang demi mendapatkan rekaman video yang nantinya viral (Nanda, 2021). Tindakan-tindakan berbahaya yang dilakukan demi kepuasan dunia siber tersebut menjadi peringatan bahwa media sosial memiliki dampak negatif. Hal ini terkait dengan fenomena *Fear of Missing Out* atau FoMO di media sosial.

Mahasiswa sebagai Pengguna Internet

Jika dilihat dari jenjang pendidikan di Indonesia, kalangan mahasiswa dan sekolah menengah atas paling banyak menggunakan media sosial yaitu lebih dari 95%. Berdasarkan jenjang usia, usia remaja akhir di Indonesia memiliki persentase lebih dari 90% dalam menggunakan media sosial (Anggraini, 2017). Kelompok usia 18-24 tahun menempati posisi kedua tertinggi dalam menggunakan media sosial (Annur, 2020), usia pada masa-masa menempuh kuliah (Team, 2008).

Dalam perspektif psikologi perkembangan, pada usia tersebut disebut sebagai masa remaja. Masa remaja merupakan masa yang penuh gejolak, diisi oleh banyak konflik, tekanan, serta perubahan suasana hati. Di akhir masa remaja, mahasiswa merupakan remaja akhir yang sedang menjalani beban sebagai pelajar, seperti banyaknya tugas individu maupun kelompok, banyaknya aktivitas non-akademik, jauh dari keluarga bagi yang merantau, serta kurangnya kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kampus, dan lain-lain.

Mahasiswa yang kurang mampu beradaptasi dengan suasana perkuliahan akan memiliki hubungan pertemanan yang kurang baik. Pada akhirnya hal tersebut dapat memicu tumbuhnya rasa kesepian bahkan depresi (Faradhiga, 2017). Rasa kesepian tersebut diatasi oleh para mahasiswa dengan mencari media sebagai penutup kekosongan, seperti berselancar di media sosial (Damayanti & Taufik, 2019).

Apakah *Fear of Missing Out* atau *FoMO* itu?

Fear of Missing Out atau FoMO merupakan suatu kondisi cemas atau diliputi kekhawatiran pada individu bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman lebih berharga yang tidak dialami oleh individu tersebut. Oleh karenanya, FoMO ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dan mengetahui tentang apa yang orang lain lakukan, terutama di media sosial. Individu akan mengalami perilaku yang kompulsif, muncul rasa khawatir jika terlewatkan kesempatan berinteraksi sosial, mendapatkan momen berharga dari orang lain, atau peristiwa lain yang menyenangkan (Przybylski, dkk., 2013; Alt & Boniel-Nissim, 2018).

Individu dengan FoMO cenderung memiliki *irritability*, kecemasan, dan perasaan tidak adekuat. Oleh karenanya, individu tersebut akan menghabiskan waktunya dengan menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial yang berlebih, akan berdampak pada gangguan tidur seperti insomnia (Beyens, dkk., 2016; Adams, dkk., 2017), adiksi penggunaan media sosial (Blackwell, dkk., 2017;

Zanah & Rahardjo, 2020). Abel dkk., (2016), depresi, dan kecanduan alkohol (Baker, dkk., 2016; Dhir, dkk., 2018; Alt, 2015; Oberst, dkk., 2017).

FoMO memiliki empat aspek yaitu *social media engagement*, *psychological need satisfaction*, *overall life satisfaction*, dan *general mood*. *Social media engagement* menggambarkan suatu individu yang terlibat dalam media *online*. *Psychological need satisfaction* menggambarkan perbedaan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan antarindividu. *Overall life satisfaction* menggambarkan kepuasan individu dalam kehidupannya saat ini yang meliputi kesehatan fisik maupun emosi. *General mood* menggambarkan secara keseluruhan refleksi suasana hati individu (Przybylski et al, 2013).

Mengapa Orang FoMO?

Fenomena FoMO meningkat secara signifikan bersamaan dengan meningkatnya kemajuan teknologi sosial media (Abel dkk., 2016; Blackwell, dkk. 2017). Suatu fakta yang tidak terelakkan, Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet yang terus meningkat, apalagi di masa pandemi. Tercatat dalam data yang dihimpun oleh Kominfo dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa persentase pengguna internet Indonesia tahun 2019-2020 berjumlah 73,7%, naik 64,8% dari tahun 2018.

Ada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi FoMO. Menurut Cahyanabila (2021) faktor internal terdiri dari motivasi, jenis kelamin, durasi penggunaan media sosial, sedangkan faktor eksternal yaitu relasi dengan teman. Hasil penelitian Faradhiga (2017) menyatakan bahwa relasi yang kurang baik dengan teman akan memicu kesepian. Selain itu, Abel *et al.*, (2016) mengatakan bahwa kecemasan dan harga diri juga merupakan faktor yang mempengaruhi FoMO.

Harga diri merupakan evaluasi positif atau negatif individu terhadap diri secara keseluruhan (Rosenberg, 1965). Selanjutnya

Rosenberg mengungkapkan bahwa harga diri memiliki dua aspek dalam konstruk harga diri sebagai sikap, yaitu penghormatan diri dan penerimaan diri (*self-acceptance*). Penghormatan diri merupakan sikap ketika individu menghormati dirinya sendiri sebagaimana adanya dan tidak beranggapan bahwa dirinya lebih superior dibanding orang lain. Penerimaan diri (*self-acceptance*) adalah sikap saat individu mengetahui dirinya, menyadari sisi baik dan keterbatasannya, serta menerima tanpa rasa kecewa. Individu dengan harga diri tinggi tidak hanya menerima, namun juga memiliki keinginan sangat kuat untuk tumbuh dan berkembang guna memperbaiki diri serta melampaui keterbatasannya.

Individu dengan harga diri rendah diduga memiliki kecenderungan menjadi rentan terhadap depresi, penggunaan narkoba, dan dekat dengan kekerasan dan kecanduan internet (Srisayekti & Setiady, 2015). Akan tetapi, individu dengan harga yang terlalu tinggi juga dianggap tidak baik (Aydm & San, 2011), cenderung menjadi sombong, atau kadang-kadang narsistik (Baumeister, Smart, & Boden, 1996).

Penelitian Srisayekti & Setiady (2015) menyebutkan bahwa individu dengan harga diri rendah akan mengalami kesulitan dalam berinteraksi dan menghargai orang lain. Hal ini berkaitan dengan rasa kesepian. Kesepian menurut Weiss (1973) dan Chelune *et al*, 1980) adalah pengalaman subjektif yang berkaitan dengan kurangnya hubungan keintiman interpersonal. Hal ini akan berdampak buruk secara mental maupun fisik individu jika dibiarkan terlalu lama dan tidak segera diatasi. Menurut Erzen & Çikrikci (2018), kesepian merupakan variabel signifikan yang mempengaruhi depresi. Oleh karena itu, individu yang merasa kesepian berusaha menghibur diri dengan berbagai cara dan salah satunya aktif bermain media sosial.

Media berbasis gambar seperti Instagram lebih efektif untuk menurunkan perasaan kesepian dan meningkatkan kebahagiaan dan kepuasan hidup (Pittman & Reich, 2016). Instagram merupakan media sosial yang sering digunakan generasi Z, yang menurut data mayoritas pengguna di Indonesia berusia 18-24 tahun (Annur, 2021).

Kesepian terdiri dari dua aspek yaitu *emotional isolation* dan *social isolation*. *Emotional isolation* merupakan kesepian yang terjadi jika tidak ada hubungan emosional yang intim atau koneksi yang intim dengan figur seperti orang tua, sahabat, atau keluarga. *Social isolation* adalah kesepian yang terjadi akibat isolasi sosial tanpa ada hubungan sosial yang erat dan cenderung kurang erat dalam menjalin interaksi serta komunikasi dengan individu dan kelompok lain. Gejala yang muncul adalah perasaan jenuh, bosan, tidak ada tujuan, rendah diri, dan terabaikan dalam lingkungan sosial. *Emotional isolation* lebih menyakitkan daripada *social isolation*, namun keduanya disertai dengan perasaan bosan (Weiss, 1973).

Tingkat kesepian yang tinggi dan harga diri yang rendah memungkinkan individu untuk menggunakan media sosial yang menawarkan pertemanan atau hubungan sosial. Ketika individu sudah mendapatkan kenikmatan dari sosial media, maka tidak menutup kemungkinan mereka akan terus menggunakannya, dan semakin mencari banyak teman di sosial media. Hal tersebut dapat memicu perasaan gelisah jika tidak mengetahui aktivitas teman-temannya yang ada di dunia maya tersebut (Ayamiseha, 2016).

Penggunaan media sosial dapat menjadi salah satu bukti bahwa adanya komunikasi yang dimediasi oleh komputer (*computer-mediated communication*) atau CMC. Venter (2019) menyebutkan bahwa CMC adalah interaksi di ruang siber yang dimediasi oleh komputer atau teknologi. Melalui CMC individu dapat mengekspresikan keluh kesah seperti menceritakan keseharian sampai menunjukkan foto diri serta deskripsi diri dengan apa adanya (Helmi, 2021). Bramanwidyantari & Helmi (2020) mengungkapkan bahwa individu yang mengungkapkan tentang diri sendiri di media sosial dengan apa adanya dan bersikap terbuka akan lebih terhindar dari penolakan. Apalagi di masa pandemi ini, individu dituntut untuk tetap di rumah saja sehingga penggunaan media sosial meningkat (Kinanti, 2020). Ditambah lagi kurangnya interaksi sosial dapat dipuaskan dengan bermain media sosial yang menawarkan fasilitas pertemanan, interaksi, dan bersosialisasi.

Konsekuensi lebih lanjut dari CMC adalah memicu timbulnya fenomena *displacement hypothesis*, yaitu keadaan individu yang merasa terlalu nyaman bercengkerama di media sosial dan menyebabkan akses media sosial lebih tinggi daripada bersosialisasi secara tatap muka (Valkenburg & Peter, 2011). Ditambahkan oleh Helmi & Pratiwi (dalam Helmi, 2021) dalam pengukuhannya bahwa *displacement hypothesis* mengakibatkan *ngeksis* atau *sok eksis* ketika individu mengungkapkan diri secara berlebihan di media sosial dalam bentuk foto, video, atau teks. Fenomena-fenomena tersebut tentunya akan memicu timbulnya FoMO.

Berdasarkan pemaparan di atas, individu dengan harga diri rendah dan kesepian tinggi dapat diasumsikan bahwa mereka merasakan penolakan baik dari diri sendiri maupun dari sosial. Hal tersebut dapat meningkatkan intensitas individu dalam mengakses media sosial.

Bagaimana Dinamika Psikologis Kaitan antara Kesepian, Harga Diri, dan FoMO?

Penulis mengambil data berjumlah 215 partisipan. Pengujian model regresi linear berganda menggunakan metode *stepwise* menemukan bahwa prediktor harga diri dan kesepian mampu memberikan peran terhadap FoMO dengan koefisien determinasi sebesar 12.7%. Sumbangan efektif harga diri dalam memprediksi FoMO adalah sebesar 12.12% dan sumbangan efektif kesepian dalam memprediksi FoMO sebesar 0.57%.

Harga diri memberikan kontribusi negatif pada FoMO. Semakin tinggi tingkat harga diri seseorang, maka semakin rendah FoMO yang dimiliki. Sedangkan, kesepian memberikan kontribusi positif pada FoMO. Semakin tinggi tingkat perasaan kesepian seseorang maka semakin tinggi pula FoMO yang dimiliki. Apabila nilai variabel harga diri dan kesepian sebesar 0, maka tingkat FoMO seseorang adalah sebesar 33.68. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga diri dan kesepian secara bersama-sama mampu menerangkan

FoMO dengan sumbangan efektif sebesar 12.7% pada mahasiswa Yogyakarta pengguna Instagram.

Partisipan terbanyak mengakses Instagram selama 5 sampai 7 jam yaitu 81 partisipan dan hal ini merupakan kategori menengah. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa individu dengan harga diri rendah dan kesepian tinggi kurang lebih akan menggunakan media sosial sekitar 5 sampai 7 jam untuk memenuhi kepuasan berinteraksi dengan orang lain. Sesuai dengan teori CMC menurut Helmi (2020), individu akan menggunakan media sosial sebagai tempat interaksi dan menjalin pertemanan dan kekeluargaan yang akan memberikan kepuasan bagi penggunanya.

Harga diri berperan signifikan negatif dalam memprediksi kondisi FoMO. Hal tersebut dikarenakan harga diri merupakan salah satu variabel yang dapat memprediksi pengalaman FoMO. Selain itu, remaja yang tidak berpikir positif tentang diri mereka sendiri, serta tidak menghargai diri sendiri, cenderung memiliki perilaku FoMO. Hal tersebut membuat individu akan berusaha untuk terkoneksi dengan orang lain melalui media *online* (Abel dkk., 2020; Buglass dkk., 2017; Barry dan Wong, 2020; Retnaningrum, 2019; Richter, 2018; Tirani & Ramdhani, 2017; Sites, 2020; Servidio, 2021).

Kesepian ikut berperan dalam memprediksi FoMO. Hal tersebut dapat terjadi karena kesepian juga merupakan salah satu faktor penentu FoMO (Marsella, 2018). Walaupun peran kesepian kurang dari 1%, namun tetap saja variabel ini ikut berperan dalam memprediksi FoMO. Sesuai dengan penelitian Viranda (2020), bahwa variabel kesepian dalam penelitian ini memiliki hubungan positif yang lemah terhadap ketakutan akan ketinggalan momen para pengguna media sosial Instagram. Kesepian memiliki hubungan langsung dengan penggunaan internet dan media sosial, yang berakibat dapat memicu timbulnya FoMO (Burke, Marlow, dan Lento, 2010; Kross et al., 2013).

Penggunaan media sosial yang disebabkan oleh kesepian tersebut dapat memicu timbulnya fenomena *displacement hypothesis* yaitu kondisi individu lebih lama dalam mengakses media

sosial daripada bersosialisasi secara langsung (Valkenburg & Peter, 2011). Jika fenomena tersebut terjadi, tidak menutup kemungkinan akan timbul fenomena lain seperti rasa penasaran dengan pengikut (*followers*) atau orang yang diikuti di media sosialnya (*following*). Fenomena ini sering disebut dengan *kepo* atau *knowing every particular object* (Helmi, 2021). Fenomena *displacement hypothesis* dan kebiasaan *kepo* tersebut dapat menimbulkan perasaan takut tertinggal informasi atau sering disebut dengan *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu keadaan di mana individu terus mengakses media sosial terutama Instagram demi kepuasan agar tidak tertinggal informasi dari teman-temannya di Instagram (Helmi, 2021). Risdayani dkk., (2019) juga menemukan dalam penelitiannya bahwa remaja akan lebih terikat dan cenderung menggunakan media sosialnya saat memiliki FoMO tinggi. Sitepu (2019) menambahkan bahwa terdapat hubungan positif antara penggunaan media sosial dengan FoMO. Kondisi ini akan terus berputar di mana individu dengan kecanduan bermain media sosial akan memicu FoMO, dan kondisi tersebut akan lebih memicu penggunaan media sosial lagi (Wiesner dkk., 2017).

Berdasarkan paparan di atas, harga diri dan kesepian bersama-sama memprediksi FoMO. Diketahui bahwa harga diri memprediksi FoMO sebesar 12.12%, sedangkan kesepian memprediksi FoMO sebesar 0.57%. Hal ini selaras dengan penelitian-penelitian sebelumnya seperti milik Barry dan Wong (2020), bahwa variabel yang berpotensi memprediksi FoMO adalah kesepian, rendahnya harga diri, rendahnya *self-compassion*. Menurut Abel dkk., (2016), FoMO juga diprediksi oleh perasaan iritabilitas, kecemasan, dan perasaan tidak mampu. Penelitian Angesti & Oriza (2018) menemukan bahwa penggunaan internet bermasalah dapat memicu kecenderungan FoMO. Chamaro (2017) juga mengungkapkan bahwa meningkatnya kesadaran atau *awareness* terhadap interaksi sosial juga memicu kecenderungan FoMO.

Penelitian sebelumnya oleh Przybylski dkk., (2013) dan JWTIntelligence (2012) menemukan perbedaan usia dan gender

mengindikasikan munculnya FoMO pada seseorang. Richter (2018) mengemukakan pola asuh yang terlalu protektif, penolakan, serta pengabaian juga memprediksi FoMO. Selain itu, penelitian ini tidak memiliki kriteria partisipan secara spesifik. Misalnya, individu dengan mengakses Instagram lebih dari 10 jam per hari, atau individu dengan rasa kesepian yang tinggi. Penemuan-penemuan tersebut merupakan suatu bukti bahwa terdapat aspek lain yang berperan memprediksi FoMO, tidak hanya harga diri dan kesepian.

Akan tetapi, hasil penelitian ini sesuai dengan aspek yang dimiliki FoMO. Mahasiswa pengguna Instagram sebagai partisipan dalam penelitian ini menunjukkan perilaku yang terlibat dalam media *online* di mana hal tersebut mencakup aspek *social media engagement*. Mereka cenderung lama dalam mengakses Instagram, yaitu 5 sampai 7 jam, serta individu dengan harga diri rendah dan kesepian tinggi akan cenderung memenuhi kebutuhan interaksi dan memiliki hubungan intim dengan orang lain yang tidak didapat di dunia nyata dengan menggunakan media sosial. Partisipan yang memiliki perbedaan antara harapan dan kenyataan dalam kepuasan berhubungan dengan orang lain juga akan memenuhi perbedaan kepuasan tersebut dengan bermain media sosial (Chelune, Sultan, dan Williams, 1980). Hal tersebut berkaitan dengan *psychological need satisfaction* dan *general mood*. Kemudian partisipan yang memiliki harga diri rendah tidak menerima keadaan diri mereka sendiri serta merasa tidak diterima di masyarakat sesuai dengan aspek *overall life satisfaction*, yaitu kurangnya tingkat kepuasan individu dalam kehidupannya yang meliputi fisik serta emosi. Hal ini akan membuat individu untuk memenuhi kepuasan tersebut dengan berinteraksi di media sosial karena media sosial menawarkan pertemanan, interaksi, dan bersosial.

Jika dikaitkan dengan aspek harga diri dan aspek kesepian, benar adanya bahwa FoMO dapat diprediksi oleh kedua variabel tersebut. Aspek harga diri terdiri dari penghormatan dan penerimaan diri (Rosenberg, 1965). Individu dengan penghormatan dan penerimaan diri yang rendah akan cenderung mencari penghormatan dan

penerimaan diri dari orang lain. Hal ini berkaitan dengan verifikasi diri, karena salah satu konsekuensi dari verifikasi diri dari orang lain adalah peningkatan harga diri yang dapat diperoleh dari bersosialisasi di media sosial (Cast & Burke, 2002).

Aspek kesepian terdiri dari *emotional isolation* dan *social isolation* (Weiss, 1973). Individu dengan *emotional* dan *social isolation* tinggi akan cenderung mencari keterikatan emosional dan interaksi sosial yang tidak didapat dari dunia nyata dengan media sosial. Hal tersebut dapat terjadi karena media sosial menyediakan ruang bagi individu untuk komunikasi aktif dengan orang lain secara *online* (Burke dkk., 2010). Shampiro dan Margolin (2013) menambahkan bahwa interaksi dengan media sosial merupakan sarana untuk memuaskan kebutuhan sosial. Kepuasan tersebut dapat memicu meningkatnya penggunaan media sosial.

Penutup

Harga diri rendah dan kesepian tinggi akan memicu individu menggunakan media sosial untuk memenuhi kepuasan menjalin hubungan. Hal tersebut dapat terjadi karena media sosial menawarkan fasilitas untuk berteman, berinteraksi, komunikasi, dan bersosialisasi. Oleh karena itu, penggunaan media sosial ini dapat memicu timbulnya FoMO, apalagi jika waktu untuk mengakses instagram tiap harinya selama 5 sampai 7 jam per hari.

Daftar Pustaka

- Abdel-Khalek, A. M. (2016). Introduction to the psychology of self-esteem. *Self-esteem: Perspectives, influences, and improvement strategies*, 1-23.
- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33-44.
- Adams, S. K., Williford, D. N., Vaccaro, A., Kisler, T. S., Francis, A., & Newman, B. (2017). The young and the restless: socializing trumps sleep, fear of missing out, and technological distractions in first-

- year college students. *International Journal of Adolescence and Youth*, 22(3), 337–348.
- Aditya, D. (2021, September 11). Angka Bunuh Diri Rentan di Usia 15-29 Tahun, Kemenkes: Jadi Penyebab Kematian Tertinggi Kedua. *GALAMEDIA NEWS.com*. Diakses dari <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/news/pr-352577112/>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Links between adolescents' deep and surface learning approaches, problematic internet use, and fear of missing out (FoMO). *Internet Interventions*, 13(May), 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2018.05.002>.
- Angesti, R., & Oriza, I. D. I. (2018). Peran Fear of Missing Out (Fomo) Sebagai Mediator Antara Kepribadian Dan Penggunaan Internet Bermasalah. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 2(2), 790-800.
- Anggraini, A. D. (2017). Penggunaan Media Sosial di Indonesia #19. *Indonesiabaik.id*. Diakses dari <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-media-sosial-di-indonesia-19>
- Annur, C. M. (2021, November 15). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?*. Databoks. Diakses dari <http://shorturl.at/fpAEW>.
- Annur, C. M. (2020). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Berdasarkan Umur & Gender* (Statista, 2020).
- Asher, S. R. & Paquette, J. A. (2003). Loneliness and peer relations in childhood. *Current Directions in Psychological Science*. 12, 75-78. Doi: 10.1111/1467-8721.01233.
- Asmarany, A. I., & Syahlaa, N. S. (2019). Hubungan Loneliness dan Peoblematic Internet Use Remaja Pengguna Sosial Media. *Sebatik*, 23(2), 387-391.
- Astutik, D. (2019). Hubungan Kesepian dengan Psychological Well-Being pada Lansia di Kelurahan Sananwetan Kota Blitar (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Ayamiseha, I. S. (2016). Hubungan antara Loneliness dan internet addiction melalui pengguna facebook pada remaja. Salatiga: Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana.

- Aydm, B., & San, S. V. (2011). Internet addiction among adolescents: the role of self-esteem. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 3500-3505.
- Azwar, S. (2000). Asumsi-asumsi dalam inferensi statistika. *Buletin Psikologi*, 9(1).
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). Penyusunan skala psikologi (2 ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2017). Reliabilitas dan validitas (4 ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2, 275–282.
- Baumeister, R. F., Smart, L. and Boden, J. M. (1996). Relation of threatened egotism to violence and aggression: The dark side of high self-esteem. *Psychological Review*, 103, 5-33.
- Barry, C. T., & Wong, M. Y. (2020). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference?. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(12), 2952-2966.
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). I don't want to miss a thing: Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72.
- Bramanwidyantari, M., & Helmi, A.H. 2020. "Self-Presentation Pengguna Online Dating Tinder (Analisis Tematik)". Manuskrip Tesis. Magister Psikologi Fakultas Psikologi UGM. Yogyakarta.
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betss, L. R., & Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computer in Human Behavior*, 66, 248-255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social Network Activity And Social Well-Being. *Potgraduate Medical Journal*, 455-459.

- Cahyanabila, A. (2021). *Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) di Kalangan Pengguna Media Sosial: Studi Mixed Methods* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Candra, D. A. (2017). *Kesepian dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Cast, A. D., & Burke, P. J. (2002). A theory of self-esteem. *Social forces*, 80(3), 1041-1068.
- Chamarro Lusa, A. (2017). Fear of Missing Out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l'educació i de l'esport*.
- Chelune, G., Sultan, F., & Williams, C. (1980). Loneliness, self-disclosure and interpersonal effectiveness. *Journal of Counseling Psychology*, 27, 462-468.
- Damayanti, G., & Taufik, T. (2019). Relationship Between Loneliness and Social Adjustment of New Students. *Jurnal Neo Konseling*, 1(3).
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141-152.
- Erzen, E., & Çikrikci, Ö. (2018). The effect of loneliness on depression: A meta-analysis. *International Journal of Social Psychiatry*, 64(5), 427-435.
- Faradhiga, A. A. (2017). *Perancangan Komunikasi Visual Album Gelombang Darat Band Semiotika* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Farid. (2021, Oktober 6). Data WHO: Tiap 40 Detik, Ada yang Tewas karena Bunuh Diri. *GATRA.com*. Diakses dari <https://www.gatra.com/>
- Hadi, S. (2015). *Statistik* (p. 196). Pustaka Pelajar
- Helmi, A. F. (2020). *Adaptasi dan Validasi Skala FoMo*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=eNN6MPw1aJ4&t=3s> pada 11 Juni 2021.
- Helmi, A. F. (2021). *Aspek-aspek Psikologis INteraksi Sosial di Ruang Siber*. Paper dipresentasikan di Pidato Pengukuhan Jabatan

- Guru Besar dalam Bidang Psikologi Sosial. Universitas Gadjah Mada.
- Idz. (2022, Maret 5). *Pria di Palembang Sebar Aksi Gantung Diri Lewat Live Instagram*. CNN Indonesia. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220305162115-20-767182/pria-di-palembang-sebar-aksi-gantung-diri-lewat-live-instagram>
- Ismandari, F. (2019). *Situasi dan Pencegahan Bunuh Diri*. Indonesia: Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI (InfoDATIN).
- JWTIntelligence. (2012, March). *Fear of missing out (FOMO)*. Retrieved June 2012, from JWT:http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO-update_3.21.12.pdf.
- Khusniah, Umayu. (2021, Juli 27). *Pura-Pura Bunuh Diri demi Konten Media Sosial, Influencer Ini Ditangkap Polisi*. Inews.id. Diakses dari <https://www.inews.id/news/internasional/pura-pura-bunuh-diri-demi-konten-media-sosial-influencer-ini-ditangkap-polisi>.
- Kinanti, P H S. (2020). *Meningkatnya Penggunaan Media Sosial dan Banyaknya Online Shop*. *Kumparan.com*. Diakses pada <https://kumparan.com/myky1624soem/meningkatnya-penggunaan-media-sosial-dan-banyaknya-online-shop-1usMxWHHs48/3>
- Kominfo.go.id. Dirjen PPI: *Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital*. 16/05/2021.
- Kompas TV Malang, (2021, Desember 6). *Universitas Brawijaya Malang Sebut Novia Widyasari Pernah Jadi Korban Pelecehan Seksual*, Kompas TV. Diakses dari shorturl.at/dCUY2
- Lemay, D. J., Doleck, T., & Bazalais, P. (2019). *Self-determination, loneliness, fear of missing out, and academic performance*. *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal*, 11(4), 485-496.
- Marsella, M. (2018). *Hubungan antara Loneliness dan Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial dengan Self-Esteem sebagai Mediator* (Doctoral dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Mijuskovic, *Loneliness in Philosophy, Psychology, and Literature* (Assen, The Netherlands: Van Gorcum, 1979).
- Nanda, Aprida Mega. (2021, Juli 15). *Berulang, Remaja Pria Terlindas Truk demi Konten Viral*. Kompas.com. Diakses dari <https://>

- otomotif.kompas.com/read/2021/07/15/080200615/berulang-remaja-pria-terlindas-truk-demi-konten-viral?page=all
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51–60. <http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167.
- Perlam, Daniel & Peplau, Anne. (1984). Loneliness research: a survey of empirical findings. *Preventing the Harmful Consequences of Severe and Loneliness*. 2, 13-46.
- Prastiwi, D. (2021, Desember 7). *Top 3 News: Kisah Novia Widyasari, Kekasih Polisi yang Tewas Bunuh Diri*. LIPUTAN6. Diakses dari <https://www.liputan6.com/news/read/4730112/top-3-news-kisah-novia-widyasari-kekasih-polisi-yang-tewas-bunuh-diri>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Pyszczynski, T., Greenberg, J., Solomon, S. and Arndt, J. (2004). Why do people need self-esteem? A theoretical and empirical review. *Psychological Bulletin*, 130, 435-468.
- Raharjo, S. (video maker). (2017). *Uji Analisis Korelasi Pearson dengan SPSS Sangat Jelas*. Youtube: Sahid Raharjo.
- Reginasari, A. (2017). The role of self-esteem on the relationship between perceptions of parental mediation and cyber-bullying (Peran harga diri pada hubungan antara persepsi mediasi orang tua dan perundungan-siber). [Master's thesis, Universitas Gadjah Mada]. ETD UGM Repository.
- Reginasari, A., Afiatin, T., & Akhtar, H. (2021) The Role of Self-Esteem and Perceived Parental Mediation in Cyberbullying, *Jurnal Psikologi*, 48(2), 46-55 DOI: 10.22146/jpsi.39034
- Retnaningrum, Y. D. (2019). Hubungan Antara Self Esteem Dengan Fomo Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- RIASTUTI, M. (2017). Hubungan antara Harga Diri dan Kesepian pada Remaja (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).

- Richter, K. (2018). *Fear of missing out, social media abuse, and parenting styles* [Electronic Theses and Dissertations]. Paper 81. Abilene Cristian University. <https://digitalcommons.acu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=etd>
- Risdianti, K. S., Faradiba, A. T., & Syihab, A. (2019). Peranan fear of missing out terhadap problematic social media use. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 3(1), 276-282. <http://dx.doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3527>.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self- image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Servidio, R. (2021). Fear of missing out and self-esteem as mediators of the relationship between maximization and problematic smartphone use. *Current Psychology*, 1-11.
- Shapiro, L., & Margolin, G. (2013). Growing Up Wired: Social Networking Sites And Adolescents Psychosocial Development. *Clinical Child and Family Psychology*, 17-18.
- Sharma, S. and Agarwala, S. (2014). Self-esteem and collective self-esteem as predictors of depression. *Journal of Behavioral Sciences*, 24, 21-28.
- Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L. S. (2020). Peran Harga Diri terhadap Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 10(2), 1277-138.
- Sitepu, G. D. R. F. (2019). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Fear of Missing Out.
- Sites, U. S. N. (2020). Peran Harga Diri terhadap Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 10(2), 127-138.
- Srisayekti, W., & Setiady, D. A. (2015). Harga-diri (Self-esteem) Terancam dan Perilaku Menghindar. *Jurnal Psikologi*, 42(2), 141-156.
- Team, R. (2008). Gambaran Perilaku Seksual dengan Orientasi Heteroseksual Mahasiswa Kos di Kecamatan Jatinangor-Sumedang. *Majalah Keperawatan Unpad*, 10(18).
- Triani, C. I., & Ramdhani, N. (2017). *Hubungan antara kebutuhan berelasi dan fear of missing out pada pengguna media sosial dengan harga diri sebagai moderator* [Unpublished doctoral

- thesis]. Universitas Gadjah Mada, Indonesia. http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/128543.
- Valkenburg P.M., & Peter J.J. 2011. "Online Communication among Adolescents: An Integrated Model Of Its Attraction, Opportunities, and Risks". *Journal of Adolescent Health*, 48(2), hal. 121–7. doi: 10.1016/j.jadohealth.2010.08.020. Epub 2010 Dec 13.
- Venter. E. 2019. "Challenges for Meaningful Interpersonal Communication in a Digital Era". *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*. ISSN: (Online) 2072-8050.
- Virnanda, R. (2020). Hubungan Antara Kesepian dengan Ketakutan Akan Ketinggalan Momen Pada Pengguna Instagram di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(4), 671-683.
- Wahono, T. (2015, 17 Mei). *Ini Foto Detik-detik Sebelum Eri Jatuh ke Kawah Merapi*. Kompas.com. Diakses dari <https://regional.kompas.com/read/2015/05/17/20175971/Ini.Foto.Detik-detik.Sebelum.Eri.Jatuh.ke.Kawah.Merapi?page=all>
- Wiesner, B., Rompay, T. J. L., & Jong, M. D. T. (2017). *Fighting FoMO: A study on implications for solving the phenomenon of the Fear of missing out* [Master thesis]. University of Twente, The Netherlands.
- Weiss, R. S. (1973). Loneliness: The experience of emotional and social isolation.
- Zanah, F. N., & Rahardjo, W. (2020). Peran kesepian dan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial: Analisis regresi pada mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(2), 286-301.
- Zuhdi, M. S. (2019). Pengembangan Inventori Resiliensi Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. *At-Taujih: Bimbingan dan Konseling Islam*, 2(1).

Fear of Missing Out (FoMO), Kecerdasan Sosial, dan Kepuasan Hidup Mahasiswa

Tasya Nadhifa Gunawan, Avin Fadilla Helmi

Kepuasan hidup adalah sebuah penilaian kognitif yang dilakukan oleh individu berdasarkan kriteria unik tertentu dan akan berbeda pada setiap orang (Diener, 1984). Kepuasan hidup merupakan aspek kognitif dari konsep *Subjective Well-Being* yang dikemukakan oleh Diener (1984). *Subjective Well-Being* mengacu pada cara seseorang mengevaluasi kehidupannya secara menyeluruh, melibatkan aspek kognitif berupa kepuasan hidup dan aspek afek, yaitu afek positif (optimisme, kegembiraan) serta afek negatif (kesedihan, kemarahan) (Proctor, 2014). *Subjective Well-Being* akan dinilai tinggi ketika seseorang merasa puas dengan hidupnya, merasakan banyak afek positif dan sedikit afek negatif (Diener et al., 1997).

Kepuasan Hidup

Shin dan Johnson (1978) menggunakan istilah *happiness*, yang didefinisikan sebagai hasil penilaian positif pada situasi kehidupan dan perbandingan kehidupan diri dengan orang lain maupun masa lalu. *Happiness* dipengaruhi oleh cara individu melihat dan mengevaluasi kehidupannya secara subjektif sesuai kebutuhan, lingkungan dan budaya. Dengan demikian, istilah *happiness* memiliki kesamaan definisi dengan kepuasan hidup.

Setiap manusia ingin merasa bahagia dan puas dengan kehidupannya. Namun demikian, tingkat kepuasan pada setiap orang akan berbeda tergantung pada indikator yang digunakan. Berdasarkan data terbaru *World Happiness Report 2020*, Indonesia berada pada peringkat 84 dari total 153 negara yang mengikuti survei. Posisi Indonesia masih di bawah negara tetangga seperti, Vietnam, Malaysia, dan bahkan Thailand (Helliwell et al., 2020).

Dilihat dari hal tersebut, tentu saja tingkat kebahagiaan masyarakat Indonesia diharapkan akan terus naik setiap tahunnya.

Jika dilihat dari sisi mahasiswa, Karyotaki *et al.* (2020) mengungkapkan bahwa mahasiswa sangat rentan dengan stres. Mahasiswa memiliki banyak kegiatan dan tuntutan dari segi akademik maupun sosial. Hal tersebut yang kemudian menjadi sumber stres terbesar mahasiswa (Edjah *et al.*, 2020; Yikealo *et al.*, 2018). Sebanyak 25,2% partisipan pada penelitian Abdulghani *et al.* (2011) diketahui mengalami stres pada tingkat berat dan semakin turun seiring berjalannya waktu. Akan tetapi, tingkat stres kembali naik ketika tahun akhir kuliah. Selain itu, Octasya dan Munawaroh (2021) juga menyimpulkan bahwa ketika mendapatkan tugas, tingkat stres mahasiswa cenderung tinggi atau meningkat.

Pandemi Covid-19 yang menyebabkan banyak perubahan di dalam kehidupan manusia, salah satunya berkurangnya interaksi sosial sebagai usaha menghindari penularan. Bagi mahasiswa, sistem pembelajaran juga mengalami perubahan dengan digunakannya fasilitas kuliah daring. Hal tersebut juga menimbulkan stres bagi para mahasiswa. Penelitian Harahap *et al.* (2020) menunjukkan bahwa 88% partisipan berada pada tingkat stres sedang hingga tinggi. Penelitian lain juga mengungkap bahwa 73,1% partisipan mengalami stres akademik sedang hingga sangat tinggi (Lubis *et al.*, 2021). Stres yang dialami mahasiswa ini dapat mempengaruhi kepuasan hidup, baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor kelelahan fisik maupun emosional (Xu *et al.*, 2021) serta kesulitan berkonsentrasi (Norma *et al.*, 2021) menjadi penyebabnya.

Selain faktor-faktor di atas, masih banyak hal lain yang dapat mempengaruhi kepuasan hidup individu. Beberapa di antaranya adalah status ekonomi sosial, kepribadian, kesehatan fisik, produktivitas (Proctor *et al.*, 2009), *self-efficacy*, *emotional intelligence* (Afolabi & Balogun, 2017; Huang & Lee, 2019), kecerdasan sosial (Khan & Bhat, 2017), dan bahkan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) (Przybylski *et al.*, 2013).

Fear of Missing Out (FoMO)

Komunikasi yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka (*face to face*), kini banyak berubah dengan adanya media sosial (Helmi, 2021). Peralihan ini tentu memiliki sisi positif, seperti dapat memfasilitasi komunikasi jarak jauh sehingga jangkauan sosial lebih luas. Akan tetapi, tingginya penggunaan media sosial juga memunculkan tindakan *oversharing* ketika seseorang berusaha membagikan banyak informasi tentang dirinya, termasuk kegiatan yang sedang dilakukan (Akhtar, 2020). Banyak pengguna media sosial yang berusaha untuk membangun citra baik dan membuat kesan tertentu agar mendapat perhatian (Akhtar, 2020; Kim & Tussyadiah, 2013; Zheng et al., 2020). Hal ini dapat memunculkan fenomena *Fear of Missing Out* atau FoMO karena mudahnya mengakses informasi mengenai peristiwa maupun kegiatan yang dilakukan orang lain (Saputra, 2019; Scott, 2020; Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018).

Fear of Missing Out adalah sebuah fenomena ketika seseorang menganggap orang lain memiliki pengalaman yang lebih berharga atau menyenangkan. Hal tersebut menyebabkan rasa iri dan keinginan untuk terus terhubung atau mencari tahu mengenai yang orang lain lakukan (Przybylski et al., 2013; Scott, 2020). Menurut Wortham (2011), FoMO mengacu pada rasa cemas dan suasana hati negatif. FoMO terdiri dari empat aspek, yaitu *social media engagement* yang melibatkan bagaimana individu menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, *psychological need satisfaction* yang menggambarkan kepuasan kebutuhan individu, *overall life satisfaction* yang berkaitan dengan kepuasan hidup secara menyeluruh, serta *general mood* yang menggambarkan emosi atau suasana hati individu.

Fenomena ini perlu untuk mendapat perhatian lebih karena ternyata memiliki pengaruh terhadap kepuasan hidup seseorang. Penelitian Przybylski et al. (2013) melibatkan 2.079 orang dengan usia 22-65 tahun menunjukkan semakin tinggi tingkat FoMO, maka semakin rendah kepuasan hidupnya. Penelitian yang dilakukan di Indonesia juga menunjukkan bahwa terdapat kontribusi FoMO

sebesar 20,5% pada kepuasan hidup remaja (Kiyassathina & Sumaryanti, 2021) dan 9,9% pada kesejahteraan psikologis *emerging adulthood* (Savitri, 2019). Hal tersebut dikarenakan kemudahan memperoleh informasi meningkatkan intensitas perbandingan sosial di masyarakat yang kemudian mempengaruhi kepuasan hidup seseorang (Zhang *et al.*, 2020).

Kecerdasan Sosial

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan hidup pada individu adalah kecerdasan sosial. Menurut Silvera *et al.* (2001), kecerdasan sosial merupakan kemampuan individu memahami orang lain dan menunjukkan kemampuan bereaksi pada situasi yang berbeda-beda. Sedangkan menurut Albrecht (2006), adalah sebuah kemampuan individu dalam bergaul dengan orang lain dan membuat orang tersebut mau untuk bekerja sama. Silvera *et al.* (2001) mengatakan bahwa kecerdasan sosial memiliki tiga aspek, yaitu *social information processing* (SP), *social skills* (SS), dan *social awareness* (SA).

Kecerdasan sosial penting untuk dimiliki semua orang, terutama mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan kecerdasan sosial dapat membantu mahasiswa dalam beradaptasi dengan lingkungan baru sehingga memudahkan mereka dalam bekerja sama dengan orang lain (Ayu, 2020; Permana, 2019). Penelitian yang melibatkan 50 mahasiswi di salah satu universitas di India menunjukkan bahwa kecerdasan sosial berkorelasi negatif dengan gejala depresif serta berkorelasi positif dengan kepuasan hidup (Khan & Bhat, 2017). Studi lain menyimpulkan bahwa kecerdasan sosial berkorelasi positif dengan kepuasan hidup pada lansia (Honarmand *et al.*, 2014). Kecerdasan sosial dalam kehidupan sehari-hari juga dapat membantu mengurangi konflik, menciptakan kolaborasi, dan mengajak orang untuk menuju tujuan bersama (Albrecht, 2006).

FoMO, Kecerdasan Sosial, dan Kepuasan Hidup

Zaman semakin modern dan masyarakat tidak dapat dilepaskan dari internet. Survei *We Are Social* dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukkan 60% penduduk dunia serta 196,71 juta masyarakat Indonesia telah terhubung secara daring. Banyak alasan untuk menggunakan internet, tetapi sebagian besar menyatakan bahwa alasan utamanya adalah media sosial (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII], 2020; Kemp, 2020). Media sosial sendiri merupakan salah satu contoh sarana komunikasi secara virtual melalui media elektronik atau dapat disebut dengan *Computer Mediated Communication* (CMC). Pada dasarnya, CMC merujuk pada segala bentuk komunikasi yang difasilitasi komputer, seperti *smartphone*, *PC*, *laptop*, dan sejenisnya (Arnus, 2015; Mulyani *et al.*, 2015).

Perkembangan teknologi hingga munculnya *Computer Mediated Communication* (CMC) turut membuat perubahan cara orang bersosialisasi. Kemudahan berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu menjadi salah satu kelebihan media sosial. Dalam kondisi komunikasi dilakukan secara daring, kecerdasan sosial juga perlu untuk dimunculkan. Yohanna (2020) mengungkapkan bahwa media sosial membuat rasa peka terhadap lingkungan sekitar menjadi berkurang. Bahkan ketika di dalam pertemuan kelompok, masing-masing individu justru sibuk dengan media sosial mereka. Dari kondisi tersebut dapat dikatakan bahwa *social intelligence* perlu untuk dijaga dan ditingkatkan meskipun teknologi berkembang pesat. Kemampuan dalam bersosialisasi atau *social intelligence* diperlukan agar kehidupan sosial secara *online* maupun tatap muka tetap baik sehingga kepuasan hidup dapat meningkat.

Studi ini memandang pentingnya peningkatan kepuasan hidup pada mahasiswa yang rentan mengalami stres hingga perkembangan zaman yang semakin modern. Perkembangan *Computer Mediated Communication* (CMC) telah mempengaruhi cara orang bersosialisasi dan turut berperan pada munculnya fenomena FoMO. Keterkaitan FoMO, kecerdasan sosial, dan kepuasan hidup dapat dijelaskan

melalui konsep *displacement hypothesis*. Konsep yang menjelaskan bahwa seseorang cenderung menghabiskan waktu lebih sedikit untuk bersosialisasi dengan sekitar secara tatap muka karena terlalu fokus pada media sosial (Valkenburg & Peter, 2007). Terlalu banyak menghabiskan waktu dengan media sosial mengindikasikan FoMO, saat seseorang terus menerus membuka media sosial karena takut tertinggal informasi. Hal tersebut menimbulkan rasa cemas dan interaksi sosial yang kurang baik, hingga akhirnya berujung pada tidak puas terhadap hidup. Maka diasumsikan bahwa FoMO dan kecerdasan sosial memiliki peranan terhadap kepuasan hidup.

Dinamika Psikologis

Penulis melakukan studi dengan menggunakan mahasiswa aktif sebagai partisipan. Partisipan yang dipilih secara *non-probability* jenis *purposive sampling*. Kriteria partisipan adalah mahasiswa aktif S1 universitas di Indonesia, angkatan 2018, 2019, 2020, dan 2021, serta merupakan pengguna aktif media sosial (Facebook, Youtube, Whatsapp, Instagram, Tiktok, dan lain-lain). Berdasar kerangka tersebut akhirnya partisipan yang terlibat sebanyak 244 mahasiswa. Setelah disaring lagi, 20 partisipan gugur karena tidak memenuhi kerangka sampling sehingga jumlah partisipan menjadi 224 mahasiswa. Sedangkan komposisi partisipan adalah 195 perempuan (87,1%) dan 29 laki-laki (12,9%). Rentang usia dari 16 hingga 28 tahun dengan mayoritas usia 21 tahun ($n= 78$; 34,8%) serta sebagian besar partisipan merupakan angkatan 2018 ($n= 90$; 40,2%).

Mayoritas partisipan menggunakan media sosial dengan intensi antara 5 hingga 7 jam per hari. Tiga media sosial yang paling banyak digunakan adalah Whatsapp, Instagram, dan Twitter.

Kepuasan hidup memiliki *mean* sebesar 15,09 ($SD= 3,44$), FoMO 28,57 ($SD= 6,42$), serta *social intelligence* 54,92 ($SD= 8,50$). Sedangkan untuk *mean* hipotetik kepuasan hidup sebesar 15, FoMO 30, dan *social intelligence* 51. Hal tersebut menunjukkan bahwa *mean*

empirik pada variabel kepuasan hidup dan *social intelligence* lebih tinggi, sedangkan FoMO lebih rendah daripada *mean* hipotetik.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa FoMO dan *social intelligence* secara simultan memiliki peran terhadap kepuasan hidup mahasiswa (F tabel 3,037 dan $p < 0.01$ dengan $R^2 = 0,048$ atau 4,8%. Hal ini menunjukkan bahwa 95,2% sisanya merupakan kontribusi dari variabel lain. FoMO memiliki kontribusi sebesar 3,05% sedangkan kecerdasan sosial 1,78%. Hal ini berarti bahwa kaitan antara FoMO dan kecerdasan sosial secara simultan memiliki peran terhadap kepuasan hidup. Dalam hal ini, FoMO memiliki hubungan negatif, sedangkan *social intelligence* positif. Ketika seseorang memiliki FoMO rendah dan *social intelligence* tinggi secara bersamaan, maka akan memiliki kepuasan hidup yang tinggi.

Jika dilihat pada variabel FoMO, hasilnya sejalan dengan penelitian Przybylski *et al.* (2013) serta Kiyassathina dan Sumaryanti (2021) yang menyatakan bahwa FoMO memiliki peran terhadap kepuasan hidup. Hal ini terjadi karena FoMO merujuk pada rasa cemas dan suasana hati negatif yang akan memengaruhi seseorang menjalani dan melihat kehidupannya (Wortham, 2011). Selain itu, FoMO akan menyebabkan seseorang melakukan tindakan yang tidak sehat, seperti mengecek media sosial berulang kali sehingga tidak dapat menikmati aktivitas yang sedang dilakukan atau bahkan bisa mengabaikan tugas. Selain itu, dari penelitian Putri *et al.* (2019) seorang partisipan mengungkapkan bahwa dirinya akan merasa takut, khawatir, serta cemas saat tidak bisa mengakses media sosial. Mereka juga berusaha menampilkan citra diri positif serta mengikuti gaya hidup orang lain agar tidak dianggap tertinggal. Melihat aspek-aspek negatif yang dimunculkan FoMO, Stead dan Bibby (2017) menyatakan bahwa FoMO memiliki pengaruh buruk bagi kesehatan mental dan kepuasan hidup.

Sementara dari variabel kecerdasan sosial, hasil studi sejalan dengan penelitian Khan dan Bhat (2017) yang menyatakan bahwa kecerdasan sosial berkorelasi positif terhadap kepuasan hidup. Hal

ini berkaitan dengan tiga aspek dalam *social intelligence* yaitu *social information processing* (SP), *social skills* (SS), dan *social awareness* (SA). Seseorang dengan kecerdasan sosial tinggi cenderung dapat dengan mudah memahami orang lain, mudah memasuki dan menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, serta memiliki kesadaran tinggi terhadap yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Kemampuan tersebut menyebabkan individu dapat bergaul dengan baik serta mudah diterima oleh lingkungan. Relasi yang baik dapat mengurangi rasa kesepian pada seseorang (Garvin, 2017) serta mampu membantunya menyelesaikan tugas maupun konflik (Andriani & Listiyandini, 2017). Hasil penelitian Mangeloja dan Hirvonen (2007) juga menunjukkan bahwa salah satu aspek yang mempengaruhi kepuasan hidup adalah hubungan sosial.

Kontribusi kedua variabel adalah sebesar 4,8% dengan rincian 3,05% dari kecerdasan sosial dan 1,78% dari FoMO. Kontribusi kedua variabel dinilai sangat kecil sehingga bisa diartikan terdapat banyak sekali faktor lain yang berperan terhadap kepuasan hidup. Faktor-faktor tersebut misalnya status ekonomi sosial, kepribadian, kesehatan fisik, masalah psikologis (Proctor *et al.*, 2009), *self-efficacy*, *emotional intelligence* (Afolabi & Balogun, 2017; Huang & Lee, 2019), serta kepribadian (Stead & Bibby, 2017).

Terdapat beberapa kemungkinan yang menyebabkan hal tersebut bisa terjadi. Hetz *et al.* (2015) menyatakan bahwa FoMO berubah sesuai kondisi partisipan. Data studi ini hanya diambil dalam satu waktu dan tidak memperhatikan kondisi partisipan, sehingga terdapat kemungkinan bisa mempengaruhi hasil. Ditambah lagi, studi dilakukan di tengah pandemi Covid-19, sehingga situasi menjadi tidak menentu dan kegiatan yang ada berbeda dari biasanya. Selain itu juga terdapat banyak faktor lain yang memiliki kontribusi lebih besar, seperti kepribadian (Hussain *et al.*, 2020) dan kontrol diri (Stead & Bibby, 2017), sehingga mempengaruhi kontribusi yang diberikan FoMO dan kecerdasan sosial.

Hampir seluruh partisipan adalah generasi Z yang lahir di tahun 1997 hingga 2012 (Rakhmah, 2021). Generasi Z sendiri dinilai lebih

selektif, introspektif, dan sadar kesehatan mental jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Stone, 2018). Hal tersebut kemudian membuat partisipan dapat dengan baik memilah faktor yang menjadi penilaian kepuasan hidupnya.

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan pada sampel yang diambil. Mahasiswa partisipan hanya berasal dari universitas di Pulau Sumatera, Kalimantan, dan Jawa. Mayoritas berasal dari universitas di Pulau Jawa, terutama Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehingga masih belum cukup kuat untuk digeneralisasikan kepada seluruh mahasiswa. Kemudian, studi ini juga tidak menggunakan kriteria partisipan spesifik seperti mahasiswa dengan tingkat kepuasan hidup rendah atau FoMO tinggi sehingga dimungkinkan partisipan tidak mengalami permasalahan pada variabel yang diukur, yang menjadikan kontribusi menjadi kecil. Selain itu, data yang dikumpulkan hanya satu waktu, tanpa melibatkan kondisi partisipan yang kemungkinan dapat memengaruhi hasil studi terutama pada variabel FoMO. Hal tersebut dikemukakan Hetz *et al.* (2015) dalam jurnalnya bahwa FoMO dapat dipengaruhi oleh kondisi partisipan.

Dari adanya keterbatasan-keterbatasan di atas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan manfaat bagi perkembangan ilmu Psikologi, terutama pada aspek kepuasan hidup, *Fear of Missing Out* (FoMO), serta kecerdasan sosial. Diharapkan pula dapat menjadi salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya agar mengungkap lebih banyak hal lain terkait kepuasan hidup, FoMO, dan kecerdasan sosial. Bagi mahasiswa secara umum, diharapkan kesadaran terkait fenomena FoMO meningkat dan dapat mengembangkan aspek-aspek tertentu seperti kecerdasan sosial guna kepuasan hidup yang lebih baik.

Penutup

Secara keseluruhan kajian ini menunjukkan bahwa FoMO dan kecerdasan sosial memiliki peran secara simultan terhadap kepuasan hidup pada mahasiswa meskipun kontribusinya sangat kecil (4,8%). Peran FoMO terhadap kepuasan hidup adalah negatif, sedangkan

kecerdasan sosial memiliki peran positif. Hal tersebut berarti ketika seseorang memiliki tingkat FoMO rendah dan kecerdasan sosial tinggi pada saat bersamaan, maka kecerdasan sosial kepuasan hidupnya akan tinggi. Sebaliknya, jika tingkat FoMO pada seseorang tinggi dan rendah, maka kepuasan hidupnya rendah.

Secara umum, mahasiswa disarankan untuk lebih sadar terhadap FoMO dan mengelola penggunaan media sosial. Perlu juga meningkatkan kecerdasan sosial untuk kepuasan hidup yang lebih baik. Kontribusi FoMO dan kecerdasan sosial terhadap kepuasan hidup pada mahasiswa dinilai sangat kecil. Maka dari itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengungkapkan faktor lain yang kemungkinan memiliki peran terhadap kepuasan hidup, seperti status ekonomi sosial, kepribadian, *self-efficacy*, dan *emotional intelligence*. Penelitian selanjutnya juga dapat berfokus pada partisipan yang memiliki indikasi tingkat kepuasan hidup rendah, FoMO tinggi, atau *social intelligence* rendah. Hal tersebut dilakukan agar hasil penelitian menjadi lebih spesifik dan tepat sasaran. Studi ini memiliki keterbatasan pada sampel, maka diharapkan bagi penelitian selanjutnya mendapatkan sampel data yang lebih meluas dan mencakup lebih banyak daerah di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Abdulghani, H. M., AlKahal, A. A., Mahmou, E. S., Ponnampereuma, G. G., & Alfari, E. A. (2011). Stress and Its Effects on Medical. *J Health Popul Nutr*, 516-522. <https://doi.org/10.3329/jhpn.v29i5.8906>.
- Afolabi, O. A., & Balogun, A. G. (2017). Impacts of Psychological Security, Emotional Intelligence and Self-Efficacy on Undergraduates' Life Satisfaction. *Psychological Thought*, 247-261.
- Akhtar, H. (2020). Perilaku Oversharing di Media Sosial: Ancaman atau Peluang? *Psikologika*, 257-270. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss2.art7>.
- Albrecht, K. (2006). *Social Intelligence: The New Science of Success*. Jossey-Bass.

- Andriani, A., & Listiyandini, R. A. (2017). Peran Kecerdasan Sosial terhadap Resiliensi pada Mahasiswa Tingkat Awal. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 67-90. DOI: 10.15575/psy.v4i1.1261.
- Arnus, S. H. (2015). COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION (CMC), POLA BARU BERKOMUNIKASI. *Al-Munzir*, 275-289.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). *Laporan Survei Internet APJII*.: <https://apjii.or.id/survei>
- Ayu, D. (2020, Oktober 18). *Pentingnya Social Intelligence Bagi Mahasiswa*. Retrieved from RDK Fm: <http://rdk.fidkom.uinjkt.ac.id/index.php/2020/10/18/pentingnya-social-intelligence-bagi-mahasiswa/#:~:text=Kecerdasan%20tersebut%20penting%20karena%20mahasiswa,melihat%20situasi%20kondisi%20secara%20tepat>.
- Azwar, S. (2019). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Belajar.
- Diener, E. (1984). Subjective Well-Being. *Psychological Bulletin*, 542-575.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 71-75.
- Diener, E., Suh, E., & Oishi, S. (1997). Recent Findings on Subjective Well-Being. *Indian Journal of Clinical Psychology*, 25-41.
- Edjah, K., Ankomah, F., Domey, E., & Laryea, J. E. (2020). Stress and Its Impact on Academic and Social Life of Undergraduate University Students in Ghana: A Structural Equation Modeling Approach. *Open Education Studies*, 37-44. <https://doi.org/10.1515/edu-2020-0100>.
- Garvin. (2017). Hubungan Kecerdasan Sosial dengan Kesepian pada Remaja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 93-99.
- Harahap, A. C., Harahap, D. P., & Harahap, S. R. (2020). Analisis Tingkat Stres Akademik Pada Mahasiswa Selama Pembelajaran Jarak Jauh Di Masa Covid-19. *Biblio Couns: Jurnal Kajian Konseling dan Pendidikan*, 10-14, <http://dx.doi.org/10.30596%2Fbibliocouns.v3i1.4804>.
- Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D., & Neve, J.-E. D. (2020). *World Happiness Report 2020*.
- Helmi, A. F. (2020, Agustus 8). *Adaptasi dan Validasi Skala FoMo: Desiminasi Hasil Riset*. Retrieved from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=eNN6MPw1aJ4>

- Helmi, A. F. (2021, 21 October). *Aspek-aspek Psikologis Interaksi Sosial di Ruang Siber* [Paper Presentation]. Pengukuhan Jabatan Guru Besar dalam Bidang Psikologi Sosial pada Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Hetz, P. R., Dawson, C. L., & Cullen, T. A. (2015). Social Media Use and the Fear of Missing Out. *Journal of Research on Technology in Education*, 259-272. <https://doi.org/10.1080/15391523.2015.1080585>.
- Honarmand, M. M., Naami, A., & Roshani, K. (2014). Surveying the Role of Social Intelligence and its Components in Life Satisfaction of Elderlies. *International Journal of Psychology and Behavioral Research*, 192-197.
- Huang, N.-T., & Lee, H.-L. (2019). Ability emotional intelligence and life satisfaction: Humor style as a mediator. *Social Behavior and Personality*, 1-13.
- Hussain, S., Baqir, M., Islam, K. A., & Asif, S. (2020). How Self-Control Impacts on Happiness and Satisfaction with Life with Moderating Role of Locus of Control. *American Economic & Social Review*, 13-30, <http://dx.doi.org/10.46281/aesr.v6i2.851>.
- Karyotaki, E., Cuijpers, P., Albor, Y., Alonso, J., Auerbach, R. P., Bantjes, J.,... Kessler, R. C. (2020). Sources of Stress and Their Associations With Mental Disorders Among College Students: Results of the World Health Organization World Mental Health Surveys International College Student Initiative. *Frontiers in Psychology*, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01759>.
- Kemp, S. (2020, Januari 30). *Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media*. Retrieved from We Are Social: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Khan, T. F., & Bhat, S. A. (2017). Social Intelligence, Life Satisfaction and Depressive Symptoms among Adult Women. *The International Journal of Indian Psychology*, 35-40.
- Kim, J., & Tussyadiah, I. P. (2013). Social Networking and Social Support in Tourism Experience: the Moderating Role of Online Self-Presentation Strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 78-92. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.751220>.

- Kiyassathina, A., & Sumaryanti, I. U. (2021). Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Kepuasan Hidup Remaja Pengguna Instagram di Kota Bandung. *Prosiding Psikologi*, 381-386, <http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.28354>.
- Lubis, H., Ramadhani, A., & Rasyid, M. (2021). Stres Akademik Mahasiswa dalam Melaksanakan Kuliah Daring Selama Masa Pandemi Covid 19. *Psikostudia*, 31-39, <http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v10i1.5454>.
- Mangeloja, E., & Hirvonen, T. (2007). What Makes University Students Happy? *International Review of Economics Education*, 27-41. [https://doi.org/10.1016/S1477-3880\(15\)30105-5](https://doi.org/10.1016/S1477-3880(15)30105-5).
- Mulyani, I., Hermita, M., Hapsari, R. M., & Thamrin, W. P. (2015). PERBANDINGAN FACE TO FACE (FTF) DAN COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION (CMC) DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KELOMPOK. *Prosiding PESAT*, 37-44.
- Norma, Widiyanti, E., & Hartiningsih, S. S. (2021). Faktor Penyebab, Tingkat Stres dan Dampak Stres Akademik pada Mahasiswa dalam Sistem Pembelajaran Online di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal Ilmiah STIKES Kendal*, 625-634, <https://doi.org/10.32583/pskm.v11i4.1656>.
- Octasya, T., & Munawaroh, E. (2021). Level of academic stress for students of guidance and counseling at Semarang State University during the pandemic. *Journal of Professionals in Guidance and Counseling*, 27-33. <https://doi.org/10.21831/progcouns.v2i1.40275>.
- Permana, A. (2019, Maret 1). *Kecerdasan Sosial Sangat Penting Dimiliki Mahasiswa*. Retrieved from Institut Teknologi Bandung: <https://www.itb.ac.id/berita/detail/57000/kecerdasan-sosial-sangat-penting-dimiliki-mahasiswa>
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Gava Media.
- Proctor, C. (2014). Subjective Well-Being. In A. C. Michalos, *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (pp. 6437-6441). Springer.
- Proctor, C. L., Linley, P. A., & Maltby, J. (2009). Youth Life Satisfaction: A Review of the Literature. *J Happiness Stud*, 583-630.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of

- missing out. *Computers in Human Behavior*, 1841-1848. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear of Missing Out di Kota Palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 129-148.
- Rakhmah, D. N. (2021, Februari 4). *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?*. Retrieved from puslitjakdikbud.kemdikbud: <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratificatios. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 207-216. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>.
- Savitri, J. A. (2019). Fear of Missing Out dan Kesejahteraan Psikologis Individu Pengguna Media Sosial di Usia Emerging Adulthood. *Acta Psychologia*, 87-96, <https://doi.org/10.21831/ap.v1i1.43361>.
- Scott, E. (2020, Februari 19). *How to Deal With FOMO in Your Life*. Retrieved from Very Well Mind: <https://www.verywellmind.com/how-to-cope-with-fomo-4174664>
- Shin, D. C., & Johnson, D. M. (1978). Avowed Happiness as an Overall Assessment of the Quality of Life. *Social Indicators Research*, 475-492.
- Silvera, D. H., Martinussen, M., & Dahl, T. I. (2001). The Tromso Social Intelligence Scale, a Report Measure of Social Intelligence. *Scandinavian Journal of Psychology*, 313-319.
- Stead, H., & Bibby, P. A. (2017). Personality, Fear of Missing Out and Problematic Internet Use and Their Relationship to Subjective Well-Being. *Computers in Human Behavior*, 534-540. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>.
- Stone, N. (2018). *Update Available: Generation Z*. Retrieved from Laughin: <https://www.laughlin.com/wp-content/uploads/2021/01/lc-eBook-gen-z.pdf>
- Tomczyk, Ł., & Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina — Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 541-549. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2018.03.048>.

- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Online Communication and Adolescent Well-Being: Testing the Stimulation Versus the Displacement Hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1169-1182, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00368.x>.
- Wortham, J. (2011, April 9). *Feel Like a Wallflower? Maybe It's Your Facebook Wall*. Retrieved from The New York Times: <https://www.nytimes.com/2011/04/10/business/10ping.html>
- Xu, X., Chen, L., Yuan, Y., Xu, M., Tian, X., Lu, F., & Wang, Z. (2021). Perceived Stress and Life Satisfaction Among Chinese Clinical Nursing Teachers: A Moderated Mediation Model of Burnout and Emotion Regulation. *Frontiers in Psychiatry*, 1-8. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.548339>.
- Yikealo, D., Tareke, W., & Karvinen, I. (2018). The Level of Stress among College Students: A Case in the College of Education, Eritrea Institute of Technology. *Open Science Journal*, 1-18. <https://doi.org/10.23954/osj.v3i4.1691>.
- Yohanna, A. (2020). The Influence of Social Media on Social Interactions Among Students. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 34-48. <http://dx.doi.org/10.20473/ijss.v12i2.22907>.
- Zhang, J., Cheng, M., & Yu, N. (2020). Internet Use and Lower Life Satisfaction: The Mediating Effect of Environmental Quality Perception. *Ecological Economics*, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106725>.
- Zheng, A., Duff, B. R., Vargas, P., & Ya, M. Z. (2020). Self-Presentation on Social Media: When Self Enhancement Confronts Self-Verification. *Journal of Interactive Advertising*, 289-302. <https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1841048>.

BAGIAN KEEMPAT DEMAM K-POP

Demam K-pop tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi industri K-pop telah mampu merambah seantero dunia, termasuk halnya telah memasuki pasar musik di Amerika Serikat. Tidak berlebihan kiranya, jika setiap kedatangan artis K-pop, terjadi histeria dan tindakan-tindakan yang di luar nalar yang terjadi pada penggemarnya. Fenomena ini sangat disayangkan jika tidak dikaji lebih mendalam.

Ada dua artikel mengenai demam K-pop ini. Artikel pertama mengenai bagaimana dinamika psikologis terbentuknya perilaku pemujaan selebritas. Para penggemar K-pop disinyalir berawal dari adanya hubungan parasosial dengan idolanya. Salah satu faktor pemicu hubungan parasosial adalah kesepian yang menyelimuti dirinya. Di sisi lain, karena terpaku dalam hubungan emosional yang kurang sehat tersebut, hal ini memberikan dampak juga dalam keterpakuan terhadap fleksibilitas fungsi-fungsi kognitifnya. Kedua variabel tersebut, digambarkan ada keterkaitannya dengan pemujaan selebritas. Selanjutnya, ketika para penggemar K-pop telah sampai pada titik pemujaan selebritas, maka intensitas penggunaan media sosial akan semakin meningkat dan menjadi penyebab munculnya adiksi.

Pemujaan Selebritas Pada Penggemar K-Pop

Gita Dewantry Suryani, Lu'luatul Chizanah

Selebritas yang digemari saat ini adalah para idola dari Korea Selatan. Fenomena kegemaran terhadap selebritas Korea Selatan ini kemudian lebih dikenal sebagai *Korean Wave* atau *Hallyu*, yang pusat penyebarannya pada hiburan seperti perfilman dan musik. Berbagai konten mengenai *Korean Wave* menunjukkan keragaman dan kekayaan budaya Korea Selatan. K-pop (*Korean Pop*) sendiri merupakan konten yang mewakili *Korean Wave* dan sekarang K-pop telah menjadi tren global yang sangat populer di kalangan anak muda. Popularitas yang cepat ini tidak lain karena didukung internet dan jaringan sosial sebagai media komunikasi para penggemar hingga lintas negara.

Fenomena K-pop

Para penggemar tidak hanya mengonsumsi berbagai konten hiburan dari K-pop, tetapi juga berpartisipasi dalam mengenali budaya Korea melalui makanan, bahasa, dan acara. Penyebaran ini tidak terkecuali pada anak muda di Indonesia. Berdasarkan berita yang dilansir dari Kompas (2020), Indonesia menjadi negara dengan posisi pertama terbanyak membahas K-pop pada tahun 2020 di *platform* Twitter. Adapun aspek-aspeknya adalah penampilan, wajah, gaya yang menarik, dan aspek yang menyangkut musik, semacam lagu yang menarik dan penampilan di atas panggung (2017).

Meningkatnya popularitas K-pop di kalangan remaja ini kerap menimbulkan kekhawatiran karena dampak negatif dari maraknya penikmat K-pop. Beberapa penggemar K-pop menunjukkan aktivitas kolektif yang agresif kepada idola K-pop pujaan mereka. Hal ini

muncul pada sejumlah kejadian di Indonesia, di antaranya ketika pasangan suami istri Kim Tae Hee dan Rain diganggu penggemarnya ketika sampai di Nusa Tenggara Barat pada 26 Januari 2017. Dalam rekaman video terlihat penggemar meremas wajah sang idola ketika berusaha keluar dari Bandara Sultan Kaharudin Sumbawa Besar. Kejadian serupa dialami idola Korea lainnya, yaitu GOT7 saat baru tiba di Bandara Soekarno Hatta Indonesia. Penggemar GOT7 terlihat berusaha menggapai, memegang, hingga meremas wajah mereka berkali-kali (Dhani, 2017).

Dalam mengekspresikan perasaan terhadap selebritas idola, penggemar K-pop seringkali dinilai ekstrem dan berlebihan, sehingga kerap dianggap posesif, obsesif, hingga delusif (Zahrotustianah & Puspitasari, 2016). Sebagaimana yang dipaparkan McCutcheon (2002), perilaku penggemar ini hampir sama dengan sifat kecanduan. Semakin tinggi tingkat kecanduan terhadap selebritas maka semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang. Hal ini bisa mengakibatkan semakin tingginya tingkat keterlibatan seseorang tersebut dengan sosok idola (*celebrity involvement*) (Widjaja & Ali, 2015).

Hubungan emosional yang dirasakan penggemar kepada idolanya ini pada awalnya diperkenalkan oleh Horton & Wohl (1956) sebagai hubungan parasosial. Hubungan ini muncul ketika individu berulang kali dihadapkan pada persona media dan kemudian individu mengembangkan rasa keintiman, perasaan bersahabat, dan identifikasi. Selanjutnya, Hoffner (2008) menjelaskan bahwa hubungan parasosial sebagai hubungan satu arah yang dikembangkan secara emosional dan dibentuk oleh penggemar dengan figur media. Walaupun terasa intim dan dekat, hubungan ini tetaplah satu arah dan hanya dirasakan oleh penggemar.

Pemujaan Selebritas

Keterikatan secara emosional yang dirasakan penggemar dengan selebritas adalah hal biasa dan tidak mengejutkan (Steve, 2009). Hubungan parasosial dengan selebritas ini dianggap sebagai perpanjangan dari interaksi normal atau interaksi sosial sehari-

hari dan tidak berbeda dengan hubungan yang terjadi di dunia nyata. Oleh karenanya, keterikatan pada selebritas dianggap sebagai bagian normal dari perkembangan di area keintiman dan perkembangan identitas (Branch dkk, 2013).

Kelekatan emosional yang dirasakan penggemar tersebut menyebabkan penggemar bertindak berlebihan sehingga bisa dapat membahayakan idola (Pertiwi, 2013). Dalam mengidolakan selebritas individu kerap kali melewati batas hingga terkesan berlebihan. Hal ini ditandai dengan hilangnya sifat rasional, individu kerap melakukan perilaku seperti menirukan semua hal tentang idola, hilangnya identitas diri, memiliki obsesi untuk dekat dengan idola, mengorbankan hal-hal penting (seperti uang, pendidikan, waktu) hingga membenci orang lain, dan memunculkan dampak psikologis seperti delusi (Suparjan, 2016). Pemujaan selebritas (*celebrity worship*) menjadi istilah yang tepat untuk menjelaskan gambaran fenomena yang dipaparkan di atas.

Rojek (2012) menjelaskan bahwa pemujaan selebritas dikenal sebagai kecenderungan untuk dekat dengan idola yang mengarah pada tindakan disfungsi. Mengacu penelitian Maltby (2004) dinyatakan bahwa terdapat hubungan pemujaan selebritas dengan kesehatan mental, kepribadian, dan berhubungan signifikan dengan kesejahteraan psikologis. Perilaku pemujaan selebritas yang kerap ditemukan adalah penggemar yang merasa memiliki ikatan dengan idola mereka sehingga bisa melakukan berbagai hal agar menjadi lebih dekat dengan sang idola.

Pemujaan selebritas bisa dibagi dalam tiga aspek, yang digambarkan sebagai tingkatan dalam pengukuran *Celebrity Attitude Scale* (CAS; McCutcheon dkk, 2002). Aspek pertama adalah pemujaan tingkat *entertainment-social* (hiburan-sosial), yang dinilai sebagai tingkatan terendah. Penggemar tertarik pada seorang selebritas karena nilai hiburan selebritas dan menjadi sumber interaksi sosial dengan orang lain. Aspek ini antara lain ditunjukkan melalui berbicara dengan orang lain mengenai selebritas favorit dan mengikuti kehidupan mereka melalui media sosial. Sebagian

besar penggemar dimotivasi oleh pencarian sensasi dari hiburan. Aspek ini digambarkan dari terbentuknya interaksi oleh sesama penggemar, baik di media sosial maupun di dunia nyata. Penggemar membentuk suatu kelompok sendiri yang mereka gunakan untuk berbagi informasi mengenai selebritas idola.

Aspek kedua disebut *intense-personal*, yang tergolong tingkat menengah. Hal ini mencerminkan perasaan lebih intens terhadap selebritas yang disukai dan meningkatkan penyerapan dalam kehidupan pribadi penggemar. Pada aspek ini penggemar mulai merasakan hidup untuk dan karena selebritas yang dipuja (Redmond 2016). Para penggemar terlibat aktif pada kegiatan *fandom* (*fanatics kingdom*, komunitas penggemar) dan secara aktif mengikuti kehidupan idola hingga ke kehidupan pribadinya. Penggemar juga kerap melakukan *fanwar* (perang antarkomunitas penggemar) yang dilakukan di media sosial dengan penggemar berbeda *fandom*. Penggemar seringkali saling membanggakan idola atau sebaliknya saling menjatuhkan idola *fandom* lain, hingga menuduh idola lain plagiat idola mereka (Sitimafrucha, 2018).

Aspek ketiga dikenal sebagai tingkat paling ekstrem dari pemujaan selebritas oleh penggemar adalah tendensi *borderline-pathological*. Tahap ini seringkali dilihat sebagai perilaku *abnormal* dan berkaitan erat dengan kriminalitas. Kondisi tersebut bisa dilihat dari sikap semacam rela bertindak apa pun untuk selebritas walaupun harus melanggar hukum. Penggemar mulai berfantasi tentang memiliki kedekatan khusus dengan selebritas idola mereka. Pada dunia K-pop, penggemar yang mencirikan perilaku pemujaan selebritas pada tahap ini sering dikenal sebagai *sasaeng fans* yaitu penggemar yang tidak ragu untuk menginvasi kehidupan pribadi selebritas yang diidolakan. Para *sasaeng fans* ini sering mengikuti ke mana pun perginya idola mereka, bahkan tidak segan untuk menerobos pengamanan agar bisa masuk ke dalam apartemen selebritas yang diidolakan.

Walaupun pemujaan selebritas berpotensi menjadi perilaku menyimpang, Maltby dkk (2003) berpendapat bahwa pemujaan

selebritas juga memiliki pengaruh positif pada para penggemar, di antaranya adalah sosok idola menjadi inspirasi untuk mengembangkan daya cipta dan kreativitas. Sisi positif yang lain adalah kecenderungan penggemar meniru kedisiplinan dalam bekerja dan gaya hidup positif para idola. Ketika keterlibatan penggemar (khususnya penggemar remaja) dalam pengidolaan berada pada tingkatan rendah (hiburan-sosial), pemujaan selebritas akan membantu penggemar dalam melepaskan stres hidup dan meningkatkan kepuasan hidup (Lin dan Lin, 2007 dalam Benu dan Nabit, 2019).

Dampak Psikologis dari Pemujaan Selebritas

Pada penelitian yang lain didapatkan hasil bahwa pemujaan selebritas sering dihubungkan dengan *traits* para penggemar yang menyimpang, negatif, dan patologis, *psychological well-being* yang rendah, kesulitan membentuk identitas, harga diri yang rendah, dan rendahnya keterampilan belajar dan kinerja. Oleh karena itu, mereka yang memiliki ketidakpuasan dalam hubungan di kehidupan nyata akan cenderung memilih hubungan parasosial. Hubungan parasosial dianggap sebagai model yang aman bagi individu untuk belajar mengenai hubungan, bahkan hingga hubungan romantis (Eagle dan Kasser, 2005). Selain itu, studi oleh McCutcheon, dkk. (2003) mengungkapkan bahwa pemujaan selebritas berhubungan dengan kesepian.

Usia dan Pemujaan Selebritas

Ketika individu terlibat dalam pemujaan selebritas dengan penggemar berusia sebaya, individu dapat meningkatkan keterampilan sosial, meningkatkan semangat tim, dan mencari dukungan emosional dari kelompok penggemar (Maltby dkk., 2001). Sementara Reeves (dalam Nasution, 2018) menyatakan bahwa pengaruh negatif pemujaan selebritas bagi penggemar kerap terlihat dari meningkatnya rasa kurang percaya diri pada penggemar dan bagi penggemar remaja lebih kerap menghabiskan

banyak waktu dan materi untuk memuja idola. Hal ini sesuai dengan survei dari Kumpanan (2017) yang menyatakan bahwa terdapat 56% dari 100 responden penggemar K-pop yang rela menghabiskan sekitar 1-5 jam waktunya untuk mencari tahu yang dilakukan artis idolanya, serta 28% menghabiskan sekitar lebih dari 6 jam.

Jenis Kelamin dan Pemujaan Selebritas

Bagaimana seseorang memilih idola favoritnya? Penggemar cenderung memilih figur idola yang berlawanan jenis dengan dirinya. Pada dasarnya, mereka yang mempunyai idola favoritnya berada dalam masa remaja. Pada masa ini, kebutuhan akan keintiman dengan lawan jenis menjadi penting. Bagi sebagian remaja, perasaan mendapatkan pasangan untuk mewujudkan keintiman itu tidak diperoleh dari pasangannya. Oleh karenanya, dikatakan Giles (2002), seseorang membentuk fantasi terhadap romantisme pada idola favoritnya. Wujud dari ekspresi fantasi dengan cara melakukan apa saja atau pengorbanan penggemar terhadap waktu, uang, pikiran yang berlebihan.

Kesepian dan Pemujaan Selebritas

Kesepian merupakan pengalaman yang tidak menyenangkan dan muncul di saat individu merasa memiliki kekurangan pada aspek-aspek relasi sosialnya, baik secara kualitas maupun kuantitas (Perlman & Peplau, 1984). Kesepian yang dialami individu menimbulkan pengaruh buruk bagi kesehatan dan kesejahteraan individu (Holt-Lunstad & Smith, 2015) dan akan muncul saat jaringan hubungan sosial yang dimiliki individu tidak sesuai dengan yang dibutuhkan. Jaringan sosial yang diinginkan individu terbentuk berdasar pada tingkat kontak sosial yang telah dimiliki dan ekspektasi individu pada relasi sosial yang akan terbentuk di masa depan (Peplau & Perlman, 1979).

Kesepian tidak sekadar disebabkan ketika individu sedang sendiri, namun muncul ketika seseorang tidak lagi memiliki hubungan yang sebenarnya dibutuhkan. Individu dapat menjalani

kehidupan sendiri tanpa merasakan kesepian dan sebaliknya, individu dapat hidup dipenuhi dengan kehidupan sosial namun masih merasakan kesepian (Hawkley & Cacioppo, 2010). Weiss (dalam Hanifah, 2020) menjelaskan kesepian sebagai respons dari tidak adanya suatu tipe hubungan tertentu atau lebih tepatnya sebuah respons atas ketiadaan hubungan relasional.

Terdapat tiga poin utama dari definisi kesepian di atas, yaitu (1) kesepian merupakan hasil dari adanya kekurangan hubungan sosial individu; (2) kesepian merupakan pengalaman yang subjektif dan tidak sama dengan isolasi objektif, oleh karena itu individu dapat hidup sendirian tanpa merasakan kesepian; dan (3) kesepian merupakan pengalaman yang tidak menyenangkan dan *distressing* (Perlman & Peplau, 1981). Weiss (dalam Peplau, 1985) mengelompokkan kesepian berdasarkan hubungan sosial yang terlibat di dalamnya yaitu *emotional loneliness* dan *social loneliness*. *Emotional loneliness* terbentuk karena tidak ada figur intim yang dapat memberikan kasih sayang, seperti anak, orang tua, pasangan, atau teman dekat. Kepergian orang terdekat, perceraian, atau pernikahan yang kosong (*empty shell*) dapat menjadi antecedent bagi tipe kesepian ini (Perlman & Peplau, 1998).

Social loneliness muncul ketika individu kurang terhubung dengan lingkungan sosial atau komunitas yang dapat menyediakan jaringan pertemanan. Lingkungan sosial ini bisa berasosiasi dengan lingkungan kerja atau sekolah. Berpindah tempat tinggal, kehilangan pekerjaan, dikucilkan teman sepermainan, dan tidak tergolong dalam suatu komunitas atau organisasi dapat menjadi antecedent bagi tipe kesepian ini (Perlman & Peplau, 1998). Weiss percaya bahwa *emotional loneliness* merupakan kondisi yang lebih serius karena gejala pada tipe ini mencakup kecemasan, rasa kesepian, kewaspadaan terhadap ancaman, dan kecenderungan untuk menyalahartikan kebencian dan afeksi dari orang lain (Peplau, 1985; Perlman & Peplau, 1998). Pada *social loneliness* gejala yang ditunjukkan mencakup perasaan bosan, gelisah, dan marginalitas. Hal ini menunjukkan bahwa gejala afektif pada *emotional loneliness*

lebih intens dan tidak menyenangkan daripada *social loneliness* (Perlman & Peplau, 1998).

Fleksibilitas Kognitif dan Pemujaan Selebritas

Fleksibilitas kognitif merupakan kemampuan individu menelaraskan strategi kognitifnya dengan situasi, sehingga perilaku yang muncul untuk menghadapi situasi adalah perilaku yang tepat dan memadai. Memiliki kognitif yang fleksibel akan membantu individu dalam menghadapi setiap persoalan dalam hidupnya. Hal ini karena individu yang memiliki fleksibilitas kognitif akan mampu melihat suatu masalah dari sudut pandang berbeda, mencari dan menggunakan beberapa pendekatan untuk menghadapi suatu situasi tertentu dan mampu memproduksi ide-ide yang kemudian digunakan untuk menghadapi situasi tersebut (Canas, 2006).

Individu yang fleksibel secara kognitif dinyatakan dapat lebih efektif dalam berperilaku dan menyelesaikan tugas-tugas dalam kehidupannya sekalipun dalam situasi yang terus berubah (Canas, 2006). Artinya, fleksibilitas kognitif akan membantu individu mampu menyesuaikan diri dan mampu dengan cepat mengubah cara berpikirnya. Individu yang memiliki fleksibilitas kognitif tinggi akan mampu melihat suatu masalah dari sudut pandang berbeda, mencari dan menggunakan beberapa pendekatan untuk menghadapi suatu masalah dan mampu memproduksi ide-ide yang kemudian digunakan untuk menyelesaikan suatu masalah. Di sisi lain, ketika seorang individu tidak fleksibel secara kognitif, individu tersebut akan berperilaku secara tidak efektif dalam menghadapi tuntutan situasional serta sering mengalami kesalahan dalam menyelesaikan tugas-tugas dalam kehidupannya.

Dinamika Psikologis Keterkaitan Kesepian, Fleksibilitas Kognitif, dan Pemujaan Selebritas

Pemujaan selebritas pada dasarnya berawal dari hubungan parasosial. Hubungan parasosial merupakan sebuah hubungan satu arah yang dihubungkan secara emosional dan dibentuk oleh

khalayak dengan figur media (Hoffner, 2008). Hubungan ini memiliki karakteristik yang dapat dikatakan mirip dengan hubungan teman sebaya dalam kehidupan nyata (Levesque, 2012). Sejalan dengan penjelasan teori penyerapan-adiksi, individu yang tidak puas dengan kehidupan sosialnya di dunia nyata mungkin mengembangkan hubungan parasosial sebagai pengganti pemenuhan kebutuhan 'sosial'. Kesepian dan keinginan untuk membentuk keterikatan menyebabkan terjadinya pemujaan selebritas pada individu. Individu pemalu dan merasa sendiri mungkin secara khusus tertarik pada hubungan parasosial karena hubungan ini membutuhkan lebih sedikit tuntutan sosial. Individu pemalu tidak perlu bersikap ramah dan individu yang merasa sendiri juga mengganti komunikasi di dunia nyata dengan berkomunikasi dengan selebritas yang sering mereka temui di televisi dan di bioskop. Hubungan parasosial dengan selebritas tidak memaksa individu pemalu dan merasa sendiri untuk mengalami ketidaknyamanan yang menjadi ciri interaksi mereka dengan individu lain.

Perilaku parasosial pada awalnya dikonseptualisasikan sebagai mekanisme koping untuk individu yang kurang memiliki jaringan sosial dan hubungan interpersonal, sehingga menyebabkan perilaku dependensi terhadap karakter di media untuk memediasi kehampaan dan kesepian di hidup mereka (Tsay & Bodine, 2012).

Pada penelitian sebelumnya diketahui bahwa hubungan yang terjalin antara kesepian dan parasosial saling berkaitan. Hal tersebut dapat dilihat dari kesepian yang dirasakan individu berhubungan secara positif terhadap perilaku parasosial. Perasaan isolasi, ketidakpercayaan interpersonal yang rendah, serta adiksi media sosial memiliki hubungan pada tingginya ketergantungan terhadap perilaku parasosial (Baek, Bae, & Jang, 2013). Pada beberapa penelitian lainnya, kesepian dan perilaku parasosial kerap menunjukkan hubungan yang negatif (Coddair, 2015).

Kesepian juga dinyatakan memiliki hubungan dengan pemujaan selebritas. Hal ini muncul pada penelitian Nurhasanah (2021) mengenai kesepian dan pemujaan selebritas dengan subjek

dewasa awal, yakni mahasiswa. Hasil penelitian ini menyatakan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kesepian dengan pemujaan selebritas pada mahasiswa anggota komunitas *Hallyu Up! Edutainment*. Penelitian yang dilakukan Fatimah (2021) menunjukkan hal berbeda. Penelitian yang melibatkan 50 remaja anggota NCTzens di Indonesia menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara kesepian dengan perilaku pemujaan selebritas pada remaja komunitas NCTzens di Indonesia ditolak. Artinya, tidak terdapat hubungan antara perasaan kesepian yang dimiliki individu remaja dengan perilaku pemujaan selebritas.

Pada penelitian Jihyun, dkk. (2019) yang menghubungkan kesepian terhadap perilaku parasosial dengan media sosial sebagai moderator, dijelaskan bahwa kesepian (*loneliness*) yang dirasakan oleh pengikut selebritas di media sosial, secara positif terkait dengan seringnya penggemar mengunjungi media sosial selebritas favorit mereka, dan dinyatakan terdapat kenikmatan yang besar dirasakan oleh penggemar dari mengetahui kisah kehidupan pribadi selebritas favorit mereka. Data ini dikumpulkan melalui survei daring (N=210). Pada temuannya, penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial ditemukan menjadi moderator signifikan yang dapat mengintensifkan hubungan parasosial dengan selebritas favorit. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ashe dan McCutcheon (2001) menunjukkan dari 150 partisipan terdapat korelasi antara *shyness*, *loneliness*, dan *celebrity worship*. Selain itu, juga dikemukakan bahwa individu yang kesepian dan pemalu lebih tertarik pada hubungan parasosial karena hanya memiliki sedikit tuntutan sosial.

Fleksibilitas kognitif ini diketahui memiliki peranan terhadap pemujaan selebritas individu. Berdasarkan hasil penelitian dari Aufa dkk (2019) mengenai "Peranan *Cognitive Flexibility*, *Self Esteem*, dan *Loneliness* terhadap *Celebrity Worship* Pada Remaja" dinyatakan bahwa variabel *cognitive flexibility*, *self-esteem*, *loneliness*, usia, dan jenis kelamin berperan terhadap terbentuknya pemujaan selebritas pada remaja. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa keseluruhan variabel independen yang digunakan (*cognitive flexibility*, *self-esteem*,

loneliness, usia, dan jenis kelamin) bersama-sama memberikan sumbangan peranan terhadap variabel dependen yaitu pemujaan selebritas sebesar 13%. Secara parsial, hanya 2 variabel yang berperan terhadap pemujaan selebritas pada remaja yaitu *cognitive flexibility* dan *loneliness*. Pada penelitian yang dilakukan Afa dkk. (2019) dinyatakan hubungan yang dimiliki oleh fleksibilitas kognitif dan pemujaan selebritas sifatnya adalah positif. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Elvina (2019) dengan hasil yang diperoleh menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan negatif.

Dalam hubungannya dengan pemujaan selebritas, McCutcheon dkk. (2001) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara fleksibilitas kognitif dan dua aspek pemujaan selebritas, yaitu: *intense-personal* dan *borderline pathological* (McCutcheon dkk, 2001). Individu yang terlibat dalam tipe pemujaan selebritas ini tampaknya lebih cenderung tidak fleksibel atau 'terkunci' dalam pandangan sendiri dan kurang kesadaran atau kemampuan untuk mengatasi pilihan alternatif. Maltby dkk. (2004) menghubungkan hal ini dengan pemuja selebritas pada tahap *intense-personal*, individu pada tahapan tersebut cenderung tidak mampu menghadapi dunia nyata dan hanya melihat nilai pada selebritas favorit mereka saja.

Selain itu, Maltby dkk. (2004) yang meneliti mengenai korelasi antara *cognitive flexibility*, *social complexity* dan pemujaan selebritas menemukan bahwa fleksibilitas kognitif berkorelasi negatif signifikan dengan pemujaan selebritas aspek *intense-personal* dan berkorelasi negatif signifikan dengan aspek *entertainment-social*. Hasil dari kedua penelitian tersebut sejalan dengan penelitian McCutcheon dkk. (2003) yang meneliti mengenai kognitif profil pemuja selebritas yang menemukan bahwa seorang individu yang sangat tertarik dengan pemuja selebritas cenderung mendapat skor lebih rendah pada pengukuran informasi umum, kreativitas, berpikir kritis dan kemampuan spasial (McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby, 2003).

Dengan demikian, dapat dikatakan terdapat inkonsistensi mengenai sifat hubungan antara fleksibilitas kognitif dengan

pemujaan selebritas. Akan tetapi, dari penelitian yang telah dijabarkan dapat dilihat bahwa fleksibilitas kognitif memiliki peranan terhadap pemujaan selebritas, begitu juga perasaan kesepian yang telah dijelaskan sebelumnya.

Penulis melakukan survei secara daring sebanyak 100 responden, yang terdiri atas perempuan berjumlah 89 (89%) dan laki-laki berjumlah 11 (11%). Usia rata-rata pada 19,85 tahun serta usia terbanyak pada usia 21 tahun. Berdasarkan hasil analisis regresi ditemukan bahwa kesepian dan fleksibilitas kognitif secara simultan memiliki peranan yang signifikan terhadap pemujaan selebritas, dengan nilai sumbangan sebesar 13,5%.

Pemujaan selebritas dalam penelitian Maltby dkk, (2004) dinyatakan bahwa individu yang berada pada pemujaan selebritas berkaitan dengan keengganan individu menjadi atau terlibat dalam kelompok sosial. Hal ini dijelaskan akibat dari adanya kegagalan dalam melakukan fleksibilitas kognitif. Individu yang secara kognitif tidak fleksibel dan terlibat dalam pemujaan selebritas tidak dapat melihat atau mempertimbangkan pilihan lain, sehingga ketika berhadapan dengan situasi yang tidak menyenangkan, individu ini memiliki pemikiran yang terkunci dan hanya melihat sesuatu dari sudut pandang personalnya.

Ketika individu sedang merasakan kesepian, individu dengan fleksibilitas kognitif dapat melihat pemujaan selebritas sebagai wujud upaya penyelesaian situasi tidak menyenangkan tersebut. Kemudian individu akan lebih sering terlibat secara parasosial dengan selebritas favoritnya dan hal ini dapat meningkatkan kegiatan pemujaan selebritas individu.

Responden pada penelitian ini berada pada kategori pemujaan selebritas yang sedang (75%). Pada tingkatan yang tidak ekstrem tersebut justru akan membantu penggemar dalam melepaskan stres hidup dan meningkatkan kepuasan hidup (Lin dan Lin, 2007 dalam Benu dan Nabit, 2019). Penggemar dapat berpartisipasi dalam kegiatan pemujaan selebritas dengan penggemar lain yang

berusia sebaya dan menciptakan kelompok sosial. Penggemar juga dapat meningkatkan keterampilan sosial, meningkatkan semangat tim, dan mencari dukungan emosional dari kelompok penggemar (Maltby dkk., 2001).

Pada penelitian ini, sebanyak 75 dari 100 partisipan remaja akhir yang berada pada usia 18-21 tahun (Santrock, 2014) berada pada tingkat kategori kesepian sedang. Kesepian yang dimiliki remaja akhir ini terjadi saat masa transisi dari sekolah menengah atas ke perguruan tinggi. Individu yang diliputi kesepian cenderung pemalu dan menemukan dirinya sulit menghubungkan diri dengan sekitar. Weiss (1973) menegaskan bahwa kesepian tidak disebabkan oleh tidak adanya hubungan atau perasaan kesendirian yang dialami individu, tetapi dapat disebabkan oleh kurangnya hubungan yang dibutuhkan atau adanya jenis hubungan yang tidak terpenuhi. Individu dapat merasakan kesepian walaupun dikelilingi oleh individu lain. Individu mungkin tetap memiliki keinginan untuk menjalin relasi sosial dan terlibat pada situasi sosial, tetapi keinginan tersebut tidak terpenuhi sehingga menyebabkan kesepian. Perasaan kesepian yang dimiliki dan keinginan individu untuk membentuk keterikatan ini dapat menyebabkan pemujaan terhadap selebritas (Ang & Chan, 2016). Para pemuja selebritas cenderung pemalu dan merasa kurang dalam melakukan sosialisasi (Lavesque, 2011).

Kesepian juga diketahui berkorelasi positif terhadap cara individu mengonsumsi informasi mengenai selebritas melalui media sosial, termasuk juga motif untuk mengunjungi media sosial selebritas dan perasaan senang ketika mengetahui kehidupan pribadi selebritas (Kim dkk, 2019). Hal tersebut sejalan dengan perspektif bahwa individu kesepian seringkali menggunakan media massa untuk pemenuhan kebutuhan interpersonal mereka melalui interaksi parasosial (Rubin & Perse, 1987). Asche dan McCutcheon (2001) juga menyatakan bahwa individu yang kesepian dan pemalu cenderung lebih tertarik pada hubungan parasosial karena hanya memiliki sedikit tuntutan sosial.

Selain kesepian, fleksibilitas kognitif diketahui juga berperan dalam pembentukan pemujaan selebritas dengan hubungan yang positif (Aufa dkk., 2019). Namun, hasil penelitian ini menyatakan bahwa fleksibilitas kognitif secara parsial tidak memiliki peranan yang signifikan kepada pemujaan selebritas individu remaja akhir penggemar K-pop.

Penelitian ini juga kemudian melihat faktor usia dan jenis kelamin pada para pemuja selebritas, peserta pada penelitian ini merupakan remaja akhir yang berada pada rentang usia 18-21 tahun (Santrock, 2014). Individu dalam rentang usia 18-21 tahun paling banyak berada pada kategori pemujaan selebritas tingkat sedang (75%) ke rendah (15), dan sisanya pada kategori tinggi. Walaupun tingkat pemujaan selebritas ini dapat dikatakan mencapai puncak tertinggi di masa remaja, pemujaan selebritas individu cenderung akan mengalami penurunan setelah usia 17 tahun. Hal ini dikarenakan pada tingkat perkembangan ini remaja mulai lebih fokus pada tujuan hidup dan kematangan karier mereka (Raviv dkk, 1995).

Pada faktor jenis kelamin, diketahui bahwa mayoritas responden perempuan diketahui menggemari selebritas laki-laki. Hal ini dapat dijelaskan dengan penelitian Raviv dkk (1995) bahwa perempuan memiliki kecenderungan untuk tertarik kepada selebritas lawan jenis. Hal ini terjadi sebagai pemenuhan hubungan fantasi mengenai hubungan romantis yang ideal. Namun, terdapat juga penggemar perempuan yang menggemari selebritas perempuan dan penggemar laki-laki yang menggemari selebritas laki-laki. Hal ini dapat terjadi karena penggemar sering menjadikan seorang selebritas sebagai *role model* dalam hidupnya (Ang & Chan, 2016). Dalam kasus ini, tidak terdapat perbedaan signifikan antara pemujaan selebritas yang dimiliki perempuan dan laki-laki. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan McCutcheon, dkk (2002) bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki kecenderungan mengidolakan selebritas pada level yang sama walaupun dengan konteks yang berbeda.

Penutup

Pemujaan selebritas menunjukkan gejala yang fenomenal di masyarakat, terutama para penggemar K-pop, yang sebagian tergolong remaja dan dewasa awal. Banyak faktor yang menjadi penyebab dari pemujaan selebritas, tetapi hubungan parasosial merupakan salah satu pilihan dari penggemar K-pop ini. Dengan kata lain, penggemar K-pop ini mengembangkan hubungan parasosial dengan berbagai faktor penyebab. Dapat disimpulkan atas kajian mengenai kesepian (*loneliness*) dan fleksibilitas kognitif, secara bersama-sama memiliki sumbangan peran terhadap pemujaan selebritas.

Peneliti juga menyarankan beberapa saran praktis berdasarkan hasil temuan yakni individu dengan kesepian yang tinggi lebih cenderung melakukan pemujaan selebritas. Pada tingkat ekstrem pemujaan selebritas dapat menjadi perilaku yang merugikan baik secara sosial maupun materi. Namun, pada tingkat pemujaan yang tidak, ekstrem pemujaan selebritas justru dapat menjadi solusi untuk perasaan kesepian yang dimiliki oleh individu remaja. Oleh karena itu, lingkungan individu remaja seperti keluarga, guru, teman, dan orang-orang yang berada di sekitar, disarankan untuk lebih memperhatikan dan memahami tingkat pemujaan selebritas yang dimiliki oleh penggemar remaja.

Daftar Pustaka

- Ang, C.-S., & Chan, N.-N. (2016). Adolescents' Views on Celebrity Worship: A Qualitative Study. *Current Psychology*, 37(1), 139–148. doi:10.1007/s12144-016-9497-0
- Aufa, R., Mar'at, S., & Tiatri, S. (2019). Peranan Cognitive Flexibility, Self-Esteem, dan Loneliness Terhadap Celebrity Worship Pada Remaja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 3(2), 539-548.
- Baek, Y. M., Bae, Y., & Jang, H. (2013). Social and parasocial relationships on social network sites and their differential relationships with users' psychological well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(7), 1-6. doi:10.1089/cyber.2012.0510

- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). Perilaku celebrity worship pada remaja perempuan. *Journal of Health and Behavioral Science*, 1(1), 13-25.
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864-886.
- Elvina, Rizkya (2019) Hubungan antara fleksibilitas kognitif dan pemujaan selebriti pada remaja penggemar K-Pop. Skripsi thesis, Sanata Dharma University.
- Fatimah, N. (2021). Hubungan antara Loneliness dengan Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Komunitas Nct zens di Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media psychology*, 4(3), 279-305.
- Griffith, J., Aruguete, M., Edman, J., Green, T., & McCutcheon, L. (2013). The temporal stability of the tendency to worship celebrities. *SAGE Open*, 3, 1–5. doi:10.1177/2158244013494221.
- Hanifah, (2020) Peran Perasaan Kesendirian (Loneliness) Terhadap Perilaku Parasosial Yang Dimoderatori Oleh Social Presence. Skripsi thesis, Universitas Gadjah Mada.
- Hawkey, L. C., & Cacioppo, J. T. (2010). Loneliness matters: A theoretical and empirical review of consequences and mechanisms. *The Society of Behavioral Medicine*, 40(2), 218-227. doi:10.1007/s12160-010-9210-8
- Hoffner, C. (2008). Parasocial and online social relationships. *The handbook of children, media, and development*, 309-333.
- Holt-Lunstad, J., & Smith, T. B. (2015). Loneliness and social isolation as risk factors for mortality: A meta-analytic review. *Perspectives on Psychological Science*, 10(2), 227-237. doi:10.1177/1745691614568352
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Hyman, M. R., & Sierra, J. J. (2007). Idolizing sports celebrities: A gateway to psychopathology? *Young Consumer*, 11(3), 226–238

- Levesque, R. J. R. (2012). Idols and idolization. In R.J.R. Levesque, *Encyclopedia of Adolescence, Volume 1* (pp. 1377–1378). New York, NY: Springer Science & Business Media.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences, 40*(2), 273–283. doi:10.1016/j.paid.2005.07.004
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences, 37*(7), 1475–1482. doi:10.1016/j.paid.2004.02.00
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British journal of health psychology, 10*(1), 17–32.
- Maltby, J., Houran, J., & Mccutcheon, I. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease, 191*(1), 25–29. doi:10.1097/00005053-200301000-00005
- Martin, M. M., & Rubin, R. B. (1995). A new measure of cognitive flexibility. *Psychological reports, 76*(2), 623–626.
- McCutcheon, L. E. (2002). Machiavellianism, belief in a just world, and the tendency to worship celebrities. *Current Research in Social Psychology, 8*(9).
- Nasution, N. W. (2018). Hubungan Keterampilan Sosial dengan Celebrity Worship pada Remaja di Komunitas Korean Cultural Centre Medan
- Perlman, D., & Peplau, L. A. (1981). Toward a social psychology of loneliness. In S. Duck, & R. Gilmour (Eds.), *Personal relationships: Vol. 3. Personal relationships in disorder* (pp. 31–56). London: Academic Press.
- Perlman, D., & Peplau, L. A. (1984). Loneliness research: A survey of empirical findings. In L. A. Peplau, & S. Goldston (Eds.), *Preventing the harmful consequences of severe and persistent loneliness* (pp. 13–46). Maryland: National Institute of Mental Health.

- Perlman, D., & Peplau, L. A. (1998). Loneliness. In H. S. Friedman (Ed.), *Encyclopedia of Mental Health* (pp. 571-581). San Diego: Academic Press.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan fanatisme pada remaja korean wave (penelitian pada komunitas super junior fan club elf everlasting friend) di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 84-90.
- Reditya, T. H. (2021, June 26). *Benarkah fans kpop terbesar ada di Indonesia? Halaman all*. KOMPAS.com. Retrieved February 17, 2022, from <https://www.kompas.com/global/read/2021/06/26/193507970/benarkah-fans-kpop-terbesar-ada-di-indonesia?page=all>.
- Rojek, C. (2012). *Fame attack: The inflation of celebrity and its consequences*. A&C Black.
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of personality assessment*, 66(1), 20-40.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime & Law*, 13(6), 559-571. doi:10.1080/10683160601160653
- Steuer, Gayle S., 2009, Parasocial and Social Interaction with Celebrities: Classification of Media Fans, *Journal of Media Psychology Theories Methods and Applications*, January 2009, 14 (3)
- Tsay, M., & Bodine, B. M. (2012). Exploring parasocial interaction in college students as a multidimensional construct: Do personality, interpersonal need, and television motive predict their relationships with media character? *Psychology of Popular Media Culture*, 1(3), 185-200. doi:10.1037/a0028120
- www.marketingmagazine.com.my, 2011, The risks and potentials of celebrity marketing in Malaysia. (2011). Retrieved from <http://www.marketingmagazine.com.my/breaking-news/the-risks-and-potentials-of-celebrity-marketing-in-malaysia>
- Xie, S. The Relationship between Peer Influence and Teenagers' Celebrity Worship Phenomenon. *development*, 4(12), 88-96

Adiksi Media Sosial Penggemar K-Pop

Fairuz Lusana, Wahyu Jati Anggoro

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sebagian besar orang. Ketika seseorang membuka mata di pagi hari, kegiatan pertama yang dilakukan adalah mengecek notifikasi media sosial dari gawainya. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2021 pengguna internet di Indonesia 210.026.769 jiwa dari populasi 272.682.600. Media sosial merupakan konten yang paling banyak diakses pengguna internet di Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). McGrath (2016) juga menyebutkan bahwa satu per tiga waktu yang dihabiskan di internet digunakan untuk mengakses media sosial.

Media sosial menawarkan berbagai keuntungan dan manfaat, di antaranya dapat menghubungkan dan membangun komunikasi jarak jauh, bahkan di belahan bumi yang berbeda. Media sosial juga berperan sebagai sarana berbagi ide, gagasan, informasi, dan rekomendasi serta sebagai sarana meningkatkan bisnis dan pemasaran, hingga untuk kesenangan atau hiburan (de Vries dkk., 2012; Lu & Hsiao, 2010).

Adiksi Media Sosial

Meskipun memberikan beragam manfaat, media sosial juga berpotensi adiksi (Carbonell & Panova, 2017). Adiksi media sosial dipengaruhi oleh peningkatan akses dan penggunaan berbagai media sosial selama beberapa dekade terakhir. Penggunaan media sosial tergolong adiksi ketika telah mengganggu aktivitas dan fungsi normal individu sehari-hari yang ditandai dengan beberapa komponen simtom inti, di antaranya adalah *conflict* (permasalahan interpersonal dan *intrapsychic*), *salience* (penggunaan yang mendominasi aktivitas lain), *withdrawal* (kemunculan perilaku

dan emosi negatif ketika tidak mengakses media sosial), *tolerance* (peningkatan waktu penggunaan), *mood modification* (perubahan *mood* akibat penggunaan media), dan *relapse* (Griffiths, 2013; Turel & Serenko, 2012).

Oliver & Krakowiak (2009) menyebutkan bahwa penggunaan media seseorang dipengaruhi oleh perbedaan individu, di antaranya adalah perbedaan individu dalam hal kebutuhan atau *needs*. Teori *uses & gratifications* menjelaskan bahwa motivasi individu untuk kepuasan dan pemenuhan kebutuhan psikologis, salah satunya interaksi sosial, dapat memengaruhi penggunaan media (Katz dkk., 1973). Xu & Tan (dalam Griffiths, 2013) menyebutkan bahwa penggunaan media sosial yang normal akan memiliki kemungkinan lebih besar berkembang menjadi problematik apabila digunakan sebagai mekanisme untuk rilis permasalahan psikologis tertentu seperti stres, kesepian, dan depresi.

Apa yang Menyebabkan Adiksi Media Sosial?

Kesepian sebagai salah satu permasalahan psikologis diartikan sebagai perasaan subjektif kompleks hasil dari kesenjangan kondisi sosial yang diinginkan dengan yang dimiliki dan dirasakan pada suatu saat (Sermat, 1978). Kondisi sosial yang diinginkan berasal dari pengalaman masa lalu atau hubungan ideal yang belum pernah dimiliki sebelumnya. Weiss (1973) membagi kesepian dalam dua tipologi, yakni kesepian emosional dan kesepian sosial. Kesepian emosional timbul dari kurangnya keterikatan dan kedekatan emosional dengan orang lain. Hal ini menimbulkan perasaan "hampa" dan cemas. Sedangkan kesepian sosial dihasilkan dari kurangnya hubungan sosial (*social network*), ketika seseorang seharusnya menjadi bagian kelompok tertentu. Kesepian tidak selalu disebabkan oleh keadaan kesendirian, namun merupakan respons dari ketiadaan hubungan khusus atau lebih tepatnya tidak ada ketentuan relasional tertentu (Weiss, 1973).

Beberapa penelitian terdahulu menyatakan terdapat sejumlah karakteristik yang sering ditemukan pada individu dengan kesepian

(Morahan-Martin & Schumacher, 2003). Beberapa di antaranya adalah individu yang mengalami kesepian cenderung memiliki kemampuan sosial dan komunikasi yang lebih rendah sehingga kesulitan membangun hubungan pertemanan dan menginisiasi hubungan sosial lain (Spitzberg & Canary, 1985; Vitkus & Horowitz, 1987), individu dengan kesepian juga cenderung tertutup dan tidak intim (Berg & Peplau, 1982; Williams & Solano, 1983), serta memiliki *self-esteem* yang rendah (Burger, 1997).

Penggunaan media sosial disebut dapat membantu pemenuhan kebutuhan akan interaksi sosial individu dengan kesepian karena dinilai lebih memudahkan mereka membangun interaksi sosial. Pada teori *media uses & gratification* oleh Katz, dkk (Ashe & McCutcheon, 2001) disebutkan bahwa ketika kebutuhan psikologis tidak terpenuhi secara alami, individu cenderung menggunakan media untuk mengkompensasi hal tersebut. Media sosial dianggap membutuhkan *social demand* yang lebih sedikit daripada interaksi sosial pada umumnya, sehingga individu yang kesepian tidak perlu mengalami ketidaknyamanan atau *discomfort* sebagaimana ketika berinteraksi secara *face-to-face*. Secara spesifik, orang yang merasa kesepian akan lebih bergantung kepada media sosial dan akan menggunakannya dengan intensitas yang lebih banyak. Hal ini untuk memenuhi kebutuhan interpersonal dan melengkapi kurangnya kemampuan sosial dan hubungan langsung dengan orang lain melalui tatap muka (Kraut dkk., 2002; R. B. Rubin & McHugh, 1987).

Media sosial sebagai sarana komunikasi memfasilitasi interaksi berbagai kalangan, salah satu di antaranya dalam dunia hiburan atau *entertainment* yang erat dengan figur selebritas. Berkembangnya industri hiburan yang didukung perkembangan teknologi beberapa dekade terakhir membuat *celebrity culture* turut mengalami peningkatan pesat. Kondisi ini membuat sebagian orang memiliki kekaguman dan keterikatan pada figur selebritas favorit yang diidolakan. Keterikatan terhadap figur selebritas idola ini disebut *parasocial attachment*, yaitu hubungan satu arah berupa kedekatan

dan intimasi semu yang muncul dari konsumsi media (Horton & Wohl, 1956).

Beberapa dekade ini diketahui bahwa kekaguman seorang penggemar terhadap idolanya dapat memunculkan keterikatan berlebihan, hingga dipandang sebagai identitas dan kehidupan sosial serta emosional utama dari penggemar. Hubungan parasosial ini terkadang tumbuh menjadi hal yang ekstrem, dianggap sangat serius, dan cenderung obsesif. Hal ini menjadi awal kemunculan fenomena pemujaan selebritas (*celebrity worship*), sebagai salah satu bentuk hubungan parasosial ketika seseorang terobsesi pada figur selebritas tertentu (McCutcheon dkk., 2002). Menurut Brown (2015), pemujaan selebritas sebagai bentuk keterikatan psikologis intens yang membuat hubungan seseorang dengan figur selebritas favoritnya sebagai fokus utama. Hal ini berkembang dari identifikasi yang kuat dan perasaan setia yang ditandai loyalitas dan kerelaan untuk menginvestasikan waktu dan materi kepada figur idola.

Perilaku pemujaan selebritas diidentifikasi menjadi 3 dimensi, dengan tingkatan berbeda (Maltby dkk., 2006). Pada tingkatan terendah adalah level *entertainment-social*, penggemar memiliki ketertarikan terhadap talenta, sikap, dan perilaku idola mereka. Tahapan ini menjelaskan kesenangan penggemar dalam membahas dan membicarakan idola mereka bersama penggemar lain atau dengan orang lain; kemudian tingkatan kedua adalah *intense-personal*, yang menjelaskan adanya perasaan yang intensif dan kompulsif terhadap idola. Pada dimensi ini perilaku yang mungkin ditunjukkan adalah selalu memikirkan idola, bahkan pada saat mereka sedang tidak ingin memikirkannya; dan tingkatan ketiga, yang paling ekstrem, adalah *borderline-personal level*, yang menampilkan sikap berupa kemauan untuk melakukan apa pun demi idola, bahkan terkadang untuk hal-hal yang di luar norma yang berlaku.

Selebritas (*celebrity*) merupakan sebuah terminologi yang diambil dari bahasa Perancis *célèbre* yang berarti orang terkenal. Terminologi *celebrity* kemudian digunakan untuk mendeskripsikan

kondisi seorang atau kelompok yang diketahui dan dikenali oleh orang banyak (Drake & Miah, 2010). Berbagai studi membuktikan bahwa selebritas dapat memberikan pengaruh terhadap sikap, perilaku dan kepercayaan seseorang, seperti perilaku berbelanja dan pandangan politik seseorang (Austin dkk., 2008; Malik & Guptha, 2014). Kekaguman terhadap figur selebritas dianggap sebagai hal umum seiring perkembangan manusia dan dianggap sebagai bagian dari pembentukan identitas pada anak dan remaja menuju usia dewasa (Brown, 2015; Stever, 2010).

Salah satu kalangan selebritas yang sedang banyak diperbincangkan para remaja dan dewasa awal adalah selebritas musik pop asal Korea Selatan atau *K-pop idol*. *K-pop idol* merupakan salah satu fenomena besar yang terjadi di Indonesia setidaknya selama beberapa tahun terakhir. K-pop masuk bersamaan dengan produk hiburan lainnya seperti drama Korea, film, dan *variety show* melalui *Korean wave* atau yang biasa disebut *hallyu*. *Korean wave* sendiri merupakan istilah yang awalnya digunakan masyarakat Korea Selatan untuk mendeskripsikan berkembangnya budaya Korea yang pesat di berbagai negara. Salah satu faktor terbesar keberhasilan fenomena ini adalah perkembangan teknologi dan informasi, termasuk media sosial yang sangat masif, sehingga seiring berjalannya waktu fenomena *K-pop idol* ini secara luas tersebar di Indonesia (Sudwintari & Perangin-angin, 2022).

Keterkaitan antara Pemujaan Selebritas, Kesenian, dan Adiksi Media Sosial

Pada awalnya hubungan parasosial antara penggemar dan selebritas berlangsung pada media massa seperti televisi, radio, dan panggung pertunjukan (Horton & Wohl, 1956). Seiring perkembangan teknologi dan media baru, salah satunya media sosial, selebritas dan penggemarnya mendapatkan jembatan untuk saling terhubung. Media sosial menjadi salah satu faktor penting dalam fenomena pemujaan selebritas. Berbagai situs jejaring sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, dan sebagainya

memungkinkan selebritas dan penggemar saling terhubung dengan cara membagikan gambar, video, ataupun hal-hal lain yang berkaitan dengan keseharian sang idola. Hal tersebut dilakukan melalui fitur-fitur interaktif seperti kolom komentar, kotak pesan, atau *direct message*, dan *likes* (Chung & Cho, 2017; Labrecque, 2014). Selain berinteraksi dengan selebritas, media sosial juga dapat menjadi wadah bagi sesama penggemar untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi mengenai selebritas favorit mereka (M.-S. Kim & Kim, 2017).

McCutcheon dkk (2002) menggunakan model *absorption-addiction* untuk menjelaskan perilaku *celebrity worship*. Penggemar dengan struktur identitas yang lemah dan memiliki hubungan sosial yang kurang bermakna cenderung mencoba membangun identitas dan berusaha mendapatkan kepuasan dengan menjadi *psychologically absorbed* pada selebritas favoritnya. Individu dengan level pemujaan selebritas tinggi memiliki struktur pembatasan diri (*boundary structure*) lemah, yang memungkinkan mereka meyakini bahwa mereka memiliki hubungan dan ikatan dengan figur selebritas yang digemari (Houran dkk., 2005). Seorang *celebrity worshipper* diasumsikan secara terus-menerus ingin membuktikan keyakinan atas hubungan dan ikatannya dengan selebritas favorit, seiring tingkatan *absorption* yang dialami. Hal ini kemudian dihabituisasi dan memunculkan perilaku adiksi.

Mengingat kecenderungan adiksi media sosial dapat menimbulkan berbagai masalah, maka kajian tentang tendensi adiksi media sosial dan faktor-faktor yang memprediksinya menjadi penting. Topik adiksi media sosial sudah cukup banyak dibahas di berbagai penelitian, namun kajian tentang peran kesepian dan pemujaan selebritas secara simultan terhadap tendensi adiksi media sosial masih relatif sedikit. Maka dari pemaparan di atas, kajian ini bertujuan menjelaskan peran kesepian dan pemujaan selebritas terhadap tendensi adiksi media sosial. Asumsi teoritiknya, kesepian dan pemujaan selebritas mampu memprediksi tendensi adiksi media sosial.

Bagaimana Dinamika Psikologis Adiksi Media Sosial pada Penggemar K-Pop?

Studi ini menggunakan responden sebanyak 229 penggemar K-pop dengan usia 18-25 tahun, berdomisili di Indonesia, aktif menggunakan media sosial (Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok, Youtube, Vlive, Weverse, Twitch, Tumblr, Snapchat) serta mengidentifikasi diri sebagai penggemar seorang atau sekelompok selebritas K-pop (K-popers). Sampling dilakukan secara *non-probability* dengan *convenience sampling*. Dari keseluruhan 229 orang partisipan berasal dari berbagai provinsi di Indonesia, sebanyak 11 orang adalah laki-laki dan 218 orang adalah perempuan.

Dari hasil studi memperlihatkan bahwa skor rata-rata pada variabel tendensi adiksi media sosial sebesar 83.3 dengan skor terendah sebesar 50 dan tertinggi sebesar 119. Pada variabel pemujaan selebritas diperoleh rerata skor sebesar 86.1 dengan skor terendah 44 dan skor tertinggi 124. Sedangkan pada variabel kesepian, rata-rata skor yang diperoleh adalah 41.7 dengan skor terendah 19 dan skor tertinggi 72. Standar deviasi dari variabel tendensi adiksi media sosial, *celebrity worship*, dan kesepian masing-masing sebesar 12.2, 15.7, dan 10.5.

Uji analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui peran pemujaan selebritas dan kesepian terhadap tendensi adiksi media sosial. Berdasarkan perhitungan regresi, diperoleh nilai $F = 32.6$ dengan $p < 0.05$ sehingga model regresi diterima. Skor R pada model regresi sebesar 0.47 dengan skor $R^2 = 0.22$. Hasil ini menunjukkan angka yang signifikan. Variabel pemujaan selebritas dan kesepian memberikan sumbangan efektif sebesar 22.4%. Artinya tendensi adiksi media sosial masih lebih banyak diprediksi oleh variabel lain dibandingkan pemujaan selebritas dan kesepian (77.6%).

Media sosial berperan penting dalam fenomena pemujaan selebritas, terutama pada penggemar K-pop. Media sosial memfasilitasi selebritas dan penggemarnya untuk berkomunikasi, memberikan *update* mengenai karya-karya terbaru, bahkan hingga kehidupan pribadi dan kegiatan keseharian untuk membangun

hubungan dan koneksi dengan penggemar (Chung & Cho, 2017; Hoffner & Bond, 2022). Begitu juga dengan para penggemar, melalui media sosial mereka dapat berinteraksi dengan selebritas dan sesama penggemar tanpa ada batasan ruang dan waktu, sehingga kebutuhan psikologis seperti interaksi sosial dan identifikasi para penggemar dapat terpenuhi (Giles, 2017). Intensitas *disclosure* yang dilakukan oleh figur selebritas dapat meningkatkan koneksi sosio emosional dengan penggemar (Basilisco dkk., 2019; J. Kim & Song, 2016; Kurtin dkk., 2018).

Selain menyediakan berbagai kemudahan dan manfaat, media sosial juga berpotensi dampak negatif, salah satunya adiksi media sosial (Carbonell & Panova, 2017; Sanz-Blaz dkk., 2019). Pada sebuah penelitian disebutkan bahwa kemungkinan adiksi media sosial akan lebih tinggi pada seseorang yang memiliki kekaguman dan ketertarikan terhadap figur selebritas (Zsila dkk., 2021). Komunikasi interaktif dengan figur selebritas membuat penggemar mengharapkan komunikasi yang eksklusif dari idolanya. Hal ini mendorong para penggemar menjadi setia pada figur selebritas yang mereka idolakan (Chung & Cho, 2017).

Adiksi media sosial pada kajian ini dapat dijelaskan menurut model *absorption-addiction* dari McCutcheon dkk. (2002). Interaksi di media sosial antara penggemar dan figur selebritas idolanya dilakukan secara intens yang membuat penggemar semakin *psychologically absorbed*. Seiring dengan meningkatnya intensitas frekuensi interaksi dengan selebritas di media sosial, tidak jarang *celebrity worshipper* menoleransi perilaku yang memenuhi kebutuhan *absorption* mereka dan menumbuhkan keterikatan dan menimbulkan perilaku adiksi.

Ketika berinteraksi secara intensif dengan tokoh idola, *sense of reality* dari para *celebrity worshipper* akan meningkat. Mereka meyakini memiliki hubungan khusus serta keterikatan dengan figur selebritas idola, sehingga mereka akan terus berusaha untuk mencari tahu lebih banyak mengenai idolanya (Houran dkk., 2005). Ketika kebutuhan *absorption* semakin tinggi, *celebrity worshipper*

akan terus mencari tahu mengenai kehidupan idolanya. Terbatasnya akses langsung terhadap selebritas, maka media sosial menjadi alat penggemar untuk kompensasi dengan memberikan informasi dan interaksi mengenai hal-hal personal maupun profesional dari figur selebritas idolanya.

Kecenderungan adiksi media sosial selain diprediksi oleh perilaku pemujaan selebritas sebagai karakteristik individu, juga diprediksi oleh kesepian. Hasil analisis korelasi menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara kesepian dan tendensi adiksi media sosial. Riset sebelumnya menyatakan pada individu yang mengalami kesepian cenderung lebih banyak mengakses dan bergantung pada media untuk pemenuhan kebutuhan interpersonal meskipun tidak secara langsung menyebutkan konteks media sosial (A. M. Rubin dkk., 1985; A. M. Rubin & Perse, 1987).

Penelitian Song, dkk. (2014) mendukung argumen tersebut dan menyatakan bahwa penggunaan media sosial cenderung lebih tinggi pada individu dengan skor kesepian tinggi dan dukungan sosial yang lebih rendah. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Cahyani (2021) yang menemukan bahwa terdapat peran signifikan pemujaan selebritas dan kesepian terhadap kecenderungan adiksi internet.

Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa interaksi dan hubungan virtual dengan selebritas sebagai *media persona* yang dibangun melalui media komunikasi, khususnya internet, dapat menjadi alternatif dari komunikasi interpersonal. Hal ini terjadi karena media dianggap lebih dapat merepresentasikan identitas diri yang lebih ideal sesuai keinginan untuk memenuhi kebutuhan interpersonal tertentu (Wang dkk., 2008).

Tendensi adiksi media sosial yang diprediksi oleh pemujaan selebritas dan kesepian juga dapat dijelaskan melalui teori *cognitive-behavioral model*, *social skill model*, dan *socio-cognitive model* yang dikemukakan oleh Turel & Serenko (2012). *Cognitive-behavioral model* menjelaskan adanya kognisi atau pikiran maladaptif yang

menyebabkan adanya pola penggunaan atau akses media sosial secara obsesif. Pikiran maladaptif ini dapat diperkuat oleh beberapa faktor seperti *social isolation* dan kurangnya *peer support*. *Social-skill model* menjelaskan bahwa individu yang memiliki kemampuan sosial lebih rendah memiliki kemungkinan lebih besar untuk *engage* dalam komunikasi di media sosial daripada melalui tatap muka atau *face-to-face*. (3) *Socio-cognitive model* menjelaskan bahwa adiksi media sosial terjadi karena adanya hasil yang diharapkan (dalam konteks ini untuk memenuhi kebutuhan interpersonal, mengurangi kesepian) bersamaan dengan kontrol atas penggunaan media sosial yang lemah atau bahkan tidak ada sama sekali, sehingga ekspektasi pada *positive reward* menumbuhkan pola perilaku obsesif.

Penutup

Pemujaan selebritas dan kesepian berperan terhadap munculnya tendensi adiksi media sosial. Pemujaan selebritas mampu memprediksi tendensi media sosial dengan proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan variabel kesepian. Tinggi rendahnya skor pemujaan selebritas dan kesepian pada individu dapat digunakan untuk memprediksi tinggi rendahnya tendensi adiksi media sosial.

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah untuk mengeksplorasi topik adiksi media sosial ini lebih jauh dengan menambahkan analisis variabel-variabel dan faktor lain seperti: durasi penggunaan media sosial, kepribadian, tingkat kontrol diri, dan variabel-variabel lainnya.

Daftar Pustaka

- Ashe, D. D., & McCutcheon, L. E. (2001). Shyness, kesepian, and attitude toward celebrities. *Current Research in Social Psychology*, 6(9).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. <https://apjii.or.id/survei2022x>
- Austin, E. W., Van de Vord, R., Pinkleton, B. E., & Epstein, E. (2008). Celebrity Endorsement and their potential to motivate young

- voters. *Celebrity Studies*, 11(4), 420–436.
- Basilisco, R., Amenuvor, F. E., Owusu-Antwi, K., & Hyeok, C. J. (2019). Celebrity self-disclosure and social media cohesion: Perspectives from Ghanaian Instagram users. *Current Journal of Applied Science and Technology*, 38(5), 1–19. <https://doi.org/10.9734/cjast/2019/v38i530383>
- Berg, J. H., & Peplau, L. A. (1982). Kesepian: The relationship of self-disclosure and androgyny. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8(4), 624–630. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/0146167282084004>
- Brown, W. J. (2015). Examining four processes of audience involvement with media personae: Transportation, parasocial interaction, identification, and worship. *Communication Theory*, 25, 259–283.
- Burger, J. (1997). *Personality* (4 ed.). Brooks/Cole.
- Cahyani, O. I. (2021). *Pengaruh pemujaan selebritas dan kesepian terhadap kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-Pop*. IAIN Salatiga.
- Carbonell, X., & Panova, T. (2017). A critical consideration of social networking sites' addiction potential. *Addiction Research & Theory*, 25(1), 48–57. <https://doi.org/10.1080/16066359.2016.1197915>
- Chung, S., & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationship with celebrities on social media: Implication for celebrity endorsement. *Psychology and Marketing*, 34(4), 481–495.
- de Vries, L., Gensler, S., & Leeflang, P. S. H. (2012). Popularity of brand posts on brand fan pages: An investigation of the effects of social media marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 26(2), 83–91.
- Drake, P., & Miah, A. (2010). The cultural politics of celebrity. *Cultural Politics*, 6(1), 49–64.
- Giles, D. C. (2017). How do fan and celebrity identities become established on Twitter? A study of 'social media natives' and their followers. *Celebrity Studies*, 8(3), 445–460.
- Griffiths, M. D. (2013). Social Networking Addiction: Emerging Themes and Issues. *J Addict Res Ther*, 4(5). <https://doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118>

- Hapsari, D. J. R., & Sumaryanti, I. U. (2022, January). Hubungan Pemujaan selebritas dengan Problematic Social Media Use pada Penggemar BTS di Kota Bandung. In Bandung Conference Series: Psychology Science (Vol. 2, No. 1, pp. 92-98).
- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. *Curr Opin Psychol*, 45(101306). <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction. *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes*, 19, 215–229.
- Houran, J., Navik, S., & Zerrusen, K. (2005). Boundary functioning in celebrity worshipper. *Personality and Individual Differences*, 38, 237–248. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.04.014>
- Katz, E., Haas, H., & Gruevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164–181. <https://doi.org/10.2307/2094393>
- Kim, J., & Song, H. (2016). Celebrity's self-disclosure on Twitter and parasocial relationships: A mediating role of social presence. *Computers in Human Behavior*, 62, 570–577. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.083>
- Kim, M.-S., & Kim, H.-M. (2017). The effect of *online* fan community attributes on the loyalty and cooperation of fan community members: The moderating role of connect hours. *Computers in Human Behavior*, 68, 232–243.
- Kraut, R., Kiesler, S., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49–74. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00248>
- Kurtin, K. S., O'Brien, N., Roy, D., & Dam, L. (2018). The development of parasocial relationships on YouTube. *The Journal of Social Media in Society*, 7(1), 233–252.
- Labrecque, L. L. (2014). Fostering consumer-brand relationship in social media environments: The role of parasocial interaction. *Journal of Interactive Marketing*, 28(134–149).
- Lu, H. P., & Hsiao, K. L. (2010). The influence of extro/introversion on the intention to pay for social networking sites. *Information & Management*, 47(3), 150–157.

- Malik, G., & Guptha, A. (2014). Impact of celebrity endorsement and brand mascots on consumer buying behavior. *Journal of Global Marketing, 27*(2), 128–143.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of pemujaan selebritas within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences, 40*(2), 273–283.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *Br. J. Psychol, 3*(1), 67–87.
- McGrath, F. (2016). *Social networks grab a third of time spent online*. GlobalWebIndex Blog. <https://blog.globalwebindex.net/chart-of-the-day/social-networks-grab-a-third-of-time-spent-online/>
- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003). Kesepian and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior, 19*, 659–671. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(03\)00040-2](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(03)00040-2)
- Oliver, M. B., & Krakowiak, K. M. (2009). Individual differences in media effects. Dalam J. Bryant & M. B. Oliver (Ed.), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed., hlm. 517–531). Routledge.
- Rubin, A. M., & Perse, E. M. (1987). Audience activity and television news gratifications. *Communication Research, 13*(1), 58–84. <http://dx.doi.org/10.1177/009365087014001004>
- Rubin, A. M., Perse, E. M., & Powell, R. A. (1985). Kesepian, parasocial interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research, 12*(2), 155–180.
- Rubin, R. B., & McHugh, M. P. (1987). Development of parasocial interaction relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 31*, 279–292.
- Russel, D., Peplau, L. A., & Curtona, C. E. (1980). The revised UCLA Kesepian Scale: Concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology, 39*, 472–480.
- Russel, D., Peplau, L. A., & Ferguson, M. L. (1978). Developing a measure of kesepian. *Journal of Personality Assessment, 42*, 290–294.
- Sahin, C. (2018). Social media addiction scale—Student form: The Reliability and validity study. *TOJET, 17*(1), 169–182.

- Sanz-Blaz, S., Buzova, D., & Miquel-Romero, M. J. (2019). From Instagram overuse to instastress and emotional fatigue: The mediation of addiction. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*.
- Sermat, V. (1978). Source of Kesepian. *Essence*, 271–276.
- Song, H., Zmylinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A., Victor, A., Omori, K., & Allen, M. (2014). Does Facebook make you lonely?: A meta analysis. *Computers in Human Behavior*, 36, 446–452. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.011>
- Spitzberg, B. H., & Canary, D. J. (1985). Kesepian and relationally competent communication. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2(4), 387–402. <https://doi-org.ezproxy.ugm.ac.id/10.1177/0265407585024001>
- Stever, G. S. (2010). Fan behavior and lifespan development theory: Explaining para-social and social attachment to celebrities. *Journal of Adult Development*, 18, 1–7. <https://doi.org/10.1007/s10804-010-9100-0>
- Sudwintari, & Perangin-angin, A. Br. (2022). Teenager perception of Kpop cultural adaptation in Indonesia. *LingPoet; Journal of Linguistic and Literary Research*, 3(1), 40–51.
- Turel, O., & Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512–528. <http://dx.doi.org/10.1057/ejis.2012.1>
- Vitkus, J., & Horowitz, L. M. (1987). Poor social performance of lonely people: Lacking a skill or adopting a role? *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1266–1273. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.52.6.1266>
- Wang, Q., Fink, E. L., & Cai, D. A. (2008). Kesepian, gender, and parasocial interaction: A uses and gratification approach. *Communication Quarterly*, 56(1). <https://doi.org/10.1080/01463370701839057>
- Weiss, R. S. (1973). *Kesepian: The experience of emotional and social isolation*.
- Williams, J. G., & Solano, C. H. (1983). The social reality of feeling lonely: Friendship and reciprocation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9(2), 237–242. <https://doi-org.ezproxy.ugm.ac.id/10.1177/0146167283092007>
- Zsila, A., McCutcheon, L. E., & Demetrovics, Z. (2018). The association of pemujaan selebritaswith problematic Internet

use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 1–11.

Zsila, A., Urban, R., McCutcheon, L. E., & Demetrovics, Z. (2021). A new avenue to reach out for the stars: The association of pemujaan selebritas with problematic and nonproblematic social media use.

BAGIAN KELIMA SEPUTAR TWEETS DI TWITTER

Twitter merupakan salah satu *platform* di media sosial yang memiliki banyak pengguna. Jika topiknya menarik, para pengguna melakukan percakapan atau *tweets* yang masif karena saling menimpali, menyanggah, atau memperkuat *tweets* yang berlangsung. Hal ini dikenal sebagai *trending topic*. *Trending topic* dan *tweets* ini telah banyak digunakan oleh peneliti sebagai data untuk melihat pola perilaku masyarakat karena memenuhi syarat sebagai big data. Sumber data yang berasal dari Twitter dapat dengan mudah diekstraksi berdasarkan pencarian kata kunci atau tagar dan dapat diekstraksi berdasarkan garis waktu tertentu. Salah satu yang menggunakan *tweets* ini adalah tim Barack Obama yang memenangkan pemilihan presiden di Amerika Serikat. Demikian juga dalam pemilihan presiden tahun 2019, salah satu kubu kandidat Presiden RI juga menggunakannya.

Selama masa pandemi, di mana diberlakukan kerja dan belajar dari rumah, salah satu saluran ekspresi melalui Twitter. Berdasarkan *tweets* dalam kurun waktu tertentu, apakah membentuk pola perilaku tertentu. Apakah selama kurun waktu tertentu pengguna twitter menyatakan sentimen yang negatif atau positif atau biasa-biasa saja ataukah sudah sampai pada situasi kelelahan?

Identifikasi *Pandemic Fatigue* Covid-19 Melalui Media Sosial Twitter

Dina Arifka, Haryanto

Kasus *Coronavirus Disease 19* (Covid-19) di Indonesia terus bertambah, namun kondisi di lapangan berbeda, yaitu masyarakat justru semakin longgar dalam menjalankan protokol kesehatan. Padahal, seluruh komponen baik pemerintah maupun nonpemerintah tetap aktif dalam melakukan berbagai upaya untuk menekan penyebaran Covid-19, salah satunya adalah melaksanakan kampanye protokol kesehatan seperti memakai masker, mencuci tangan dengan sabun, dan menjaga jarak serta menghindari kerumunan (3M). Satuan Tugas Penanganan (satgas) Covid-19 Nasional pada Oktober 2020 turut mendukung upaya ini dengan membentuk Bidang Perubahan Perilaku untuk mendorong percepatan perubahan perilaku masyarakat agar dapat secara konsisten menerapkan protokol kesehatan (Satuan Tugas Penanganan [Satgas] Covid-19, 2020).

Pada bulan Oktober 2020, ketika Bidang Perubahan Perilaku baru dibentuk, perilaku masyarakat yang patuh dalam menggunakan masker sebanyak 75,9%. Namun, tiga bulan pascapembentukan Bidang Perubahan Perilaku, pola perilaku masyarakat untuk menjalankan protokol kesehatan justru mengalami penurunan sampai pada angka 55,2% pada bulan Januari 2021. Padahal angka terkonfirmasi kasus positif Covid-19 di Indonesia saat itu tengah mengalami kenaikan yang cukup tajam. Hal tersebut menunjukkan adanya pergeseran pola perilaku masyarakat yang bersifat kontradiktif seiring dengan meningkatnya jumlah kasus terkonfirmasi positif Covid-19. Pergeseran pola perilaku masyarakat untuk menjalankan protokol kesehatan ini menunjukkan indikasi adanya kemunculan *pandemic fatigue*.

Pandemic Fatigue

Pandemic fatigue terdiri dari dua kata, *pandemic* dan *fatigue*. *Pandemic* merujuk pada keadaan pandemi Covid-19, sedangkan *fatigue* atau kelelahan. Kelelahan menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) merupakan keadaan lelah, kepenatan, dan atau kepayahan. KBBI membagi kelelahan menjadi tiga macam, yakni kelelahan emosional, kelelahan fisik, dan kelelahan mental. Kelelahan emosional merupakan kelelahan yang diekspresikan dalam bentuk perasaan frustrasi, putus asa, merasa terjebak, tidak berdaya, tertekan dan merasa sedih atau apatis terhadap pekerjaan. Kelelahan fisik merupakan kelelahan yang ditandai dengan adanya keletihan, kejenuhan, ketegangan otot, perubahan dalam kebiasaan makan dan tidur, serta secara umum tingkat energinya rendah. Kelelahan mental merupakan ketidakpuasan terhadap diri sendiri, ketidakpuasan terhadap pekerjaan dan hidup secara keseluruhan, serta merasa tidak kompeten atau merasa rendah diri. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *fatigue* merupakan suatu fenomena yang muncul akibat paparan stimulus secara terus menerus dan dapat menimbulkan adanya perubahan perilaku, persepsi, dan emosi. *Pandemic fatigue* merupakan istilah yang dikemukakan oleh WHO untuk menunjukkan respons psikologis terhadap krisis kesehatan masyarakat yang berkepanjangan (Meacci & Primicerio, 2021).

Menurut WHO (2020), *pandemic fatigue* dipahami sebagai adanya penurunan motivasi untuk melakukan tindakan protektif saat pandemi yang muncul secara bertahap dari waktu ke waktu dan dipengaruhi oleh sejumlah emosi, pengalaman, dan juga persepsi seseorang. WHO menekankan tiga poin penting mengenai *pandemic fatigue*, yakni, *pandemic fatigue* merupakan respons alami individu dalam menghadapi kesulitan yang berkepanjangan dan tidak terselesaikan, *pandemic fatigue* merupakan penurunan motivasi untuk melakukan perilaku protektif dan mencari informasi terkait Covid -19, dan *pandemic fatigue* berkembang secara bertahap dari waktu ke waktu dan kemunculannya dipengaruhi oleh sejumlah

emosi, pengalaman, dan persepsi serta lingkungan budaya, sosial, struktural, dan juga oleh legislatif.

Komponen yang mempengaruhi turunnya motivasi individu atau masyarakat dalam lingkup yang lebih luas sangat dipengaruhi oleh lamanya situasi pandemi. Misalnya, ancaman yang disebabkan oleh virus dapat berkurang ketika individu telah terbiasa dengan keberadaan virus tersebut, bahkan ketika data epidemiologis menunjukkan bahwa risikonya dapat meningkat.

Pandemic fatigue menjadi suatu fenomena yang menarik untuk dipelajari karena berusaha memahami respons alami masyarakat terhadap krisis kesehatan yang berkepanjangan. Studi yang dilakukan oleh Al-Tammemi dkk. (2021) menjelaskan bahwa *pandemic fatigue* dapat menjadi faktor risiko utama kemerosotan status epidemiologis yang memungkinkan dapat dihubungkan dengan faktor prediktor munculnya gelombang kedua. Hal ini menunjukkan bahwa *pandemic fatigue* secara langsung dapat menurunkan tingkat efektivitas kepatuhan dalam menjalankan protokol kesehatan yang dapat mengakibatkan risiko lebih besar, seperti transmisi virus yang semakin cepat dan meningkatnya angka jumlah kasus terkonfirmasi positif Covid-19.

Fenomena *pandemic fatigue* terbukti semakin banyak muncul beberapa bulan setelah kebijakan pertama terkait *lockdown* nasional atau kebijakan jam malam diberlakukan (Nitschke dkk., 2021). Hal ini didukung oleh Staven dkk. (2020) bahwa *pandemic fatigue* secara bertahap dapat muncul 1,5-6 bulan pascakasus pertama muncul.

Secara operasional, *pandemic fatigue* merupakan bagian dari demotivasi pada masa pandemi yang diindikasikan dengan adanya perasaan terbiasa terhadap keberadaan virus bahkan saat data epidemiologis menunjukkan risiko yang meningkat, adanya dorongan internal dari individu untuk menentukan nasib dengan melakukan pelanggaran terhadap protokol kesehatan, dan adanya anggapan bahwa keadaan telah normal bahkan ketika berada pada kondisi berbahaya yang dialami dalam jangka waktu yang lama

(WHO, 2020). *Pandemic fatigue* dapat diukur menggunakan analisis sentimen dan faktor-faktor yang mendorong kemunculannya dapat diungkap dengan *topic modelling* atau pemodelan topik (Arifka dkk., 2021). Penelitian ini menggunakan analisis dengan algoritma *Valence Aware Dictionary* (VADER) untuk analisis sentimen dan *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) untuk analisis *topic modelling*. Algoritma VADER dan LDA digunakan karena telah terbukti dapat digunakan untuk analisis terkait topik kesehatan pada masa pandemi (Ridhwan & Hargreaves, 2021).

Studi *Pandemic Fatigue* di Indonesia dan Singapura

Studi mengenai *pandemic fatigue* pernah dilakukan oleh Arifka dkk. (2021) menggunakan perspektif etnografi digital. Pada penelitiannya, *pandemic fatigue* dianalisis menggunakan analisis sentimen dan pemodelan topik dengan sumber data berasal dari *big data* Twitter. Berdasarkan analisis sentimen pada penelitian tersebut ditemukan bahwa dukungan masyarakat terhadap penerapan protokol kesehatan di Indonesia terus menurun sejak Juni 2020 sampai berada di titik terendah pada Februari 2021. Faktor penyebab dari turunnya sentimen masyarakat terhadap dukungan menjalankan protokol kesehatan terjawab melalui analisis pemodelan topik di antaranya, kritik masyarakat terhadap upaya pemerintah menanggulangi penyebaran Covid-19, pengalaman masyarakat selama penerapan protokol kesehatan, di sisi lain adanya pernyataan-pertanyaan *influencer* yang bertentangan dengan protokol kesehatan yang dipublikasikan oleh pemerintah. Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Ridhwan dan Hargreaves (2021) menggunakan analisis sentimen, analisis emosi, dan pemodelan topik untuk memahami sentimen publik di Singapura. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum *tweets* masyarakat Singapura saat terjadi pandemi Covid-19 didominasi oleh sentimen positif, sedangkan kemunculan sentimen negatif hanya berada pada saat-saat tertentu saja seperti saat kasus pertama muncul. Hasil analisis emosi menunjukkan bahwa *tweets* didominasi oleh *joy* ketika pengguna membahas mengenai *stay at home* dan *spending*

time with family. Terakhir, topik yang sering keluar berdasarkan analisis pemodelan topik adalah mengenai *staying at home* dan topik ini didominasi oleh *tweets* yang positif.

Kedua penelitian tersebut memiliki metode yang mirip dalam melakukan riset terkait peristiwa di masa pandemi Covid-19. Jika dilihat dari hasilnya, terdapat adanya perbedaan terkait sentimen yang berkembang pada pengguna Twitter di Indonesia dan Singapura. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor mulai dari kriteria data hingga solusi kebijakan yang dibuat oleh masing-masing pemerintah. Kedua penelitian ini dapat mencerminkan secara luas terkait kondisi masyarakat pada masa pandemi Covid-19 karena menggunakan data yang besar. Namun, terdapat keterbatasan dari kedua penelitian ini, yakni periode waktu yang digunakan dalam pengambilan data. Kedua penelitian ini hanya mengambil data pada 1 bulan sebelum sampai 6 bulan setelah muncul kasus aktif Covid-19 dan 1 tahun pasca-ditemukannya kasus pertama pada setiap negara.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan dengan periode waktu yang berbeda agar fenomena *pandemic fatigue* dapat terus terpantau dan dapat menjadi bahan evaluasi periodik terhadap sentimen masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan. Memahami fenomena *pandemic fatigue* dinilai sangat penting karena bila fenomena ini terus berlanjut dapat menyebabkan pandemi tidak kunjung usai. Selain itu, kondisi *pandemic fatigue* yang berkepanjangan juga dapat mempengaruhi kesehatan mental masyarakat yang lebih luas lagi. Penelitian ini berusaha mengkaji sentimen masyarakat Indonesia melalui *big data* Twitter mengenai indikasi fenomena *pandemic fatigue* Covid-19 pada Februari hingga Desember 2021.

Analisis Sentimen

Sentimen dapat dianalisis menggunakan instrumen yang bernama analisis sentimen. Saat ini analisis sentimen telah menjadi instrumen yang populer untuk dapat memahami publik melalui

percakapan di media sosial. Noor dan Turan (2019) mendefinisikan analisis sentimen sebagai metode analisis dengan mengelompokkan data ke dalam dua bagian yakni kutub yang berarti positif atau negatif dan bukan kutub yang berarti netral. Selanjutnya, Xiang dkk. (2015) mendefinisikan analisis sentimen sebagai jenis *text mining* dengan berfokus pada identifikasi pernyataan subjektif yang berisi opini dan sentimen di dalam internet. Sejalan dengan definisi tersebut, Kharde dan Sonawane (2016) mendefinisikan analisis sentimen sebagai proses yang mengotomatiskan penambangan sikap, opini, pandangan, dan emosi dari teks, ucapan, *tweet* (cuitan), maupun sumber basis data melalui *Natural Language Processing* (NLP).

Analisis sentimen bertujuan untuk menentukan sikap seorang penulis terkait dengan beberapa topik atau polaritas kontekstual keseluruhan sebuah dokumen (Luo dan Xu, 2013). Selain adanya polaritas, sentimen juga memiliki dua aspek, yakni orientasi sentimen dan intensitas sentimen (Liu, 2015). Orientasi sentimen terdiri dari positif, negatif, dan netral. Sentimen positif dan negatif menunjukkan perasaan subjektif seseorang, sedangkan sentimen netral menunjukkan tidak adanya sentimen. Kemudian, intensitas sentimen merupakan tingkat kekuatan dari orientasi sentimen. Kedua aspek ini dapat menjadi instrumen dalam mengidentifikasi sentimen suatu kata-kata atau kalimat.

Analisis sentimen pada studi ini diharapkan dapat mengkaji kondisi masyarakat terkait indikasi fenomena *pandemic fatigue* Covid-19 di Indonesia pada periode vaksinasi bulan ke-2 hingga ke-11 (dimulai pada Februari hingga Desember 2021). Periode pelaksanaan vaksinasi Covid-19 di Indonesia dilaksanakan dalam dua periode (Widyawati, 2021). Periode pertama dilaksanakan pada Januari sampai April 2021 dengan memprioritaskan 1,3 juta tenaga kesehatan dan 17,4 juta petugas publik yang ada di 34 provinsi. Periode kedua dilaksanakan selama 11 bulan pada April 2021 hingga Maret 2022 dengan target mencapai 181,5 juta masyarakat. Sampai pada 14 November 2011 atau 11 bulan pelaksanaan vaksinasi

Covid-19, populasi masyarakat Indonesia yang telah mendapatkan vaksin dosis dua sebanyak 84,1 juta atau 40,4%.

Pelaksanaan vaksinasi di Indonesia mulai diselenggarakan pada Januari 2021, sepuluh bulan pascakasus pertama muncul. Berdasarkan data Satgas Covid-19 Indonesia, pada Januari 2021 data kepatuhan masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan turun sebesar 20,7% dari Oktober 2020 yang berada pada angka 75,9%. Hasil penelitian Mulyawan dkk. (2021) menunjukkan bahwa kepatuhan masyarakat setelah melakukan vaksinasi berada pada angka 80% dengan 20% sisanya masih belum mematuhi protokol kesehatan. Namun, penelitian Mulyawan hanya mengambil sampel di satu puskesmas saja sehingga kurang dapat merepresentasikan data kepatuhan penerapan protokol kesehatan di Indonesia.

Sampai Januari 2021, protokol kesehatan yang dikampanyekan oleh Kementerian Kesehatan adalah 3M (Mencuci tangan, Menggunakan masker, dan Menjaga jarak). Dua minggu pasca-pelaksanaan vaksinasi Covid-19 pertama di Indonesia, tepatnya pada 1 Februari 2021, Kementerian Kesehatan mengeluarkan tambahan protokol kesehatan terbaru yakni 5M (Mencuci tangan, Menggunakan masker, Menjaga jarak, Menghindari kerumunan, dan Mengurangi mobilitas). Berdasarkan data Satgas Covid-19 per Maret 2021, sebanyak 87.83% masyarakat telah menggunakan masker dan 86.78% telah menjaga jarak serta menghindari kerumunan.

Data tersebut menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan Januari 2021, angka kepatuhan penerapan protokol kesehatan meningkat dan tidak mengindikasikan adanya *pandemic fatigue*. Walaupun tidak terjadi adanya indikasi *pandemic fatigue* di awal pelaksanaan program vaksinasi, masih perlu adanya pemantauan secara berkala mengingat pada Juni 2021 Indonesia mengalami gelombang kedua Covid-19, salah satunya melalui sentimen masyarakat di media sosial *Twitter*.

Sumber data yang berasal dari Twitter dipilih karena data dapat dengan mudah diekstraksi berdasarkan pencarian kata kunci

atau tagar dan dapat diekstraksi berdasarkan garis waktu tertentu (Ridhwan dan Hargreaves, 2021). Twitter juga menjadi media sosial yang digunakan masyarakat untuk kegiatan *microblogging* dalam mengungkapkan ekspresi sosial (Budhiarto & Meiliana, 2018). Selain itu, Rufai dan Bunce (2020) mengungkapkan bahwa kumpulan data di Twitter dapat dimanfaatkan untuk memahami bagaimana masyarakat memandang pandemi. Mempertimbangkan alasan tersebut, mengkaji *pandemic fatigue* melalui media sosial Twitter pada periode pelaksanaan vaksinasi menjadi urgensi penelitian ini karena berdasarkan pernyataan Anggota Komisi IX DPR RI, Rahmat Handoyo, dilaporkan bahwa pada 25 April 2021 terdapat 4.402 kasus baru terkonfirmasi positif Covid-19 yang ironinya penambahan jumlah kasus ini banyak menasar pada masyarakat yang telah melaksanakan vaksinasi. Berdasarkan laporan yang diterima oleh DPR RI, masyarakat yang telah divaksin cenderung abai dalam menjalankan protokol kesehatan karena beranggapan telah kebal terhadap virus. Melihat adanya anggapan tersebut, diperlukan analisis ilmiah terkait faktor-faktor yang menjadi pendorong munculnya kelonggaran perilaku masyarakat dalam menerapkan protokol kesehatan.

Oleh karena itu, studi ini berusaha mengungkap sentimen masyarakat dan faktor apa saja yang menjadi penyebab munculnya sentimen sebagai bentuk indikasi fenomena *pandemic fatigue* Covid-19 pada Februari hingga Desember 2021 melalui analisis sentimen dan analisis *topic modelling* atau pemodelan topik, sehingga mampu menghadirkan kajian menyeluruh dan dapat memunculkan saran komprehensif untuk mengatasi indikasi fenomena *pandemic fatigue* yang terjadi pada masyarakat Indonesia.

Studi ini melibatkan *tweets* yang diunggah oleh pengguna Twitter, berdasarkan hasil pengambilan data atau *data mining*, penelitian ini mendapatkan 84.432 *tweets* yang sesuai dengan kata kunci.

Hasil analisis sentimen untuk dapat mengetahui orientasi dan intensitas sentimen *pandemic fatigue* Covid-19 pada Februari hingga

Desember 2021. Orientasi dan intensitas sentimen dipaparkan pada tabel 2 dan diagram 1 sebagai berikut:

Tabel 2. Skor Orientasi dan Intensitas Sentimen

Skor Positif	Skor Negatif	Netral	Skor Compound
0.0934	0.0536	0.8527	0.1144

Perbandingan tingkat orientasi dan intensitas sentimen digambarkan pada diagram berikut ini.

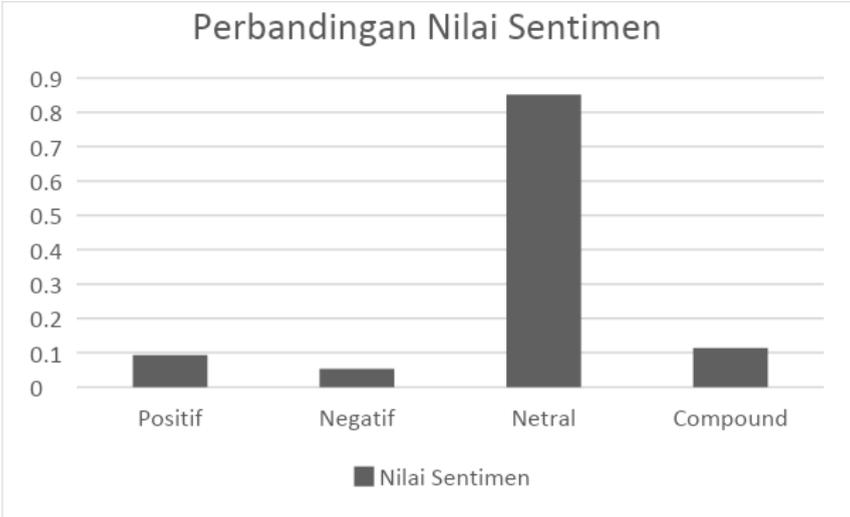
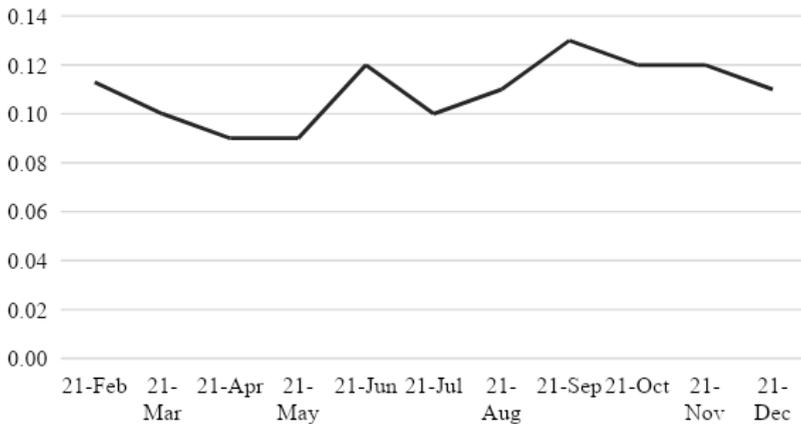


Diagram 1. Perbandingan Orientasi dan Intensitas Sentimen

Berdasarkan hasil analisis sentimen, dapat diketahui bahwa orientasi sentimen didominasi oleh sentimen netral dengan intensitas sentimen sebesar 0.8527. Selanjutnya, intensitas sentimen tertinggi berikutnya adalah sentimen positif dengan nilai 0.0934 dan diikuti dengan sentimen negatif sebesar 0.0536, sehingga didapatkan skor *compound* atau rata-rata dari ketiganya adalah 0.1144. Hasil ini menunjukkan bahwa sentimen negatif memiliki angka paling rendah di antara sentimen yang lainnya, sehingga *tweets* yang bernilai negatif atau diasumsikan sebagai indikasi munculnya *pandemic fatigue* berjumlah sedikit dibandingkan dengan *tweets* lainnya.

Selanjutnya, dilakukan perbandingan sentimen menggunakan skor *compound* pada setiap bulannya untuk mengetahui pola perkembangan sentimen *pandemic fatigue* Covid-19 pada Februari hingga Desember 2021. Berikut adalah hasil pola perbandingan tingkat sentimen setiap bulan pada grafik 1 berikut:



Grafik 1. Pola Perkembangan Sentimen *Pandemic Fatigue*

Berdasarkan grafik tersebut, diketahui bahwa nilai sentimen terendah terdapat pada bulan April dan Mei, sedangkan nilai sentimen tertinggi terjadi pada bulan September. Penurunan sentimen terjadi sejak bulan Februari hingga Mei, Juni hingga Juli, dan September hingga Desember 2021. Selain itu, kenaikan sentimen terjadi pada bulan Mei ke Juni serti Juli hingga September 2021. Hasil ini menunjukkan bahwa penurunan grafik sentimen lebih mendominasi daripada kenaikannya. Hal tersebut berarti bahwa dalam satu periode yang telah ditentukan pada penelitian ini terindikasi adanya fenomena *pandemic fatigue* pada warganet Twitter. Untuk mengetahui lebih detil, berikut adalah selisih perubahan sentimen dari bulan ke bulan yang dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Perubahan Sentimen Setiap Bulan

Bulan (2021)	Skor Compound	Skor Perubahan
Februari	0.1133	0
Maret	0.1058	-0.0075
April	0.0991	-0.0067
Mei	0.0918	-0.0073
Juni	0.1221	0.0303
Juli	0.1097	-0.0124
Agustus	0.1149	0.0052
September	0.1339	0.0190
Oktober	0.1238	-0.0101
November	0.1239	0.0001
Desember	0.1197	-0.0042

Berdasarkan data pada tabel 3, diketahui bahwa perubahan nilai sentimen terus menurun sejak bulan Februari hingga Mei 2021 dengan ditandai adanya skor perubahan yang bernilai negatif. Pada bulan Mei ke Juni 2021 terjadi adanya perubahan kenaikan terbesar dengan skor 0.0303 dan diikuti dengan penurunan terbesar dengan skor -0.0124 dari bulan Juni ke Juli 2021. Kemudian terjadi adanya peningkatan perubahan dari bulan Juli hingga September 2021 dan selanjutnya terjadi penurunan sampai bulan Desember 2021.

Melihat adanya dominasi penurunan grafik dan perubahan skor sentimen yang bernilai negatif, kemudian dilakukan analisis *topic modelling* dengan *Latent Dirichlet Allocation* guna mengetahui topik apa saja yang terindikasi menurunkan sentimen warganet atau dalam penelitian ini diasumsikan sebagai faktor yang menyebabkan *pandemic fatigue*. Pada proses analisis *topic modelling* perlu dilakukan penentuan jumlah topik yang akan dimunculkan. Dalam hal ini penentuan jumlah topik dilakukan secara manual dengan memperhatikan keterhubungan makna untuk setiap kata pada satu rumpun kata-kata yang sering muncul. Berdasarkan penentuan tersebut, jumlah topik (kumpulan rumpun kata) 10 memberikan hasil yang terbaik.

Berdasarkan analisis *topic modelling* dengan jumlah topik 10, dilakukan *labeling* secara manual terhadap tema-tema yang telah ditentukan melalui proses pengecekan skor sentimen untuk setiap *tweet*, sehingga menghasilkan 5 tema bersentimen negatif. Lima tema tersebut memberikan indikasi adanya faktor-faktor yang menjadi penyebab munculnya sentimen *pandemic fatigue* Covid-19 di Indonesia pada periode vaksinasi bulan ke-2 hingga ke-11 (dimulai pada Februari hingga Desember 2021). Lima tema ini di antaranya adalah pengalaman vaksinasi, berita vaksinasi, ketakutan untuk vaksin, kritik masyarakat dalam upaya mengontrol penyebaran Covid-19, dan upaya mengontrol penyebaran Covid-19.

Studi ini bertujuan untuk mengetahui orientasi dan intensitas sentimen, pola perkembangan sentimen *pandemic fatigue*, dan faktor apa saja yang menjadi penyebab munculnya *pandemic fatigue* Covid-19 di Indonesia pada periode vaksinasi bulan ke-2 hingga ke-11 (dimulai pada Februari hingga Desember 2021). Hasil analisis sentimen menunjukkan bahwa *tweets* didominasi oleh orientasi sentimen netral dengan intensitas tertinggi, kemudian diikuti dengan sentimen positif, dan orientasi sentimen negatif menempati skor intensitas paling kecil. Adanya dominasi sentimen yang bernilai netral dapat disebabkan oleh kondisi pandemi yang sudah terlalu lama, sehingga masyarakat tidak tertarik lagi dengan permasalahan pandemi atau sudah tidak peduli dengan kebijakan pemerintah (Aulia dkk., 2021). Selain itu, dari himpunan data yang didapatkan, jumlah *tweets* yang berisikan kampanye atau himbauan memang lebih mendominasi. Walaupun begitu, dari ketiga orientasi tersebut, didapatkan skor *compound* yang intensitasnya mengalami adanya penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun perhatian masyarakat terhadap permasalahan pandemi sudah tidak sekuat pada tahun pertama, tetapi masih terdapat perbedaan adanya tingkat sentimen pada setiap bulannya.

Fenomena tersebut sejalan dengan pola perkembangan sentimen yang menunjukkan adanya tiga kali penurunan grafik sentimen terkait protokol kesehatan berdasarkan intensitas skor

compound. Penurunan grafik terjadi pada bulan Februari sampai Mei 2021, Juli 2021, dan September hingga Desember 2021. Pola ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arifka dkk. (2021) bahwa terjadi adanya pola penurunan sentimen sejak Mei 2020 hingga Maret 2021. Seluruh pola penurunan sentimen masyarakat terhadap dukungan menjalankan protokol kesehatan kemudian diartikan sebagai indikasi munculnya fenomena *pandemic fatigue*. Hal ini merujuk pada pendapat Luqman (2020) yang menjelaskan bahwa salah satu tanda dari *pandemic fatigue* adalah terjadinya peningkatan kasus pelanggaran terhadap protokol kesehatan. Kemunculan *pandemic fatigue* pada periode vaksinasi di Indonesia atau tahun kedua terjadinya pandemi Covid-19 adalah suatu bentuk fenomena alami. Pasalnya, pada periode ini masyarakat masih dibatasi dalam menjalankan kehidupan sosial yang kemudian memunculkan berbagai macam ketidakseimbangan. Berbagai macam ketidakseimbangan seperti perubahan dalam kehidupan karier, interaksi terbatas, gerakan sosial terbatas, dan kebutuhan untuk mematuhi protokol kesehatan ternyata terbukti dapat berkontribusi terhadap munculnya *pandemic fatigue* (Hassan dkk., 2021).

Studi ini juga menunjukkan bahwa sejak Februari hingga Mei 2021 sentimen masyarakat terus menurun, serta lembah sentimen terendah sepanjang periode penelitian ditunjukkan pada April hingga Mei 2021 yang kemudian diikuti dengan kasus gelombang kedua Covid-19 varian Delta di Indonesia pada Juni 2021. Hal ini kemudian turut didukung adanya penurunan sentimen terbesar pada bulan Juni hingga Juli 2021. Kemunculan kasus gelombang kedua di beberapa negara seperti Yordania, disebabkan karena beberapa hal seperti gagalnya masyarakat dalam mengadopsi perilaku pencegahan Covid-19 dan adanya kemunculan varian baru (Al-Tammemi dkk., 2021). Hal tersebut sama seperti yang ditemukan dalam penelitian ini bahwa sebelum memasuki gelombang kedua Covid-19, *tweets* masyarakat banyak berkaitan dengan adanya indikasi kegagalan dalam penerapan protokol kesehatan serta

ketidaksiapan masyarakat dalam menghadapi kemunculan varian baru.

Contoh tweets. 1:

"Bosen, bingung, aneh,... sekolah tutup tapi org2 ngajak anak2 jln2 terus, nge mall udh biasa, udh ga jaga jarak ga masker,tapi shalat di masjid masih berjrk, ga pake masker dimarahi...kita masih bertahan jaga jarak, bermasker, mengurangi mo..."

Contoh tweets. 2:

"Bahkan yang ngucapin itu mungkin yang masih sering kumpul kumpul dan ngadain acara sama temennya. Saranku, JANGAN. Tunda. Gaada yang mendesak sekarang. Your priority is your health! Varian delta ga main main dan vaksin nya blm ada utk varian ini."

Kemunculan varian baru memaksa masyarakat untuk terus mematuhi protokol kesehatan, namun masyarakat banyak mengalami kegagalan karena pembatasan ruang gerak manusia yang sudah terlalu lama, sehingga menimbulkan stres, hilangnya motivasi, dan gangguan emosi (Siti, 2020). Selain itu, sebuah survei yang mengkaji terkait kelelahan pandemi, kepatuhan menjalankan protokol kesehatan, dan persepsi risiko terhadap fisik selama pandemi juga menemukan bahwa sebanyak 62.5% dari respondennya berada pada tingkat *pandemic fatigue* yang mengkhawatirkan (Zakaria, 2021).

Guna mengetahui faktor apa saja yang menjadi penyebab munculnya sentimen *pandemic fatigue* Covid-19 pada Februari hingga Desember 2021, penelitian ini mengkaji data *tweets* menggunakan analisis *topic modelling*. Berdasarkan analisis tersebut, ditemukan sepuluh topik dengan lima tema di antaranya (1) pengalaman vaksinasi, (2) berita vaksinasi, (3) ketakutan untuk vaksin, (4) kritik masyarakat dalam upaya mengontrol penyebaran Covid-19, dan (5) upaya mengontrol penyebaran Covid-19.

Tema pertama adalah pengalaman vaksinasi

Tema ini berisi keluhan masyarakat terkait efek vaksinasi. Banyak masyarakat yang mengeluhkan efek dari vaksinasi seperti ngantuk, pegal, dan demam.

Contoh tweets. 3:

"efek vaksin w ngantuk gajelas mulu dr kmrn.. sometimes pegel, hari pertama berat bgt lengan kek abis ditonjok orang, idk gw siang selalu rada kaya mau demam tapi badan ngga panas rasanya gajelas tapi ga bikin gmn2 sih.. bekas suntiknya masih merah di hari kedua."

Efek vaksinasi tersebut menimbulkan ketidaknyamanan, sehingga memunculkan *percieved inconvenience* bagi masyarakat yang telah mendapatkannya. *Percieved inconvenience* menjadi salah satu dari sepuluh subkomponen yang mampu mendorong seseorang mengalami *pandemic fatigue* (WHO, 2020). Subkomponen *percieved inconvenience* ini merupakan suatu konsekuensi negatif dari regulasi protokol kesehatan yang suatu saat nanti dapat menjadi sebuah asosiasi pengalaman negatif (Yu dkk., 2021).

Tema kedua adalah berita vaksinasi

Tema ini berisi tweets terkait beredarnya berita kematian akibat vaksinasi Covid-19. Pada awal periode pelaksanaan vaksinasi Covid-19 di Indonesia, banyak beredar berita terkait kematian pascavaksinasi Covid-19 yang kemudian menimbulkan berbagai macam misinformasi yang terjadi di masyarakat.

Contoh tweets. 4:

"Ini Artinya Vaksin yg digunakan Berpotensi Besar menimbulkan Kematian atau Cacat? Gawat."

Contoh tweets. 5:

"Narasi yang dibuat sekarang juga lebih fokus pada menolak vaksin dan menyebut bahwa vaksin itu justru berbahaya serta menjadi penyebab banyaknya kematian, terutama di rumah sakit."

Berita-berita terkait vaksinasi yang berisi rumor dan teori konspirasi dapat berkontribusi pada munculnya ketidakpercayaan masyarakat terhadap vaksin dan memunculkan keraguan untuk melakukan vaksin (Islam dkk., 2021). Berdasarkan WHO (2020) ketidakpercayaan atau *trust* menjadi salah satu bagian dari subkomponen yang menyebabkan munculnya *fatigue* dan dapat mempengaruhi *protective behaviours*.

Contoh tweets. 6:

"Ditempat saya malah udah dilaksanakan nder vaksinasinya, tapi tapi tapi sayangnya ada bbrp yg nolak divaksin karena kemakan hoax yg sempet beredar ttg vaksin. Sedih bgt :'"

Oleh karena itu, tidak mengherankan jika kemudian banyak di antara masyarakat kemudian menolak untuk melakukan vaksinasi. Tidak mengherankan juga jika kemudian ditemukan pula tema terkait adanya ketakutan masyarakat untuk melakukan vaksinasi pada tema ketiga.

Tema ketiga adalah ketakutan untuk divaksin

Ketakutan masyarakat untuk melakukan vaksinasi merupakan tema ketiga yang ditemukan pada penelitian ini. Terdapat berbagai macam *tweets* yang mengungkap terkait ketakutan untuk vaksin. Berdasarkan data pada penelitian ini, munculnya ketakutan untuk divaksin disebabkan oleh beberapa alasan seperti kurangnya pemahaman terkait fungsi dari vaksin, adanya hoaks yang menimbulkan misinformasi, serta pengalaman buruk dari vaksin sebelumnya.

Contoh tweets. 7:

"Hoax, berita clickbait dan headline yang misleading merajalela. Pantas aja rakyat jadi takut vaksin."

Contoh tweets. 8:

"alasan takut vaksin krn gatau vaksin itu buat apaan. hadeh."

Contoh tweets. 9:"

"Sinovac ya zaa? Ada deman pusing gitu gak? Aku vaksin pertama sakit soalnya: ') takut vaksin kedua nanti sakit juga."

Kemarin ditunda karena bapakku positif. Takut kena juga tapi ternyata enggak :D."

Sebuah penelitian menjelaskan bahwa *pandemic fatigue* dapat memberikan efek berjenjang pada upaya vaksinasi (Bodas dkk., 2022). Artinya, bahwa ketika masyarakat memiliki tingkat *pandemic fatigue* yang semakin tinggi, maka upaya untuk mengambil vaksin akan semakin kecil. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa persepsi terkait pentingnya vaksin menjadi prediktor yang mampu mempengaruhi keputusan masyarakat untuk divaksin. Hal ini mendukung topik masyarakat terkait ketakutan mengambil vaksin karena kurang paham akan fungsi dari vaksin itu sendiri, sehingga dapat mengindikasikan intensi masyarakat untuk tidak menerima vaksin. Selain itu, adanya misinformasi mampu menyebabkan adanya penurunan penerimaan vaksin (Lomba dkk., 2021). Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa adanya *hoaks* atau misinformasi menjadikan masyarakat takut untuk divaksin. Ketakutan masyarakat untuk mengambil vaksin juga disebabkan oleh adanya pengalaman vaksin yang tidak menyenangkan. Berdasarkan skema WHO (2020), pengalaman tidak menyenangkan adalah bagian dari *experience hardship* yang merupakan salah satu subkomponen penyebab *pandemic fatigue*.

Tema keempat yaitu kritik masyarakat dalam upaya mengontrol penyebaran Covid-19

Tema ini mengandung tiga topik di dalamnya yakni protes masyarakat terkait vaksinasi anak dan pelaksanaan pembelajaran tatap muka (PTM), kekesalan masyarakat terhadap kebijakan wajib vaksin dan menjadikannya syarat untuk beraktivitas di tempat umum, serta pendapat masyarakat terkait vaksinasi dan penerapan protokol kesehatan untuk perjalanan.

Contoh *tweets*. 10:

*"@A*****D yg agak aneh itu ktnya kasus jdi ningkay grgr ptm tau ga salahnya dmn? anak sd yg blom vaksin dah masuk sklh pdhl yg divaksin kbnykn anak smp"*

Contoh tweets. 11:

*"Kalo masker bekerja, kenapa harus pcr? Kalo pcr bekerja, kenapa harus vaksin? Kalo vaksin bekerja, kenapa harus ada sertifikat vaksin untuk kebebasan hidup yang terbatas? Disitulah saya bertakon takon sama sutradara @*****i"*

Contoh tweets. 12:

"Semua org udh paham swab PCR ga relevan buat syarat perjalanan jauh kalo udh vaksin, gamau evaluasi apa ni pemerintah?"

Melihat adanya fenomena yang mampu memunculkan indikasi ketidakpatuhan dalam menjalankan protokol kesehatan tersebut, penting bagi pihak berwajib untuk dapat memperbaiki serta memberikan konfirmasi penjelasan terkait protokol kesehatan yang diberlakukan di masyarakat. Hal ini sejalan dengan Singh dkk. (2020) yang menjelaskan bahwa turunnya kepatuhan masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan disebabkan oleh kurangnya kepercayaan, kurangnya norma yang dapat diamati dan konsisten, ambiguitas pesan atau himbauan, serta adanya persepsi risiko yang rendah.

Tema kelima adalah upaya mengontrol penyebaran Covid-19

Tema ini menjadi satu-satunya tema yang didominasi oleh topik-topik yang berisikan *tweets* dengan sentimen positif atau netral. Topik-topik tersebut di antaranya terkait kampanye protokol kesehatan, himbauan untuk tetap mematuhi protokol kesehatan walaupun telah divaksin, dan kampanye protokol kesehatan untuk Natal dan Tahun Baru 2022. Topik-topik ini dapat menjadi bahan pembelajaran bagi pihak berwajib untuk menentukan tata cara dan strategi penyampaian informasi atau komunikasi terkait protokol kesehatan kepada masyarakat. Hal ini karena semakin institusi atau pihak berwajib memperhatikan strategi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, maka kepatuhan publik dapat ditingkatkan (Puteri dan Rusdi, 2021). Selain itu, kampanye digital yang dikemas secara kreatif menjadi langkah strategis untuk dapat meningkatkan

partisipasi masyarakat melaksanakan upaya preventif berupa kepatuhan menjalankan protokol kesehatan (Naryoso dkk., 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa pada Februari hingga Desember 2021, tepatnya pada tahun kedua pandemi Covid-19, terdapat adanya indikasi fenomena *pandemic fatigue* di masyarakat yang disebabkan oleh beberapa faktor pemicu. Kondisi ini perlu mendapatkan perhatian khusus dan strategi berkelanjutan agar kondisi pandemi di Indonesia segera berakhir. Urgensi ini muncul karena *pandemic fatigue* dan pengabaian strategi pencegahan penyebaran Covid-19 dapat meningkatkan infeksi berulang dan kenaikan gelombang kasus terpapar Covid-19 (Jain dkk., 2021).

Hasil studi ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat strategi peningkatan kepatuhan perilaku masyarakat terhadap regulasi kesehatan Covid-19, walaupun masih terdapat limitasi seperti penentuan tema pada hasil analisis *topic modelling* yang dilakukan peneliti secara individu saja tanpa melibatkan orang lain. Limitasi ini memiliki kemungkinan pengaruh terhadap hasil interpretasi tema karena dikhawatirkan interpretasi bersifat bias subjektif. Selain itu, studi ini dapat disempurnakan melalui studi lanjutan dengan memberikan pembatasan yang jelas terkait *pandemic fatigue*, menentukan penurunan grafik melalui rumus tertentu sehingga tingkat kepercayaan hasil lebih tinggi, serta melakukan analisis ulang terkait *pandemic fatigue* dengan metode yang lain.

Penutup

Dapat ditarik kesimpulan bahwa pada bulan Februari-Desember 2021 sentimen masyarakat terkait protokol kesehatan didominasi oleh sentimen netral dengan intensitas tertinggi. Walaupun begitu, berdasarkan perhitungan skor *compound* ditemukan adanya tiga kali penurunan grafik sentimen yang mengindikasikan adanya fenomena *pandemic fatigue*. Penurunan grafik sentimen ini dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya pengalaman vaksinasi, berita

vaksinasi, ketakutan untuk vaksin, dan kritik masyarakat dalam upaya mengontrol penyebaran Covid-19.

Berdasarkan hasil studi, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi pihak berwajib untuk membuat strategi penanganan pandemi Covid-19 di Indonesia terutama terkait kepatuhan menjalankan protokol kesehatan. Pertama, memberikan penjelasan ilmiah dan mudah dimengerti terkait berita-berita hoaks yang dapat menimbulkan misinformasi bagi masyarakat. Kedua, memberikan penjelasan fungsi setiap poin dari protokol kesehatan agar masyarakat mengetahui urgensi dari mematuhi regulasi yang telah diterapkan oleh pemerintah. Ketiga, terus memberikan himbauan, peringatan, dan kampanye kepada masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan terutama di waktu-waktu tertentu yang memungkinkan adanya kelonggaran di dalam masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan, seperti saat natal dan tahun baru.

Daftar Pustaka

- Al-Tammemi, A., Tarhini, Z., & Akour, A. (2021). A swaying between successive pandemic waves and pandemic fatigue: Where does Jordan stand?. *Annals Of Medicine And Surgery*, 65, 102298. <https://doi.org/10.1016/j.amsu.2021.102298>.
- Arifka, D., Hakim, M. N., Salsabila, R., Yogananda, K. S. S., Adhipta, A. S., Ferdiana, R. (2021). Pandemic fatigue analysis: meninjau sentimen warganet twitter mengenai kelelahan terhadap pandemi corona virus disease 19 berbasis perspektif etnografi digital (Penelitian PIMNAS tidak dipublikasikan). Universitas Gadjah Mada.
- Aulia, B., Utomo, P., Khaira, U., & Suratno, T. (2021). Analisis Sentimen Tagar #INDONESIA TERSEERAH di Masa COVID-19 Menggunakan Metode Sentistrength. *Jurnal Komputer Dan Informatika*, 9(2), 207-213. <https://doi.org/10.35508/jicon.v9i2.4275>
- Bodas, M., Kaim, A., Velan, B., Ziv, A., Jaffe, E., & Adini, B. (2022). Overcoming the effect of pandemic fatigue on vaccine hesitancy—Will belief in science triumph?. *Journal Of Nursing Scholarship*. <https://doi.org/10.1111/jnu.12778>

- Boon-Itt, S., dan Skunkan, Y. (2020). Public perception of the COVID-19 pandemic on twitter: sentiment analysis and topic modeling study. *JMIR Public Health Surveill*, 6(4), 1-17. <https://doi.org/10.2196/21978>
- Creswell, J.W, (2013). *Research Design*. Thousand Oaks California: SAGE publications.
- Góralaska, M. (2020). Anthropology from Home. *Anthropology In Action*, 27(1), 46-52. <https://doi.org/10.3167/aia.2020.270105>
- Hassan, M., Syed Abdul Rahim, S., & Jeffree, M. (2021). Pandemic Fatigue: A Challenge in Combatting against COVID-19. *Borneo Epidemiology Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.51200/bej.v2i1.3232>
- Ibrahim, A. Hassaballah, M. Ali, A. Nam, Y. (2021). COVID19 outbreak: A hierarchical framework for user sentiment analysis. *Computers, Materials & Continua*. 70(2): 2507-2524. <http://dx.doi.org/10.32604/cmc.2022.018131>
- Islam, M., Kamal, A., Kabir, A., Southern, D., Khan, S., & Hasan, S.,... Seale, H. (2021). COVID-19 vaccine rumors and conspiracy theories: The need for cognitive inoculation against misinformation to improve vaccine adherence. *PLOS ONE*, 16(5), e0251605. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251605>
- Jain, V., Iyengar, K., Garg, R., & Vaishya, R. (2021). Elucidating reasons of COVID-19 re-infection and its management strategies. *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 15(3), 1001-1006. <https://doi.org/10.1016/j.dsx.2021.05.008>
- Kaur-Gill, S., & Dutta, M. (2017). Digital Ethnography. *The International Encyclopedia Of Communication Research Methods*, 1-10. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0271>
- KBBI Daring. 2021. Kelalahan. Diambil 15 November 2021 dari <https://kbbi.web.id/lelah>.
- Kharde, V., dan Sonawane, S. (2016). Sentiment analysis of twitter data: a survey of techniques. *International Journal of Computer Applications*, 13(11), 9-15.
- Kolchyna, O., Souza, T. T., Treleaven, P., & Aste, T. (2015). Twitter sentiment analysis: Lexicon method, machine learning method and their combination.
- Komisi IX. (2021). Kasus Positif COVID-19 Usai Vaksin Meningkat, Prokes Harus Diperketat. Dewan Perwakilan Rakyat Republik

- Indonesia. Diakses pada 29 September 2021, melalui URL: <https://www.dpr.go.id/berita>
- Liu, B. (2015). *Sentiment analysis: Mining opinions, sentiments, and emotions*. Cambridge University Press.
- Loomba, S., de Figueiredo, A., Piatek, S., de Graaf, K., & Larson, H. (2021). Measuring the impact of COVID-19 vaccine misinformation on vaccination intent in the UK and USA. *Nature Human Behaviour*, 5(3), 337-348. <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01056-1>
- Lugman A.A.K. (2020). 'Pandemic Fatigue' is the Cause of Declining SOP Compliance Rates. Berita Harian Online News. Diakses pada 25 Mei 2022 melalui URL: <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2020/12/767804/kelesuan-pandemik-punca-kadarkepatuhan-sop-menurun>
- Luo, C., dan Xu, G. (2013). *Sentiment Analysis*. Springer Science+Business Media New York. http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4614-7202-5_4
- Mulyawan, A., Sekarsari, R., Nuraini., Budi, E. (2021). Gambaran tingkat kepatuhan masyarakat dalam penerapan protokol kesehatan post vaksinasi COVID-19. *Edu Dharma Journal: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 43-51. <http://dx.doi.org/10.52031/edj.v5i2.175>
- Nitschke, J. P., Forbes, P. A., Ali, N., Cutler, J., Apps, M. A., Lockwood, P. L., & Lamm, C. (2021). Resilience during uncertainty? Greater social connectedness during COVID-19 lockdown is associated with reduced distress and fatigue. *British Journal of Health Psychology*, 26(2), 553-569. <https://doi.org/10.1111/bjhp.12485>
- Naryoso, A., Febriyani, A., & Kaloka, R. (2021). Digital Campaign to Reduce COVID-19 Pandemic Risk. *Komunikator*, 13(1). <https://doi.org/10.18196/jkm.131046>
- Noor, I.M., dan Turan, M. (2019). Sentiment analysis using twitter dataset. *International Journal on Informations for Developments*, 9(2), 84-94. <http://dx.doi.org/10.14421/ijid.2019.08206>
- Puteri, L., & Rusdi, F. (2021). The Effectiveness of Communication from the National Disaster Management Agency's Twitter Account on Public Adherence to the COVID-19 Health Protocol. *Advances In Social Science, Education And Humanities Research*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.142>

- Rahardjo, M. (2018). Apa itu Studi Etnometodologi? Diakses pada 2 Desember melalui URL: <http://repository.uin-malang.ac.id/2435/1/2435.pdf>
- Singh, P., Cumberland, W., Ugarte, D., Bruckner, T., & Young, S. (2020). Association Between Generalized Anxiety Disorder Scores and Online Activity Among US Adults During the COVID-19 Pandemic: Cross-Sectional Analysis. *Journal Of Medical Internet Research*, 22(9), e21490. <https://doi.org/10.2196/21490>
- Ridhwan, K., & Hargreaves, C. (2021). Leveraging Twitter data to understand public sentiment for the COVID-19 outbreak in Singapore. *International Journal of Information Management Data Insights*, 1(2), 100021. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2021.100021>.
- Rufai, S. and Bunce, C. (2020). World leaders' usage of twitter in response to the COVID-19 pandemic: A content analysis. *Journal of Public Health*. 42(3): 510-516. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdaa049>
- Satgas COVID-19. (2020). Pedoman Perubahan Perilaku Penanganan COVID-19 Oktober 2020. Jakarta.
- Siti, M.Z. (2021). COVID-19 Vaccine A Rescue to Pandemic Fatigue? Women's Pen, Tinta Minda, Bernama Online News. Diakses pada 2 Mei 2022 melalui: <https://www.bernama.com/bm/tintaminda/news.php?id=1951666>.
- Wicaksono, A. F. (2021). Tutorial Latent Dirichlet Allocation. Diakses pada 16 Desember 2021 melalui URL: https://ir.cs.ui.ac.id/alfan/tutorial/tutorial_lda.html
- Widyawati. (2021). Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19 di Indonesia Membutuhkan Waktu 15 Bulan. Diakses pada 22 November 2021 melalui: <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/umum/20210103/2536122/pelaksanaan-vaksinasi-covid-19-indonesia-membutuhkan-waktu-15-bulan/>.
- World Health Organization [WHO]. (2020). Pandemic Fatigue Reinvigorating The Public to Prevent COVID-19. UN City. WHO Regional for Europe.
- Xiang, Z., Schwartz, Z., Gerdes, J., & Uysal, M. (2015). What can big data and text analytics tell us about hotel guest experience and

satisfaction?. *International Journal Of Hospitality Management*, 44, 120-130. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.10.013>

Yu, Y., Lau, M., & Lau, J. (2021). Working from home and positive/negative experiences due to social distancing as interacting factors of depressive symptoms during the COVID-19 pandemic in a Chinese general population. *Social Psychiatry And Psychiatric Epidemiology*, 57(6), 1235-1246. <https://doi.org/10.1007/s00127-021-02179-6>

Zakaria, S.M. (2021). Can COVID-19 Vaccines Overcome Pandemic Fatigue? The Star. Diakses pada 25 Mei 2022 melalui: <https://www.thestar.com.my/opinion/letters/2021/05/16/can-COVID-19-vaccinesovercome-pandemic-fatigue>.

Perbedaan Reaksi Psikologis Warganet Antarwaktu di Masa Pandemi

Ratri Arista, Haidar Buldan Thontowi

Pandemi Covid-19 merupakan peristiwa masif dan disruptif bagi seluruh masyarakat dunia. Efeknya secara signifikan berdampak pada berbagai sektor seperti sektor pendidikan, perdagangan, kesehatan, dan lain sebagainya. Meski begitu, faktor risiko Covid-19 disebabkan oleh efek tidak langsung dari buruknya kontrol kesehatan respons sosial dibandingkan dengan bahaya patogen itu sendiri jika dirunut ke belakang melihat berbagai pandemi yang terjadi di dunia sejak tahun 1300 (Patterson dkk., 2021). Ciri utama dinamika sosial di masa awal pandemi yaitu tingginya tingkat stres dan ketidakpastian, terutama saat pandemi benar-benar dirasakan (Taylor, 2019). Dampak psikologis pun terasa di tahap awal Covid-19 (Varshney dkk., 2020). Ketidakpercayaan adanya penyakit, misinformasi, komunikasi publik tidak jelas, pengabaian pengumuman dari pemerintah, serta asesmen risiko mandiri tiap orang merupakan hal yang lumrah terjadi (Patterson dkk., 2021).

Meski begitu, intervensi yang dilakukan selama ini banyak berpusat pada penanganan preventif dan kuratif virus itu sendiri. Jika ditinjau dari riset Petrović, Bojković, dan Čokić (2020) intervensi pemerintah pada pandemi Covid-19 bisa mencapai titik paling berpengaruh jika dimensi reaksi sosial juga dilibatkan dalam kebijakan.

Riset Psikologis Menggunakan *Tweets* dari Twitter

Penelitian mengenai dinamika psikologis masih banyak yang berpusat pada reaksi psikologis di satu waktu saja. Metode pengambilan data yang digunakan pun belum bisa menjangkau setiap lini demografi. Salah satu alternatif untuk menjembatani

keterbatasan ini adalah dengan melakukan penelitian menggunakan data dari media sosial di internet.

Riset psikologi yang terintegrasi dengan internet mampu mencapai sampel yang besar, beragam dan mampu mendapatkan data perilaku aktual naturalistik di media sosial (Gosling & Mason, 2015) dibandingkan data perilaku semu dalam laboratorium. Penggunaan *dataset* masif (atau yang biasa disebut dengan *big data*) dari pengguna Twitter memiliki berbagai keunggulan yaitu *statistical power* yang tinggi, jangkauan partisipan yang luas, serta kemampuan *dataset* untuk menangkap perilaku nyata partisipan (Gosling & Mason, 2015).

Penggunaan data media sosial untuk menganalisis kondisi psikologis masyarakat secara agregat lumrah dilakukan. Riset oleh Li dkk. (2020) menemukan bahwa masyarakat Cina mengalami peningkatan dampak emosi negatif dan menurunnya tingkat kebahagiaan. Riset ini menunjukkan masyarakat Cina memiliki kekhawatiran terhadap keluarga dan kesehatan seiring waktu berjalan. Hal ini cukup masuk akal karena pandemi Covid-19 bermula dari daerah Wuhan, Cina dan sentimen masyarakat dunia terhadap Cina cukup negatif (Muñoz dkk., 2020). Riset di Inggris (Wang dkk., 2021) juga mengonfirmasi adanya perubahan psikologis dari data Twitter akibat *lockdown*. Di Indonesia sendiri, riset mengenai efek masif sosial-psikologis Covid-19 pada media sosial di masa-masa awal pandemi berpusat pada penggunaan metode *sentiment analysis* (Damanik & Setyohadi, 2020; Prastyo dkk., 2020). Perlu adanya riset dengan konteks Indonesia yang menelusuri reaksi psikologis masyarakat di media sosial terhadap masa-masa awal pandemi Covid-19.

Penelitian ini berfokus pada aktivitas masyarakat di internet dibandingkan metode pengambilan data konvensional dengan survei. Selain itu, riset dengan menggunakan data Twitter memungkinkan untuk dilakukannya monitoring reaksi psikologis dengan titik patokan peristiwa-peristiwa besar yang berdampak psikologi secara masif di masyarakat (McClellan dkk., 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat perubahan jangka pendek reaksi psikologis para pengguna Twitter Indonesia (*netizen*) terkait topik Covid-19 pada masa awal penanganan Covid-19 Maret 2020.

Reaksi Psikologis Masa Pandemi

Pandemi Covid-19 yang sarat akan ketidakpastian dan isolasi mandiri berkepanjangan (Ashokkumar & Pennebaker, 2021) menimbulkan reaksi psikologis yang beragam. Saat krisis, *anxiety-buffering system* akan tertekan dan mengarah pada pertahanan maladaptif atau pertahanan bentuk yang baru (Kwon & Park, 2021). Reaksi psikologis pada saat krisis massal berbeda dengan reaksi psikologis pada permasalahan sehari-hari. Wang dkk. (2020) menemukan bahwa semasa pandemi, masyarakat banyak yang terdampak secara psikologis baik tingkat sedang maupun berat. Reaksi psikologis yang terjadi termasuk perubahan afek. Saat menghadapi stres ataupun pengalaman yang traumatis, kebanyakan orang merespons secara beragam. Orang-orang dapat merespons pada penyakit menular sebagai hal yang mengancam jiwa dan berkembanglah emosi negatif (Wang dkk., 2020). Meskipun begitu, terdapat mekanisme bertahan positif yang berasosiasi dengan munculnya emosi positif selama stres kronis terjadi (Folkman & Moskowitz, 2000).

Terdapat perubahan afek yang signifikan selama perkembangan pandemi. Emosi negatif cenderung meningkat (Li dkk., 2020). Kecemasan meningkat (Wong & Jensen, 2020), ketakutan (Wong & Alias, 2021), dan depresi akibat stres karena pandemi meningkat (Kassaw, 2020). Perubahan emosi berubah secara drastis sebelum terjadi puncak tingginya kasus (Li dkk., 2020). Emosi positif menurun (Li dkk., 2020). Pada saat fase peringatan, emosi positif menurun drastis dengan fokus perhatian masyarakat kepada ancaman (Ashokkumar & Pennebaker, 2021). Reaksi psikologis ini berkaitan dengan kesehatan, konsumsi media sosial berlebih, dan ketakutan berisiko menulari orang terdekat (Mertens dkk., 2020). Meski begitu, pandemi pada awalnya membawa skeptisisme pada masyarakat dan

penolakan (Ashokkumar & Pennebaker, 2021; Walker & McCabe, 2021).

Penelitian yang menggunakan jejaring sosial banyak berfokus pada *emotional valence* yang terkait dengan Covid-19 (Kendrick & Isaac, 2021). Riset oleh Su dkk. (2021) yang meneliti tentang perubahan respons emosi publik di media sosial menunjukkan peningkatan obrolan bermuatan emosi negatif seperti ketakutan, kekecewaan, rasa bersalah, dan kemarahan.

Kesedihan menjadi emosi yang dominan ketika pemerintah mulai menerapkan kebijakan pembatasan sosial (Aiello dkk., 2021; Ashokkumar & Pennebaker, 2021). Pada saat emosi kesedihan menjadi dominan, masyarakat banyak membahas kebijakan baru pemerintah, mengekspresikan empati dan prososial kepada sesama (Aiello dkk., 2021). Kesepian akibat isolasi menyebabkan kesedihan, paparan berita kematian dan kehilangan anggota keluarga dan teman turut mempengaruhi kesedihan (Lwin dkk., 2020; Ashokkumar & Pennebaker, 2021). Peningkatan kesedihan ini berlangsung cukup lama dan stabil selama beberapa waktu (Pellert dkk., 2020).

Seiring dengan perkembangan teknologi, metode analisis berdasarkan teks dengan *Natural Language Processing* (NLP) mulai lumrah digunakan di ranah psikologi. Analisis ini berbasis komputasi untuk mempelajari bahasa sehari-hari yang digunakan manusia. Penelitian dengan NLP di media sosial berbasis premis bahwa kata-kata yang digunakan seseorang dapat mengungkap keadaan mental seseorang di media sosial (Calvo dkk., 2016). Penelitian dengan NLP oleh Huerta dkk. (2021) menunjukkan kecemasan juga meningkat seiring waktu respons Covid-19 dan melonjak ketika adanya pengumuman resmi dari pemerintah setempat. Kecemasan yang meningkat tidak kembali lagi ke *baseline* selama beberapa waktu (Pellert dkk., 2020). Indikasi emosi masyarakat juga menunjukkan penurunan *mood* (Valdez dkk., 2020).

Ketakutan menjadi topik yang paling sering muncul pada awal tahun 2020 dan berkurang seiring lebih banyaknya konten informatif

penanganan Covid-19 (Medford dkk., 2020). Tingginya pembicaraan di media sosial seputar ketidakpercayaan dan ketakutan juga terjadi (Valdez dkk., 2020). Literatur kemarahan menemui berbagai temuan yang berlawanan. Di Austria, kemarahan di media sosial lokal mengalami penurunan (Pellert dkk., 2020), di sisi lain kemarahan meningkat (Ashokkumar & Pennebaker, 2021; Aiello dkk., 2020; Valdez dkk., 2020) dan terjadi puncaknya di hari pengumuman kebijakan pembatasan sosial (Lwin dkk., 2020).

Reaksi psikologis dalam penelitian ini adalah perubahan afektif selama pandemi yang terdiri dari emosi positif dan emosi negatif. Emosi negatif terbagi menjadi tiga hal yakni kecemasan, kesedihan, dan kemarahan. Reaksi psikologis ini berubah intensitasnya pada antarwaktu seiring dengan bergulirnya penanganan Covid-19 oleh pemerintah Indonesia pada bulan Maret 2020 yang berusaha meredam laju tingkat penularan virus. Faktor kondisi suatu negara dapat berdampak langsung hingga ke ranah kecil seperti individu (Bronfenbrenner dalam Lehman dkk., 2017). Salah satu pendukungnya yaitu terjadi peningkatan telepon *hotline* krisis bersamaan dengan implementasi pembatasan sosial oleh pemerintah (Arendt dkk., 2020).

Masyarakat mempunyai sikap negatif pada aspek harus melakukan *social distancing* dan tidak bisa melakukan kegiatan fisik (Sari dkk., 2021). Di sisi lain, misinformasi di masa-masa awal penanganan Covid-19 mengakibatkan respons masyarakat terhadap Covid-19 menjadi negatif. Pengaruh agama juga sangat mendominasi respons masyarakat (Barua dkk., 2020). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa masa awal penanganan Covid-19 yang tidak transparan dan penuh dengan misinformasi berangsur-angsur menimbulkan variasi reaksi psikologis masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perubahan jangka pendek reaksi psikologis para pengguna Twitter di Indonesia (*netizen*) terkait topik Covid-19 di dua titik waktu yang berbeda pada masa awal penanganan Covid-19 di Maret 2020.

Bagaimana Melakukan Analisis Data dari Twitter?

Penulis menggunakan data sekunder berupa *tweets* yang diekstraksi dari Twitter. Data sekunder yang diperoleh dari media sosial Twitter dari penelitian hibah *Center for Indigenous & Cultural Psychology* (CICP) Covid-19 tahun 2020. Twitter dipilih karena merupakan salah satu sarana masyarakat untuk mendiskusikan berbagai hal dengan melihat ide dan opini pengguna Twitter secara publik (Murphy, 2017). Selain itu, aksesibilitas data di Twitter lebih terbuka dibandingkan dengan *platform* media sosial yang lain (McFarland & Ployhart, 2015).

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menjaring *tweets* pengguna Twitter berbahasa Indonesia sekaligus menggunakan kata kunci 'virus korona' dalam *tweet*-nya. Sebanyak 1.227 akun Twitter dengan 3.067 *tweets* terjaring dalam pengambilan data, kemudian direduksi dengan menyeleksi *tweets* yang relevan dengan penelitian menjadi 718 akun Twitter dengan 882 *tweets*.

Untuk pengambilan data tidak dilakukan kontak langsung dengan partisipan (pemilik akun Twitter) dan teknik pengumpulan data menggunakan fasilitas *Application Programming Interface* (API). Twitter telah memberikan maklumat kepada pengguna mengenai yang mungkin terjadi pada data mereka saat melakukan pendaftaran akun baru (termasuk *tweets* akan menjadi data publik yang bisa diakses oleh pihak ketiga) sehingga tidak memerlukan *informed consent* dari peneliti kepada pihak pengguna Twitter.

Untuk analisis, peneliti akan menggunakan LIWC (*Language Inquiry and Word Count*). Setelah data *tweets* dibersihkan kemudian diterjemahkan dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. Hal ini dilakukan karena sampai waktu penelitian dilakukan, belum tersedia kamus untuk melakukan analisis teks berbahasa Indonesia pada aplikasi LIWC sehingga peneliti melakukan adaptasi terjemahan untuk menyesuaikan *software*. Kamus untuk *software* LIWC dengan bahasa di benua Asia masih cenderung sedikit seperti kamus bahasa Jepang (Igarashi dkk., 2021) dan bahasa Tagalog (Andrei

dkk., 2014) yang masih dalam tahap pengembangan. Peneliti juga telah menghubungi peneliti Indonesia lain yang mengadaptasi dan validasi LIWC dengan bahasa Indonesia. Salah satunya adalah Misajon dkk. (2017). Akan tetapi, hal tersebut tidak bisa dilakukan karena harus mendapatkan akses dan persetujuan dari pengembang *software* LIWC sehingga peneliti memutuskan untuk menerjemahkan data sesuai dengan bahasa kamus yang tersedia di LIWC.

Tahap selanjutnya untuk persiapan analisis menggunakan piranti lunak *computerized text analysis* untuk psikolinguistik *Language Inquiry and Word Count* (LIWC) data berbahasa Inggris. Data dibersihkan dari istilah-istilah yang tidak relevan dengan analisis psikologi dari linguistik. Data kemudian dianalisis dengan *software* LIWC.

Studi ini mempelajari perbedaan reaksi psikologis (emosi positif, emosi negatif, kecemasan, kemarahan, dan kesedihan) pada waktu penanganan awal Covid-19 menggunakan *software* analisis teks psikolinguistik *Language Inquiry and Word Count* (LIWC) oleh James Pennebaker dkk. (2015). Pengukuran reaksi psikologi menggunakan piranti lunak *word count* yang mampu menangkap dinamika psikologis dari teks yang valid secara psikometris (Boyd & Schwartz, 2021).

LIWC adalah alat berbasis penghitungan kata (*word count-based*) yang bekerja dengan membandingkan tiap kata dalam suatu *file* teks dengan kamus internal LIWC (Mehl & Gill, 2010). LIWC dipandang sebagai *gold standard Natural Language Processing* (NLP) berbasis psikologi yang disitasi oleh 17.000 penelitian di berbagai ranah seperti hubungan sosial, strategi politik, deteksi, demensia, dan lain lain (Receptiviti Inc., t.t.). *Internal dictionary* yang digunakan LIWC sudah dianalisis reliabilitasnya (Pennebaker dkk., 2015).

Secara keseluruhan, LIWC mengukur kategori lain selain proses psikologis yang berkaitan dengan proses linguistik, tetapi penelitian ini hanya akan menggunakan proses psikologis utamanya proses

afektif yang terdiri dari subkategori emosi positif dengan 1.393 kata dan bagian kata (misalnya kata *love, nice, sweet*), emosi negatif dengan 744 kata dan bagian kata (misalnya kata *hurt, ugly, nasty*), kecemasan dengan 116 kata dan bagian kata (*worried, fearful*), kemarahan dengan 230 kata dan bagian kata (*hate, kill, annoyed*), dan kesedihan dengan 1306 kata dan bagian kata (*crying, grief, sad*).

Koefisien reliabilitas Cronbach's alpha kategori proses afektif memiliki skor $\alpha = 0,57$, emosi positif dengan skor $\alpha = 0,64$, emosi negatif dengan $\alpha = 0,55$, kecemasan dengan $\alpha = 0,73$, kemarahan dengan $\alpha = 0,53$, dan subkategori kesedihan dengan skor $\alpha = 0,70$. Reliabilitas internal *natural language* berbeda dan cenderung lebih rendah dibandingkan tes psikologi biasa karena sifat bahasa yang berbeda dengan kuesioner *self-report* yang mengukur reliabilitas dengan mengukur apakah suatu atribut psikologis muncul berulang kali, sedangkan konsep bahasa cenderung tidak mengulang suatu konsep yang telah disampaikan (Pennebaker dkk., 2015).

Mengingat data yang digunakan berbahasa Indonesia sementara masih sedikit instrumen analisis teks dalam *Natural Language Processing* (NLP) atau pemrosesan bahasa alami yang mampu menganalisis teks berbahasa Indonesia (Manns dkk., 2015) sehingga data tidak kompatibel jika hendak dianalisis pada bagian linguistik (*grammar* dan lain sebagainya). Proses adaptasi dilakukan dari sisi data dengan menerjemahkan data ke dalam bahasa Inggris sehingga kompatibel kamus internal *software*.

LIWC mengkonversi data non-numerik ke dalam bentuk angka dengan analisis konten yang memunculkan seberapa banyak nilai tersebut merepresentasikan konstruk penelitian (Wang dkk., 2016). Komponen utama dari *software* LIWC adalah komponen proses dan kamus-kamus (Tausczik & Pennebaker, 2010). Dua *output* analisis teks LIWC adalah penghitungan total jumlah kata (*word count*) dan frekuensi kata (*word frequency*). *Output* dari *word count* berbentuk satuan hitungan biasa sedangkan *word frequency* berbentuk persentase.

Kamus adalah kumpulan kata-kata individual, batang kata (*word stems*), maupun frase yang mengukur aspek-aspek linguistik dan konstruk psikologi. Secara sederhana, cara kerja LIWC adalah ia mencocokkan persentase kata dalam teks yang ada dalam kamus dengan total kata dalam teks. Misalnya, teks dengan 5 kata "Saya menikmati makanan khas Italia" menghasilkan 20% emosi positif dengan perhitungan satu kata positif "menikmati" dibagi dengan 5 total kata dalam teks dikali 100%.

Setelah dilakukan analisis, LIWC akan memunculkan total 90 variabel-variabel *output* (Tausczik & Pennebaker, 2010), tetapi penelitian ini hanya akan menggunakan variabel *output* konstruk psikologis. Menentukan validitas dan reliabilitas program analisis teks secara umum merupakan hal yang cukup sulit (Pennebaker dkk., 2015). LIWC *Anger Scale* memiliki reliabilitas internal antara .52 (*corrected*) dan .07 (*uncorrected*) *cronbach alpha*. Daftar kategori yang ada pada kamus LIWC (versi terbaru: LIWC2015) ada di tabel 1 dengan penekanan pada kategori dimensi linguistik dan proses psikologis yang akan dianalisis pada penelitian ini.

Tes validitas LIWC dilakukan Pennebaker dan Francis (dalam Pennebaker dkk., 2015) dengan meminta partisipan yang berada pada kelompok eksperimen untuk mengisi kuesioner tentang pengalaman menjadi mahasiswa baru. Kemudian hasil kuesioner dievaluasi dimensi emosi, kognitif, konten dan komposisi oleh dua sistem yaitu sistem *judges' ratings* dan analisis menggunakan *software* LIWC. Analisis korelasi Pearson dilakukan dan hasil menunjukkan LIWC mampu "mengukur emosi positif dan negatif, sejumlah strategi kognitif, beberapa tipe konten tematik, dan beragam elemen komposisi bahasa" (Pennebaker dkk., 2015).

Studi ini hanya menggunakan persentase untuk dianalisis. Hasil persentase tersebut kemudian dianalisis secara statistik menggunakan *software* IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) *version 21.0 for Windows*. Analisis statistik menggunakan metode *independent sample t-test*. T-Test digunakan untuk analisis dengan *word count* untuk membandingkan kelompok dengan

karakteristik yang berbeda (Murphy, 2017). T-test banyak digunakan dalam penelitian yang menggunakan analisis teks terkomputerisasi sebagai metodenya (Adair dkk., 2018, Li dkk., 2020). Penelitian ini akan menggunakan *independent sample t-test* untuk diperbandingkan reaksi psikologis antara data awal Maret dan akhir Maret 2020.

Reaksi Psikologis Antarwaktu pada Warganet

Persentase *psychological process* kategori *affective processes* dikomputasi dengan LIWC. Penelitian ini bersifat deskriptif serta bertujuan untuk melihat perbedaan pada rata-rata penggunaan kata dengan emosi positif, emosi negatif, kecemasan, kemarahan, dan kesedihan antara minggu I dan minggu IV masa awal penanganan Covid-19. Dilakukan uji *independent t-test* untuk melihat perbedaan tersebut.

Ekspresi Marah Antarwaktu

Pada minggu pertama, terdapat *tweets* dengan kecemasan tinggi yang menceritakan kecemasan menghadapi virus. Selain itu, pada minggu I terdapat *tweets* penggunaan kata kemarahan rendah yang mengungkapkan komentar pro-kontra fenomena pulang kampung pada saat pandemi. Pada minggu keempat, dapat dilihat *tweets* berbentuk umpatan dengan sarkasme yang muncul pada *tweets* dengan kemarahan tinggi.

Emosi Sedih Antarwaktu

Tweets lainnya merepresentasikan penggunaan kata kesedihan, emosi positif, dan emosi negatif. Persepsi *tweets* yang nyaris putus asa ada dalam *tweets* dengan kesedihan tinggi. *Tweets* emosi negatif tinggi mirip dengan *tweets* kemarahan tinggi yang diisi dengan umpatan dan perilaku menyalahkan orang lain. Di sisi lain, *tweets* emosi positif tinggi menceritakan optimisme dan harapan terhadap kondisi Covid-19 di Indonesia. Tidak ada perbedaan skor signifikan pada rata-rata penggunaan kata emosi positif, emosi negatif, dan kesedihan pada minggu pertama dan minggu keempat.

Studi ini bertujuan untuk melihat perubahan jangka pendek reaksi psikologis afektif para pengguna Twitter Indonesia terhadap topik Covid-19 pada masa awal penanganan Covid-19 di Maret 2020. Beberapa temuan dari penelitian ini antara lain adanya perbedaan reaksi psikologis afektif kecemasan dan kemarahan pada pengguna Twitter terhadap topik Covid-19.

Studi ini konsisten dengan penelitian-penelitian lainnya yang menemukan adanya perbedaan tingkat kemarahan (Lwin dkk., 2020; Aiello dkk., 2021; Ashokkumar & Pennebaker, 2021) dan kecemasan (Pellert dkk., 2020; Timming dkk., 2021; Huerta dkk., 2021; Marzouki dkk., 2021) pada masyarakat di masa awal penyebaran Covid-19.

Perbedaan rata-rata penggunaan kata kemarahan dan kecemasan pada masa awal penanganan Covid-19 di bulan Maret 2020 ini dapat ditengarai dengan transisi fase pada epidemi (atau yang saat ini sudah berstatus pandemi). Aiello dkk. (2021) dalam penelitian Covid-19 menggunakan teori psikologi epidemi Philip Strong mengungkapkan bahwa epidemi berlangsung dalam tiga fase: penolakan, realita tertunda, dan penerimaan. Data yang terkumpul pada penelitian ini berhasil menangkap fenomena pada fase tersebut. Fase penolakan terjadi didominasi dengan adanya rasa takut akibat ketidakpastian. Pada fase ini, masyarakat sudah mulai menjaga jarak dari orang lain, namun masih menolak untuk mengubah kebiasaan sehari-hari. Contohnya, masyarakat Indonesia sudah mempunyai pengetahuan yang cukup dan sikap positif terhadap pandemi, namun bersikap negatif ketika harus menjaga jarak 1,5 meter (Sari dkk., 2021). Fase realita tertunda terjadi ketika pengumuman kematian pertama di suatu negara akibat virus Covid-19 terjadi. Pada fase ini, ketakutan semakin intens dan ekspresi kemarahan semakin meningkat di media sosial. Perasaan akan adanya transisi gaya hidup semakin kuat dan masyarakat mulai mengubah dan menunda aktivitas sehari-hari mereka. Pada fase realitas tertunda, pembagian tugas baik pada individu di masyarakat maupun pihak berwenang menjadi semakin jelas. Hal ini terlihat dengan penerapan kebijakan pembatasan sosial

yang mulai diberlakukan secara bertahap pada pertengahan hingga akhir Maret 2020 dan puncaknya pada 1 April 2021 dengan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Djalante dkk., 2020).

Penelitian ini memperoleh data ketika PSBB belum dilaksanakan. Meski pemerintah sudah mulai menunjukkan kebijakan konkret untuk menangani Covid-19, kebijakan ini terhitung lebih lambat dibandingkan negara-negara Asia maupun Amerika yang sudah memulai pembatasan sosial nasional pada pertengahan Maret 2020 (Hale dkk., 2021). Adanya titik terang kebijakan pihak berwenang di pertengahan Maret 2020 membuat terjadinya perubahan kecemasan dengan terjadinya penurunan. Akan tetapi, pembatasan sosial nasional yang lebih lambat dibandingkan negara lain memungkinkan terjadinya frustrasi di masyarakat dan muncullah peningkatan kemarahan. Tahapan munculnya akuntabilitas memungkinkan adanya penurunan kecemasan dan emosi berganti menjadi kemarahan (Lazarus, 1991).

Reaksi Kemarahan Antarwaktu

Perbedaan tingkat kemarahan terjadi adanya peningkatan (Lwin dkk., 2020; Aiello dkk., 2020; Ashokkumar & Pennebaker, 2021) maupun penurunan (Pellert dkk., 2020; Lwin dkk., 2020). Perubahan tingkat kemarahan terkait Covid-19 ini muncul karena adanya persepsi masyarakat akan semakin bahayanya Covid-19 bagi kesehatan dan kesejahteraan mereka dan keluarga. Kemarahan di masyarakat diamplifikasi karena adanya persepsi kerentanan terkena Covid-19 yang lebih tinggi, tingkat kepercayaan pemerintah yang rendah, dan adanya kesulitan ekonomi (Ezeibe dkk., 2020). Kemarahan terjadi dengan adanya keterlibatannya ego dan perilaku menyalahkan. Ketika hal ini terjadi, kemarahan dapat diekspresikan secara agresif maupun pasif-agresif (Lazarus, 1991).

Reaksi Kecemasan Antarwaktu

Temuan perbedaan tingkat kecemasan selaras dengan adanya kenaikan tingkat kecemasan (Huerta dkk., 2021; Timming dkk., 2021) dan penurunan (Marzouki dkk., 2021) pada literatur terkini tentang

reaksi masyarakat terhadap Covid-19 di 2020. Perbedaan tingkat kecemasan ditengarai karena adanya penurunan kekhawatiran pada masyarakat karena adanya kebijakan pemerintah secara bertahap. Masyarakat di Amerika Serikat pada awal masa Covid-19 mengalami peningkatan kecemasan (Aiello dkk., 2021) dan mengalami penurunan kecemasan begitu pengumuman kebijakan pemerintah lokal maupun nasional memutuskan untuk mengimplementasikan pembatasan sosial masif (Ashokkumar & Pennebaker, 2021; Pellert dkk, 2020; Timming dkk., 2021).

Kecemasan sendiri muncul karena adanya sifat ambiguitas mengenai yang akan terjadi di masa depan, efeknya menimbulkan emosi berkepanjangan yang dirasakan (Renström & Bäck, 2021) serta bertujuan untuk mempertahankan hidup (American Psychiatric Association, 2013). Namun, kecemasan ini dapat menurun ketika telah mendapatkan kepastian dari suatu ambiguitas situasi. Pada masa awal penyebaran kasus Covid-19, masyarakat, pemerintah, maupun para ilmuwan masih dalam fase eksplorasi sifat dari virus Covid-19 itu sendiri dan melakukan evaluasi tentang seberapa bahaya virus ini. Namun, kebijakan pihak berwenang untuk melakukan aktivitas di dalam rumah seperti bekerja dan bersekolah yang dimulai pada pertengahan Maret 2020 di berbagai institusi dan daerah (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021) membuat anggota masyarakat harus berpindah tempat menuju daerah asal. Terjadi mobilitas penduduk yang tinggi keluar dari kota-kota besar di Indonesia (Gaduh dkk., 2020). Hal ini otomatis membuat anggota masyarakat dapat berkumpul bersama keluarga meski masih berada di ambang ketidakpastian. Karantina bersama orang terkasih dan keluarga berkorelasi dengan rendahnya reaksi psikologis (Marin dkk., 2020).

Reaksi Kesedihan Antarwaktu

Tidak ada perbedaan tingkat kesedihan pada masa-masa awal penanganan Covid-19. Kemungkinan tidak adanya perbedaan tingkat kesedihan ini yaitu sifat alami emosi kesedihan sendiri tidak memiliki potensi memunculkan volume pembicaraan di media

sosial sebesar emosi lainnya. Kesedihan adalah evaluasi perasaan pengalaman kehilangan sesuatu, baik itu kehilangan yang subjektif maupun objektif (Lazarus dalam Jin dkk., 2012). Kesedihan termasuk dalam jenis emosi negatif dengan gugahan (*arousal*) yang rendah (Russell & Barrett, 1999). Emosi dengan gugahan rendah memiliki kekuatan untuk menggerakkan percakapan di media sosial yang lebih rendah dan lebih tidak menarik untuk diperbincangkan dibandingkan percakapan gugahan tinggi yang negatif seperti komentar media sosial bernada amarah ataupun kecemasan (Qiu dkk., 2020). Hal ini ditengarai karena sifat emosi gugahan rendah bersifat deaktivasi (Lazarus, 1991) yang menurunkan tendensi untuk melakukan tindakan secara umum pada seseorang.

Reaksi Emosi Antarwaktu

Tidak ada perbedaan pada emosi negatif dan emosi positif di masa awal penanganan Covid-19 di Indonesia pada Twitter. Temuan ini berbeda dengan literatur sebelumnya yang menemukan terjadinya peningkatan ataupun penurunan emosi negatif (Li dkk., 2020; Aiello dkk., 2021; Marzouki dkk., 2021) dan emosi positif (Southwick dkk., 2021; Li dkk., 2020; Ashokkumar & Pennebaker, 2021). Hal ini terjadi karena emosi negatif dan emosi positif muncul secara konstan sepanjang awal hingga akhir Maret 2020, namun kurang terdeteksi karena campuran jenis emosi spesifik gugahan tinggi dan rendah. *Software* analisis data LIWC yang digunakan pada penelitian ini mengkategorisasikan emosi positif dan emosi negatif sebagai anak hierarki dari proses afektif, kemudian emosi negatif memiliki cabang-cabang hierarki di bawahnya yaitu kecemasan, kemarahan, dan kesedihan (Pennebaker dkk., 2015). Karenanya, daftar kata representasi pada kamus emosi tersebut membawahi beragam jenis emosi baik emosi gugahan tinggi maupun rendah seperti *tense, angry, excited, happy* hingga *depressed, bored, content, calm, relaxed*, dan sebagainya. Hal ini memungkinkan terjadinya percampuran dinamika emosi dengan gugahan tinggi dan rendah yang memiliki efek yang berbeda dalam kaitannya dengan percakapan yang terjadi di media sosial. Menurut Russell dan Barrett

(1999), gugahan emosi tinggi memunculkan perilaku aktivasi dan tindakan nyata, sedangkan gugahan emosi rendah memunculkan perilaku menarik diri. Dalam konteksnya di media sosial, emosi dengan gugahan tinggi seperti kecemasan, kemarahan, kagum (*awe*) berkorelasi positif dengan volume percakapan *microblog* pada pandemi Covid-19 dibandingkan percakapan dengan emosi gugahan rendah seperti kesedihan ataupun rasa tenang (Qiu dkk., 2020). Selain itu, sifat emosi positif dalam kehadirannya bersama emosi negatif dapat memiliki saling mensupresi satu sama lain. Emosi positif dapat menjadi mekanisme pertahanan melawan emosi negatif di masa sulit (Folkman & Moskowitz, 2004). Ketika emosi negatif meningkat, para pengguna Twitter dapat mencoba menetralkan atmosfer pembicaraan dengan melakukan *coping emotion-focused* dengan melakukan *positive reframing*, semakin mendekat kepada Tuhan, bahkan dengan humor (Folkman & Moskowitz, 2004; Zacher & Rudolph, 2021).

Metode analisis data dengan menggunakan *word count* dari kamus kurang cukup mengakomodasi konteks asli di mana data berasal (Boyd & Schwartz, 2021) yang marak di media sosial contohnya gaya bahasa sarkasme. Penelitian ini menggunakan bahasa Indonesia yang mempunyai gaya bahasa berbeda dengan bahasa utama *software* LIWC yaitu bahasa Inggris yang memiliki elemen bahasa seperti preposisi, *articles*, *auxiliary verbs*, dan lain sebagainya (Pennebaker dkk., 2015) sehingga memungkinkan fenomena psikologi dalam bahasa tidak tertangkap seluruhnya oleh LIWC. Selain itu, belum ada peneliti yang mengembangkan kamus LIWC khusus bahasa Indonesia yang bisa diakses publik maupun berbayar. LIWC berbahasa Inggris mengandalkan akurasi kelompok kata kerja maupun kata sifat, sedangkan pada bahasa Indonesia perbedaan tersebut dapat tidak terlalu signifikan dan bergantung pada konteks (Manns dkk., 2015).

Emosi memegang peranan penting dalam merespons komunikasi publik di masa krisis (Jin dkk., 2012). Emosi merupakan salah satu interpretasi publik pada peristiwa langsung yang sedang bergulir.

Implikasi penelitian ini antara lain mendukung media sosial sebagai pemantauan pengawasan (*surveillance monitoring*) emosi publik secara *real-time*. Pandemi Covid-19 merupakan bencana global yang perkembangannya terjadi sangat cepat dan eksponensial sehingga dibutuhkan metode yang cepat dalam mengekstraksi dan interpretasi data secara masif. Implikasi teoritis penelitian ini adalah kontribusinya terhadap literatur perubahan emosi seiring waktu dalam jangka waktu singkat.

Penutup

Studi ini memberikan kontribusi adanya perbedaan tingkat kecemasan dan kemarahan warganet Twitter Indonesia di masa awal penanganan Covid-19 karena kaitannya dengan evolusi reaksi masyarakat di masa awal Covid-19 yang awalnya bersikap defensif dan takut atas himbauan perubahan pola hidup menjadi terdorong untuk melakukan tindakan pencegahan penyebaran Covid-19. Akuntabilitas pandemi yang menjadi semakin jelas dan persepsi pemerintah yang lambat dalam penanganan memunculkan kemarahan.

Tidak adanya perbedaan kesedihan dan emosi positif maupun negatif menunjukkan adanya persepsi dan pengalaman masyarakat yang masih mempunyai harapan dan tujuan yang jelas untuk mengatasi penyebaran Covid-19. Selain itu, topik pembicaraan kesedihan tidak menjadi pusat percakapan di media sosial dibandingkan kecemasan dan kemarahan. Dinamika supresi antara emosi positif dan negatif serta dampak jenis emosi gugahan pada emosi positif dan negatif memungkinkan hasil yang tidak signifikan pada perbedaan emosi positif dan negatif.

Studi selanjutnya dapat menggunakan data yang lebih besar dan melihat evolusi perubahan emosi secara longitudinal di masa awal penanganan Covid-19 dan masa bergulirnya vaksinasi. Selain itu untuk memudahkan penelitian lainnya dalam mempelajari fenomena psikologis di media sosial Indonesia, penelitian berikutnya dapat mengembangkan kamus LIWC berbahasa Indonesia baik

dengan translasi kamus atau mengembangkan dengan ahli-ahli internal untuk menutupi kekurangan instrumen analisis psikologis di media sosial khusus data berbahasa Indonesia.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada *Center for Indigenous & Cultural Psychology* Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada beserta para asisten mahasiswa yang terlibat dalam penelitian data Twitter sehingga penelitian ini memperoleh akses data. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Lalu Tarangga Arief Gunawan dari Program Studi Ilmu Komputer Fakultas MIPA Universitas Gadjah Mada yang telah membantu pada tahap *cleaning* data mentah pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Aiello, L. M., Quercia, D., Zhou, K., Constantinides, M., Šćepanović, S., & Joglekar, S. (2021). How epidemic psychology works on Twitter: Evolution of responses to the COVID-19 pandemic in the US. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1-15.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). Washington, DC: Author.
- Andrei, A., Dingwall, A., Dillon, T., & Mathieu, J. (2014, April). Developing a Tagalog Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC)'disaster' dictionary for understanding mixed language social media: A work-in-progress paper. In *Proceedings of the 8th Workshop on Language Technology for Cultural Heritage, Social Sciences, and Humanities (LaTeCH)* (pp. 91-94).
- Arendt, F., Markiewitz, A., Mestas, M., & Scherr, S. (2020). COVID-19 pandemic, government responses, and public mental health: Investigating consequences through crisis hotline calls in two countries. *Social Science & Medicine*, 265, 113532.
- Ashokkumar, A., & Pennebaker, J. W. (2021). Social media conversations reveal large psychological shifts caused by COVID-19's onset across US cities. *Science Advances*, 7(39), eabg7843.

- Barua, Z., Barua, S., Aktar, S., Kabir, N., & Li, M. (2020). Effects of misinformation on COVID-19 individual responses and recommendations for resilience of disastrous consequences of misinformation. *Progress in Disaster Science, 8*, 100119.
- Boyd, R. L., & Schwartz, H. A. (2021). Natural language analysis and the psychology of verbal behavior: The past, present, and future states of the field. *Journal of Language and Social Psychology, 40*(1), 21-41.
- Damanik, F. J., & Setyohadi, D. B. (2021). Analysis of public sentiment about Covid-19 in Indonesia on twitter using Multinomial Naive Bayes and Support Vector Machine. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 704* (1), 012027.
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B.,... & Warsilah, H. (2020). Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science, 6*, 100091.
- Ezeibe, C. C., Ilo, C., Ezeibe, E. N., Oguonu, C. N., Nwankwo, N. A., Ajaero, C. K., & Osadebe, N. (2020). Political distrust and the spread of COVID-19 in Nigeria. *Global Public Health, 15*(12), 1753-1766.
- Folkman, S., & Moskowitz, J. T. (2004). Coping: Pitfalls and promise. *Annual Review of Psychology, 55*, 745-774.
- Gaduh, A., Hanna, R., Kreindler, G., & Olken, B. (2020). *Lockdown and mobility in Indonesia*. Center for History and Economics Harvard University. <https://histecon.fas.harvard.edu/climate-loss/indonesia/index.html>
- Gosling, S. D., & Mason, W. (2015). Internet research in psychology. *Annual review of psychology, 66*, 877-902.
- Hale, T., Angrist, N., Goldszmidt, R., Kira, B., Petherick, A., Phillips, T.,... & Tatlow, H. (2021). A global panel database of pandemic policies (Oxford COVID-19 Government Response Tracker). *Nature Human Behaviour, 5*(4), 529-538.
- Huerta, D. T., Hawkins, J., Brownstein, J., & Hswen, Y. (2021). Exploring discussions of health and risk and public sentiment in Massachusetts during COVID-19 pandemic mandate implementation: A Twitter analysis. *SSM-Population Health, 15*, 100851.

- Igarashi, T., Okuda, S., & Sasahara, K. (2021, August 28). Development of the Japanese version of the Linguistic Inquiry and Word Count dictionary 2015 (J-LIWC2015). *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/5hq7d>
- Jin, Y., Pang, A., & Cameron, G. T. (2012). Toward a publics-driven, emotion-based conceptualization in crisis communication: Unearthing dominant emotions in multi-staged testing of the integrated crisis mapping (ICM) model. *Journal of Public Relations Research, 24*(3), 266-298.
- Kassaw, C. (2020). The magnitude of psychological problem and associated factor in response to COVID-19 pandemic among communities living in Addis Ababa, Ethiopia, March 2020: A cross-sectional study design. *Psychology Research and Behavior Management, 13*, 631.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). Merekam pandemi COVID-19 dan memahami kerja keras pengawal APBN. *Satuan Tugas Penanganan COVID-19*. https://covid19.go.id/storage/app/media/Hasil%20Kajian/2021/Februari/Buku%20Studi%20Pembelajaran%20Penanganan%20COVID-19_BAPPENAS.pdf
- Kendrick, K., & Isaac, M. (2021). Overview of behavioural and psychological consequences of COVID 19. *Current Opinion In Psychiatry, 34*(5), 477.
- Kwon, S., & Park, A. (2021). Understanding user responses to the COVID-19 pandemic on Twitter from a Terror Management Theory perspective: Cultural differences among the US, UK and India. *Computers in Human Behavior, 107*087.
- Lazarus, R. S. (1991). Progress on a cognitive-motivational-relational theory of emotion. *American Psychologist, 46*(8), 819.
- Lehman, B. J., David, D. M., & Gruber, J. A. (2017). Rethinking the biopsychosocial model of health: Understanding health as a dynamic system. *Social and Personality Psychology Compass, 11*(8), e12328.
- Li, S., Wang, Y., Xue, J., Zhao, N., & Zhu, T. (2020). The impact of COVID-19 epidemic declaration on psychological consequences: A study on active Weibo users. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(6), 2032.

- Lwin, M. O., Lu, J., Sheldenkar, A., Schulz, P. J., Shin, W., Gupta, R., & Yang, Y. (2020). Global sentiments surrounding the COVID-19 pandemic on Twitter: Analysis of Twitter trends. *JMIR Public Health Surveillance*, 6(2), e19447.
- Manns, H., Iqbal, M., & Rajeg, G.P.W. (2015). Challenges in developing English text analysis software for Indonesian. In *The Twentieth International Symposium on Malay/Indonesian Linguistics (ISMIL 20)*. <https://lingweb.eva.mpg.de/archive/ismil/20/abstracts/MannslqbalRajeg.pdf>
- Marín, F. X., Rusiñol, J., & Gallifa, J. (2020). Measuring psychosocial reactions to COVID-19: the COVID Reaction Scales (COVID-RS) as a new assessment tool. *Frontiers in Psychology*, 11, 3272.
- Marzouki, Y., Aldossari, F. S., & Veltri, G. A. (2021). Understanding the buffering effect of social media use on anxiety during the COVID-19 pandemic lockdown. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1-10.
- McClellan, C., Ali, M. M., Mutter, R., Kroutil, L., & Landwehr, J. (2017). Using social media to monitor mental health discussions—evidence from Twitter. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 24(3), 496-502.
- Medford, R. J., Saleh, S. N., Sumarsono, A., Perl, T. M., & Lehmann, C. U. (2020). An “infodemic”: Leveraging high-volume Twitter data to understand early public sentiment for the Coronavirus disease 2019 outbreak. *Open Forum Infectious Diseases*, 7(7), ofaa258.
- Mehl, M. R., & Gill, A.J. (2010). Automatic text analysis. In S. D. Gosling & J. A. Johnson (Eds.), *Advanced methods for conducting online behavioral research* (pp. 3–7). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12076-001>
- Mertens, G., Gerritsen, L., Duijndam, S., Salemink, E., & Engelhard, I. M. (2020). Fear of the coronavirus (COVID-19): Predictors in an online study conducted in March 2020. *Journal Of Anxiety Disorders*, 74, 102258.
- Muñoz, L. M., Ramirez, M. F., & Camargo, J. E. (2020, October). A Data-Driven Method for Measuring the Negative Impact of Sentiment Towards China in the Context of COVID-19. In *International Conference on Applied Informatics* (pp. 210-221). Springer, Cham.

- Murphy, S. C. (2017). A hands-on guide to conducting psychological research on Twitter. *Social Psychological and Personality Science*, 8(4), 396-412.
- Patterson, G. E., McIntyre, K. M., Clough, H. E., & Rushton, J. (2021). Societal impacts of pandemics: Comparing COVID-19 with history to focus our response. *Front. Public Health*, 9, 630449.
- Pellert, M., Lasser, J., Metzler, H., & Garcia, D. (2020). Dashboard of sentiment in Austrian social media during COVID-19. *Frontiers in Big Data*, 3, 32.
- Pennebaker, J.W., Boyd, R.L., Jordan, K., & Blackburn, K. (2015). *The development and psychometric properties of LIWC2015*. Austin, TX: University of Texas at Austin.
- Petrović, D., Petrović, M., Bojković, N., & Čokić, V. P. (2020). An integrated view on society readiness and initial reaction to COVID-19: A study across European countries. *PLoS ONE*, 15(11), e0242838.
- Prastyo, P. H., Sumi, A. S., Dian, A. W., & Permanasari, A. E. (2020). Tweets responding to the Indonesian Government's handling of COVID-19: Sentiment analysis using SVM with normalized poly kernel. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 6(2), 112-122.
- Qiu, J., Xu, L., Wang, J., & Gu, W. (2020). Mutual influences between message volume and emotion intensity on emerging infectious diseases: An investigation with microblog data. *Information & Management*, 57(4), 103217.
- Renström, E. A., & Bäck, H. (2021). Emotions during the Covid-19 pandemic: Fear, anxiety, and anger as mediators between threats and policy support and political actions. *Journal of Applied Social Psychology*, 51(8), 861-877.
- Russell, J. A., & Barrett, L. F. (1999). Core affect, prototypical emotional episodes, and other things called emotion: Dissecting the elephant. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(5), 805.
- Sari, D. K., Amelia, R., Dharmajaya, R., Sari, L. M., & Fitri, N. K. (2021). Positive correlation between general public knowledge and attitudes regarding COVID-19 outbreak 1 month after first cases reported in Indonesia. *Journal of community health*, 46(1), 182-189.

- Short, J. C., McKenny, A. F., & Reid, S. W. (2018). More than words? Computer-aided text analysis in organizational behavior and psychology research. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 415-435.
- Smith, L. E., Duffy, B., Moxham-Hall, V., Strang, L., Wessely, S., & Rubin, G. J. (2021). Anger and confrontation during the COVID-19 pandemic: a national cross-sectional survey in the UK. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 114(2), 77-90.
- Southwick, L., Guntuku, S. C., Klinger, E. V., Seltzer, E., McCalpin, H. J., & Merchant, R. M. (2021). Characterizing COVID-19 content posted to Tiktok: Public sentiment and response during the first phase of the COVID-19 pandemic. *Journal of Adolescent Health*, 69 (2), 234-241.
- Su, Y., Wu, P., Li, S., Xue, J., & Zhu, T. (2021). Public emotion responses during COVID-19 in China on social media: An observational study. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(1), 127-136.
- Taylor, S. (2019). *The psychology of pandemics: Preparing for the next global outbreak of infectious disease*. Cambridge Scholars Publishing.
- Timming, A. R., French, M. T., & Mortensen, K. (2021). Health anxiety versus economic anxiety surrounding COVID-19: An analysis of psychological distress in the early stages of the pandemic. *Journal of Affective Disorders Reports*, 5, 100152.
- Valdez, D., Ten Thij, M., Bathina, K., Rutter, L. A., & Bollen, J. (2020). Social media insights into US mental health during the COVID-19 pandemic: longitudinal analysis of twitter data. *Journal of medical Internet research*, 22(12), e21418.
- Varshney, M., Parel, J. T., Raizada, N., & Sarin, S. K. (2020). Initial psychological impact of COVID-19 and its correlates in Indian Community: An online (FEEL-COVID) survey. *PLoS ONE*, 15(5), e0233874.
- Walker, G., & McCabe, T. (2021). Psychological defence mechanisms during the COVID-19 pandemic: A case series. *The European Journal of Psychiatry*, 35(1), 41-45.
- Wang, C., Pan, R., Wan, X., Tan, Y., Xu, L., Ho, C. S., & Ho, R. C. (2020). Immediate psychological responses and associated factors during the initial stage of the 2019 coronavirus disease

- (COVID-19) epidemic among the general population in China. *International journal of environmental research and public health*, 17(5), 1729.
- Wang, S., Lightman, S., & Cristianini, N. (2021). Effect of the lockdown on diurnal patterns of emotion expression in Twitter. *Chronobiology International*, 1-20.
- Wang, W., Hernandez, I., Newman, D. A., He, J., & Bian, J. (2016). Twitter analysis: Studying US weekly trends in work stress and emotion. *Applied Psychology*, 65(2), 355-378.
- Wong, C. M. L., & Jensen, O. (2020). The paradox of trust: Perceived risk and public compliance during the COVID-19 pandemic in Singapore. *Journal of Risk Research*, 23(7-8), 1021-1030.
- Wong, L. P., & Alias, H. (2021). Temporal changes in psychobehavioural responses during the early phase of the COVID-19 pandemic in Malaysia. *Journal of Behavioral Medicine*, 44(1), 18-28.
- Zacher, H., & Rudolph, C. W. (2021). Individual differences and changes in subjective wellbeing during the early stages of the COVID-19 pandemic. *American Psychologist*, 76(1), 50.

GLOSARIUM

A

Afek

Emosi atau perasaan seseorang sebagai respons subjektif terhadap suatu kejadian.

Agresivitas

Gambar tiga dimensi yang digunakan untuk menggambarkan seseorang dalam dunia maya.

Agresivitas verbal

Sifat atau tindak agresif yang dilakukan melalui ucapan verbal.

Algoritma

Instruksi-instruksi terstruktur dan terbatas diimplementasikan ke dalam bentuk program komputer untuk menyelesaikan suatu masalah tertentu.

Anonimitas

Suatu hal yang tidak memiliki nama.

Anxiety-buffering system

Aplikasi dari *Terror Management Theory* yang menjelaskan reaksi individu terhadap peristiwa traumatis. Fenomena ini menjelaskan bahwa ketika seseorang menghadapi situasi mengancam dan mematikan, orang tersebut akan berpotensi mengalami kecemasan yang 'melumpuhkan' kecuali dengan membuat perasaan tersebut ditunda, beberapa di antaranya dengan berpegang teguh pada pandangan budaya (*cultural worldview*) saat ini, mempertahankan *self-esteem*, dan mendekatkan diri pada hubungan personal dengan orang lain.

Application Programming Interface (API)

Kumpulan definisi dan protokol untuk membangun dan mengintegrasikan perangkat lunak aplikasi, dengan API pengguna dapat

membuat produk berkomunikasi dengan produk lain tanpa perlu mengetahui cara penerapannya.

Asinkron

Komunikasi daring tak serempak atau komunikasi yang menggunakan bantuan perangkat komputer dan dilakukan secara tidak langsung.

Avatar

Gambar tiga dimensi yang digunakan untuk menggambarkan seseorang dalam dunia maya.

B

Benign disinhibition

Salah satu bentuk disinhibisi *online*. Individu melakukan kebaikan dan menunjukkan kemurahan hati yang tidak biasa, terkadang melebihi cara mereka untuk membantu orang lain.

Big data

Kumpulan data yang terlalu besar atau kompleks untuk ditangani oleh perangkat lunak aplikasi pemrosesan data tradisional seperti Microsoft excel dan sebangsanya. *Big data* saat ini cenderung merujuk pada penggunaan analisis prediktif, analisis perilaku pengguna, atau metode analisis data lanjutan tertentu lainnya.

Bounded system

Suatu model yang menekankan pada eksplorasi dari suatu sistem yang saling terkait satu sama lain.

Bumble

Sebuah aplikasi kencan *online* yang berbasis lokasi dan memfasilitasi komunikasi antarpengguna. Aplikasi ini mendorong wanita untuk terlebih dahulu menginisiasi percakapan.

C

Celebrity culture

Paparan kehidupan pribadi selebritas dalam skala besar dengan intensitas tinggi.

Celebrity Involvement

Tingkat keterlibatan yang dimiliki individu dengan selebritas idola.

Celebrity worship

Perasaan kekaguman dan keterikatan terhadap selebritas yang cenderung obsesif.

Computer-Mediated Communication (CMC)

Interaksi yang diperantarai oleh perangkat berbasis komputer atau teknologi.

Computerized Text Analysis (CTA)

Proses menggunakan sistem komputer untuk membaca dan memahami teks yang ditulis manusia untuk mendapatkan temuan/*insight* tertentu. General Inquirer merupakan program CTA pertama yang melakukan analisis untuk mendapatkan temuan psikologis. Program tersebut dapat membedakan gangguan jiwa, menilai dimensi kepribadian, dan mengevaluasi pidato. Sedangkan dalam riset ini, CTA digunakan untuk mendapatkan *insight* mengenai perubahan kondisi psikologis orang-orang selama jangka waktu tertentu.

Communication

Keterampilan komunikasi efektif dalam bekerja secara kolaboratif dalam kelompok menggunakan teknologi informasi.

Compound

Sesuatu yang terdiri dari dua atau lebih elemen yang terpisah, sebuah campuran.

Computer Literacy

Pemahaman tentang cara menggunakan komputer dan perangkat lunak untuk tujuan praktis.

Coping emotion-focused

Cara mengatasi tekanan psikologis dengan berfokus pada emosi yang dirasakan, dibandingkan dengan permasalahannya (*problem-focused coping*).

Consistent-self

Istilah yang dikemukakan Fullwood (2016) merujuk pada impresi individu dalam menampilkan diri di dunia maya sesuai dengan keadaan dirinya di dunia nyata.

Cross case analysis

Prosedur untuk melakukan analisis data lintas kasus yang dilakukan untuk membandingkan data berupa keterangan wawancara antarpartisipan di dalam suatu penelitian kualitatif.

Cyberactivism

Penggunaan teknologi komunikasi elektronik untuk berbagai bentuk aktivisme dan kampanye secara cepat dan luas.

Cyberbully

Perundungan yang dilakukan melalui komunikasi dunia siber.

Cyber-aggression

Sifat atau tindakan agresif yang dilakukan melalui komunikasi dunia siber.

Cyberhate

Tindakan kebencian atau kampanye kebencian yang lebih besar dan lebih bertahan lama; dan hal ini ditargetkan pada seluruh kelompok yang ditentukan oleh kriteria seperti ras, etnis, jenis kelamin, agama, dan sebagainya-dan (kebanyakan) bukan pada korban tunggal atau peristiwa tunggal.

D

Daring

Dalam jaringan; terhubung dengan internet

Data cleaning

Proses perbaikan atau penghapusan data yang salah, rusak, duplikat, atau tidak relevan dalam studi.

Data preprocessing

Semua jenis pemrosesan yang dilakukan mentah untuk pemrosesan data lainnya.

Data scraping

Teknik otomatisasi yang memungkinkan seseorang untuk melakukan ekstraksi data dari sebuah situs web, *database*, atau aplikasi dan dapat menyimpannya ke dalam sebuah *file* dengan format tabulasi atau *spreadsheet*.

Daya diskriminasi

Kemampuan aitem dalam membedakan antara individu yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang diukur.

Delusif

Kondisi di mana individu yang mengalaminya tidak dapat membedakan hal yang nyata dan yang tidak, merupakan salah satu gejala khas dari gangguan mental.

Deskripsi diri

Informasi yang disampaikan pengguna aplikasi kencan daripada laman profil, baik berupa informasi tentang diri maupun foto profil.

Dictionary

Kumpulan kata-kata, batang kata, atau frase yang dikelompokkan menurut tujuan riset tertentu. Pada *software* LIWC, kamus digunakan untuk mengukur aspek-aspek linguistik dan konstruk psikologi.

Digital

Data atau sinyal yang dinyatakan dalam angka biner mengacu pada upaya alat teknologi melakukan penyimpanan, menghasilkan, dan juga memproses data.

Digital citizenship

Pengembangan keterampilan dan pengetahuan untuk menggunakan internet dan teknologi digital secara efektif.

Digital native

Penggambaran generasi manusia yang tumbuh di era teknologi informasi komunikasi, menganggapnya sebagai bagian integral dan perlu hadir dalam kehidupannya, mampu mengonsumsi informasi dan rangsangan digital dengan cepat dan mudah.

Dikriminalisasi

Proses memberi label individu sebagai kriminal.

Disinhibition online

Pengguna internet berkata dan melakukan sesuatu yang biasanya tidak akan mereka katakan dan lakukan secara langsung di dunia nyata.

Disosiatif

Kecenderungan memisahkan diri dari kelompok.

Displacement hypothesis

Berkurangnya durasi bersosialisasi tatap muka karena meningkatnya durasi penggunaan media sosial.

Doxing

Akronim dari *dropping dox*, tindakan peretasan informasi identitas atau data pribadi, sensitif, dan rahasia tentang individu atau organisasi ke ruang publik tanpa izin korban, biasanya melalui internet. Tujuannya untuk memermalukan, melecehkan, dan pemerasan terhadap korban.

Dunia maya

Media informasi dan komunikasi dalam internet, mencakup integrasi dari berbagai peralatan teknologi komunikasi dan jaringan komputer yang tersebar dan terhubung secara interaktif.

E

Emansipasi teknologi

Sikap terbuka dan setara terhadap adopsi teknologi informasi yang bebas dari nilai identitas.

Emerging adulthood

Masa transisi remaja menuju dewasa, biasanya pada rentang usia 18 hingga 25 tahun.

Emotional intelligence

Kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola emosi.

Emotional isolation

Kesepian yang terjadi jika tidak ada hubungan emosional yang intim atau koneksi yang intim dengan figur seperti orang tua, sahabat, atau keluarga.

Emotional valence

Level sejauhmana sebuah emosi itu positif atau negatif.

Empati

Kemampuan seseorang untuk membayangkan atau merasakan perasaan orang lain.

Equalization hypothesis

Persona yang ditampilkan di media sosial dengan realita itu berbeda, ditambah dengan fitur anonimitas yang membuat pengguna merasa memiliki posisi yang setara dengan individu lain sehingga dapat mengarah pada agresivitas dan solidaritas bagi orang lain.

Era disrupsi

Perubahan fundamental akibat perkembangan sistem teknologi digital terhadap peran dan pekerjaan manusia.

Etnometodologi digital

Pendekatan studi etnografi di dunia digital.

Evaluasi negatif

Penilaian terhadap kekurangan diri.

Evaluasi positif

Penilaian terhadap keunggulan diri.

F

Fandom

Istilah dalam bahasa inggris yang memiliki arti 'kepenggemaran'

Fear of Missing Out (FoMO)

Fenomena ketika seseorang merasa takut tertinggal dan cenderung selalu membuka media sosial untuk mengecek kegiatan orang lain.

Fleksibilitas kognitif

Kemampuan untuk memikirkan sesuatu dengan cara yang berbeda

Fluktuasi

Perubahan naik turunnya suatu data.

G

General mood

Keadaan yang menggambarkan secara keseluruhan refleksi suasana hati individu.

Globalisasi

Proses sebuah kebudayaan masuk ke ruang lingkup dunia. Proses sebuah kebudayaan masuk ke ruang lingkup dunia.

Global village

Fenomena keterhubungan manusia seluruh dunia sebagai hasil dari penyebaran kemajuan media teknologi.

Gold standard

Hal terbaik, paling dapat diandalkan, atau paling bergengsi dari jenisnya.

Google form

Fitur dari Google yang dapat dimanfaatkan untuk hal-hal administrasi dan survei secara daring.

Guru K-12

Guru yang mendidik anak antara usia TK dan kelas dua belas SMA.

H

Hallyu

Persebaran budaya populer asal Korea Selatan yang dimulai dengan musik dan drama TV secara global di berbagai negara di seluruh dunia.

Harga diri

Penilaian individu, secara negatif maupun positif, yang bersifat subjektif mengenai dirinya.

Hashtag

Kata atau frasa yang diawali dengan tanda *hash* (#), yang digunakan di situs web dan media sosial, untuk mengidentifikasi konten digital pada topik tertentu.

Hoax

Pernyataan tidak benar.

Hubungan parasosial

Hubungan emosional satu arah yang dirasakan oleh penggemar kepada idolanya.

Hybrid

Gabungan atau kombinasi dari dua hal.

I***Ideal-self***

Istilah yang dikemukakan Fullwood (2016) merujuk pada impresi individu dalam menampilkan diri di dunia maya sesuai terkait standar-standar ideal dirinya.

Impression management

Proses individu secara sengaja menampilkan dirinya sesuai dengan bagaimana individu tersebut ingin dinilai oleh orang lain atau lawan bicaranya.

Information Literacy

Keterampilan dalam mencari dan menemukan sumber, menganalisis, dan mensintesis materi, mengevaluasi kredibilitas sumber, menggunakan dan mengutip secara etis dan legal.

Interpersonal

Berkaitan dengan hubungan antarpribadi.

Intimasi

Kedalaman hubungan antarindividu.

Irritability

Proses emosional yang ditandai dengan kecenderungan untuk mengalami keadaan afek negatif, seperti kemarahan, merasa terganggu, dan frustrasi, yang sebagian dapat atau tidak dapat diungkapkan.

K

Keyword

Kata yang digunakan dalam sistem pencarian informasi.

Kesepian

Perasaan tidak menyenangkan yang dirasakan individu karena adanya kesenjangan antara hubungan interpersonal yang diharapkan dan diinginkan individu dengan kenyataan, baik secara kualitatif dan kuantitatif.

Kesepian emosional

Perasaan kurangnya keintiman atau kedekatan dengan orang lain.

Kesepian sosial

Kesimpulan individu yang menilai dirinya memiliki jaringan sosial yang lebih sedikit dari yang diinginkan atau diharapkan.

Komunikasikan

Penerima pesan dalam komunikasi.

Komunikator

Orang atau kelompok orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan; telepon seluler yang dilengkapi dengan berbagai fitur (seperti penyimpan dokumen, data, musik).

Komunikasi hipersonal

Interaksi virtual antarindividu berkembang lebih personal dibandingkan komunikasi tatap muka langsung.

Konsep diri

Pandangan, perasaan, dan penilaian individu terkait dirinya sendiri yang didapatkan dari hasil interaksi dengan lingkungan sekitarnya.

KPK

Komisi Pemberantasan Korupsi, lembaga pemberantasan korupsi di Indonesia.

K-pop

Jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan.

L

Language Inquiry Word Count (LIWC)

Program yang digunakan untuk menganalisis kata dalam kumpulan data.

Lex Certa

Asas legalitas hukum pidana yang menyatakan bahwa hukum pidana harus jelas.

Lex Scripta

Asas legalitas hukum pidana yang menyatakan bahwa hukum pidana harus dimaknai tegas tanpa ada analogi.

Lip-synching

Sikap individu seolah benar-benar bernyanyi dengan menggerakkan bibirnya diiringi dengan lagu yang diputar melalui kaset atau media yang lain.

Loneliness

Perasaan kesepian, kurangnya hubungan bermakna dengan orang lain yang dihasilkan dari kesenjangan antara hubungan yang diinginkan dengan hubungan yang dimiliki saat ini.

Luring

Padanan dari kata *offline*, akronim dari frasa luar jaringan, terputus dari jejaring komputer, internet, dan sebagainya.

M

Machine learning

Cabang dari *artificial intelligence* (AI) dan sains komputer yang berfokus pada penggunaan data dan algoritma dalam meniru bagaimana manusia belajar.

Match

Fitur di aplikasi kencan daring yang mengartikan bahwa individu disukai oleh individu lainnya dan menandakan bahwa kedua individu dapat memulai percakapan melalui aplikasi kencan daring.

Mediasi

Proses menyelesaikan masalah dengan pengikutsertaan pihak ketiga sebagai penasihat.

Media literacy

Kompetensi komunikasi, termasuk kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan informasi dalam bentuk pesan cetak atau noncetak.

Media sosial

Laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial.

Misinformasi

Keadaan tidak tepatnya informasi.

Mobile

Sikap generasi muda dalam menerima perkembangan teknologi informasi tidak kaku.

Multiple case study

Jenis penelitian studi kasus yang menggunakan lebih dari satu kasus di dalam suatu penelitian sehingga memungkinkan adanya hasil penelitian yang berkaitan dengan perbandingan antarkasus yang diteliti.

Multiple-selves

Istilah yang dikemukakan Fullwood (2016) yang menggambarkan sejauhmana individu menampilkan sisi diri mereka yang dianggap menarik dan beragam secara daring guna mendapatkan penilaian sesuai yang diinginkan.

Muscular dystrophy

Gangguan yang diakibatkan oleh mutasi gen yang berhubungan dengan protein otot (*dystrophin*). Mereka yang mengalami gangguan DMD membutuhkan bantuan alat bantu untuk bergerak..

N

Natural Language Processing (NLP)

Cabang ilmu komputer — lebih khususnya cabang kecerdasan buatan atau AI. NLP menggabungkan komputasi linguistik—

pemodelan bahasa manusia dengan aturan tertentu—dengan model statistik, *machine learning*, dan *deep learning*. NLP memungkinkan komputer untuk memproses bahasa manusia dalam bentuk teks untuk ‘memahami’ makna sepenuhnya orang tersebut, termasuk maksud dan sentimen.

Negosiasi

Penyelesaian permasalahan secara damai melalui perundingan antara pihak yang bermasalah.

Netizen

Warganet

Netiket

Berasal dari kata *network etiquette* atau *internet etiquette*, merujuk pada kumpulan aturan perilaku sosial yang berhubungan dengan berbagai bentuk komunikasi di internet, seperti sopan santun, sikap hormat, dan tata krama.

Net generation

Kelompok generasi muda yang terpapar secara terus-menerus teknologi berbasis komputer, menggambarkan diri lebih menonjol secara teknologi dibandingkan generasi yang lebih tua. Mereka belajar mengembangkan keterampilan baru dan menunjukkan pola perilaku baru sebagai upaya adaptasi di lingkungan digital.

Nickname

Nama panggilan.

Non-Probability

Teknik mengambil sampel secara tidak acak atau setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih.

Norma subjektif

Keyakinan mengenai apakah sebuah perilaku dapat diterima atau tidak diterima oleh kebanyakan individu.

O

Obsesif

pikiran yang terus-menerus secara patologis muncul dalam diri seseorang, bersifat mengganggu hingga kesadarannya kehilangan

kontrol dan secara signifikan dapat menyebabkan *distress*.

Online dating

Strategi untuk memulai hubungan romantis dengan menggunakan bantuan internet, melalui penggunaan aplikasi atau web berbasis lokasi dan informasi.

Online self-presentation

Istilah yang dikemukakan oleh Fullwood (2016) merujuk pada cara yang dilakukan individu untuk mendeskripsikan gambaran tentang citra dirinya sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan dalam dunia maya.

Online presentation preference

Pilihan atau preferensi individu terkait dirinya yang ingin ditampilkan secara daring.

Oportunistik

Mencari kepentingan pribadi atau diri sendiri dengan menggunakan tipu daya (tipu muslihat).

Oversharing

Berbagi informasi mengenai pengalaman pribadi kepada orang lain secara berlebihan.

Overall life satisfaction

Kepuasan individu dalam kehidupannya saat ini yang meliputi kesehatan fisik maupun emosi.

P

Pandemic fatigue

Keadaan di mana masyarakat lelah dengan keadaan bencana atau pandemi.

Parasocial attachment

Perasaan kagum, keterikatan, dan intimasi semu yang bersifat satu arah terhadap figur-figur dan karakter media.

Peer support

Sebuah proses saling berbagi pengalaman & pengetahuan, memberi bantuan emosional, sosial atau praktis satu sama lain.

Perbandingan sosial

Membandingkan diri sendiri dengan orang lain pada aspek yang sama

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)

Regulasi pemerintah Indonesia untuk menjaga jarak antarmanusia di era pandemi Covid-19.

Pemujaan selebritas

Kecenderungan untuk dekat dengan idola yang mengarah pada tindakan disfungsional.

Pengungkapan diri

Proses penyampaian informasi mengenai diri seorang individu kepada orang lain, baik secara verbal atau nonverbal dan bersifat sukarela, sehingga informasi mengenai dirinya diketahui oleh orang lain.

Perundungan

Rundung >> merundung >> mengganggu; mengusik terus-menerus; menyusahkan; menyakiti orang lain, baik secara fisik maupun psikis, dalam bentuk kekerasan verbal, sosial, atau fisik berulang kali dan dari waktu ke waktu, seperti memanggil nama seseorang dengan julukan yang tidak disukai, memukul, mendorong, menyebarkan rumor, mengancam, atau merongrong.

Plagiarisme

Tindakan pencurian, pemalsuan, pembajakan, dan penipuan terhadap ide orang lain tanpa atribusi atau izin dan menampilkannya sebagai sesuatu yang baru, asli, dan diklaim bersumber dari ide pelaku.

Platform

Panggung; pentas; mimbar; tempat yang digunakan untuk menjalankan perangkat lunak sistem.

Posesif

Kecenderungan seseorang untuk mengontrol dan mendominasi orang lain.

Positive reframing

Cara memproses informasi negatif dengan lebih positif, seperti melihat nilai baik dari sebuah kejadian yang tidak menyenangkan.

Presentasi diri

Perilaku yang dimaksudkan untuk menunjukkan citra dan informasi tertentu kepada orang lain mengenai diri individu.

Preventif

Cara menekan kemungkinan suatu kejadian dengan mencegah potensi kejadian itu terjadi.

Pseudonym

Nama samaran yang digunakan dalam penelitian untuk menjaga kerahasiaan data partisipan penelitian.

Psikolinguistik

Studi tentang keterkaitan antara faktor-faktor linguistik dan aspek psikologis. Studi ini mempelajari bagaimana seseorang menggunakan aspek linguistik (penggunaan kata kerja, preposisi, tendensi menggunakan kata tertentu) untuk mengetahui kondisi psikologis seseorang.

Psychological need satisfaction

Perbedaan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan antarindividu.

Purposive sampling

Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang berupa kriteria partisipan penelitian.

R

Rasisme

Penindasan sistematis dari individu atau kelompok ras untuk keuntungan sosial, ekonomi, dan politik dari ras lain, mencerminkan dan menumbuhkan keyakinan bahwa ras adalah penentu mendasar dari sifat dan kapasitas manusia dan bahwa perbedaan ras menghasilkan keunggulan inheren dari ras tertentu.

Regresi linear berganda

Teknik menguji peranan dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

Reliabilitas

Kemampuan sebuah alat tes dalam memberikan hasil yang konsisten meskipun dilakukan pengukuran berulang-ulang.

Ruang siber

Konsep yang menggambarkan teknologi digital yang saling berhubungan secara global, dirancang untuk membantu terjadinya komunikasi *online* dengan mudah.

S

Sarkasme

(Penggunaan) kata-kata pedas untuk menyakiti hati orang lain; cemoohan atau ejekan kasar.

Scraping data

Teknik pengambilan oleh komputer dengan cara mengekstrak data dari program lain.

Self-efficacy

Sebuah keyakinan seseorang mengenai kemampuannya dalam menghadapi sebuah tugas atau situasi.

Self-acceptance

Individu mengenali dirinya dengan memahami kelebihan dan kekurangannya serta menerimanya.

Self-awareness

Kemampuan individu untuk merasakan dan memahami hal-hal mengenai dirinya sebagai individu, termasuk kepribadian, tindakan, nilai-nilai, keyakinan, emosi, dan pikiran.

Self-consciousness

Sifat kepribadian yang berkaitan dengan kecenderungan untuk merenungkan atau berpikir tentang diri sendiri.

Self-esteem

Perasaan subjektif individu mengenai evaluasi akan dirinya.

Self-monitoring

Sifat kepribadian yang mencerminkan kemampuan untuk memodifikasi perilaku individu sebagai bentuk respons terhadap

tekanan situasional, peluang-peluang, dan norma.

Sentimen

Pendapat atau pandangan yang didasarkan pada perasaan.

Sentiment analysis

Analisis sentimen (atau penggalian opini) adalah teknik pemrosesan bahasa alami (NLP) yang digunakan untuk menentukan apakah data memiliki emosi positif, negatif, atau netral. Dalam riset akademik, analisis sentimen sering dilakukan pada data tekstual untuk membantu pengguna melihat tendensi masyarakat terhadap suatu fenomena.

Sasaeng fans

Penggemar fanatik yang terlibat dalam perilaku yang melanggar privasi selebritas.

Sexting

Tindakan mengirim pesan, foto, atau video yang eksplisit secara seksual melalui perangkat digital.

Simultan

Terjadi pada waktu bersamaan; serentak.

Skala Likert

Pengukuran dengan menunjukkan tingkat persetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan (rentang negatif hingga positif).

Stigma

Suatu anggapan atau ciri negatif yang diberikan kepada seseorang oleh orang lain.

Stop words

Sejumlah kata yang sangat umum yang tidak dimasukkan dalam pemrosesan data.

Social distancing

Pembatasan jarak antarmanusia.

Social intelligence

Kemampuan seseorang dalam memahami orang lain serta tahu apa yang harus dilakukan dalam situasi berbeda.

Social isolation

Kesepian yang terjadi akibat adanya isolasi sosial yang mengakibatkan tidak adanya hubungan sosial yang erat dan cenderung kurang dalam menjalin interaksi serta komunikasi dengan individu dan kelompok lain.

Social Identification/Deindividuation (SIDE) Model

Merupakan salah satu teori yang berkembang di psikologi sosial atau studi-studi komunikasi. SIDE menjelaskan bahwa ada efek anonimitas dan deindividuasi dalam perilaku kelompok. Ada efek sosial dari CMC. Anonimitas mengubah kemenonjolan identitas personal ke identitas sosial dan berakibat pada efek yang kuat dalam perilaku kelompok.

Social loneliness

Bentuk kesepian di mana individu tidak memiliki keterlibatan sosial dan tidak berpartisipasi dalam kelompok, sehingga individu merasa diasingkan.

Social media engagement

Keadaan individu yang terlibat dalam media *online*.

Statistical power

Kekuatan statistik adalah seberapa besar menemukan kemungkinan signifikansi dalam sebuah penelitian jika digeneralisasikan ke dalam populasi.

Studi kasus

Jenis penelitian kualitatif yang menyelidiki suatu fenomena atau konteks secara mendalam dan terperinci.

Subjective well being

Penilaian subjektif seseorang terhadap kehidupannya secara menyeluruh.

Swipe right

Fitur di dalam aplikasi kencan daring yang menunjukkan bahwa pengguna tertarik pada orang yang terlihat pada layar aplikasi dan berniat memulai percakapan lebih lanjut.

Swipe left

Fitur di dalam aplikasi kencan daring yang menunjukkan bahwa pengguna tidak tertarik pada orang yang terlihat pada layar aplikasi dan tidak berniat memulai percakapan lebih lanjut dengan orang tersebut.

T

Talent

Individu yang memiliki potensi.

Technology literacy

Keterampilan menggunakan komputer dan teknologi lainnya untuk meningkatkan pembelajaran, produktivitas, dan kinerja.

Teknologi digital

Sistem dan perangkat yang menyandikan, memproses, mengirim, dan menyimpan data dalam bentuk biner untuk merepresentasikan data.

Teknologi Informasi

Sistem yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi untuk memproses, menyimpan, mengirim, dan menyebarkan informasi.

Testosteron

Hormon laki-laki yang dihasilkan oleh testis yang menyebabkan timbulnya ciri seks sekunder laki-laki.

Text mining

Proses mengubah teks yang tidak terstruktur menjadi format terstruktur untuk mengidentifikasi pola yang bermakna.

Thematic analysis

Salah satu cara untuk mengolah data penelitian kualitatif dengan tujuan untuk mengidentifikasi pola atau menemukan tema dari data penelitian.

Tinder

Aplikasi kencan yang menggunakan teknologi berbasis lokasi sehingga dapat menggunakan pengguna lain yang memiliki kedekatan wilayah.

Tokenisasi

Proses pemisahan teks ke dalam unit-unit kecil

Tuna daksa

Individu yang memiliki gangguan gerak yang disebabkan oleh kelainan neuromuskular dan struktur tulang bawaan, sakit atau akibat kecelakaan yang mengakibatkan kehilangan organ tubuh.

Tweet

Istilah untuk sesuatu yang ditulis/dikatakan dalam Twitter.

Twitter

Media sosial yang digunakan untuk membagikan tulisan (cuitan; *tweet*).

U***Ultimum Remedium***

Upaya terakhir yang ditempuh ketika upaya lain tidak mampu jalan keluar.

Unmatch

Fitur dalam aplikasi kencan daring yang memungkinkan pengguna untuk memutuskan koneksi dengan seseorang yang sudah berinteraksi dengannya.

Username

Karakter untuk mengidentifikasi seseorang dalam sosial media.

UU ITE

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

V***Verbal Indirect Aggression***

Sifat atau tindakan agresi yang meliputi menyebarkan rumor, gosip, maupun fitnah, dan menceritakan hal-hal yang menyudutkan seseorang sehingga memiliki dampak menyakitkan fisik maupun psikis seseorang.

Visual Literacy

Kemampuan menafsirkan dan memahami informasi simbol dalam bentuk gambar atau grafis; dan sebaliknya.

W

Web 2.0

Generasi kedua dari perkembangan internet, dikenal sebagai web partisipatif, mengacu pada konten buatan pengguna, interaktivitas pengguna, kolaborasi, kemudahan penggunaan, koneksi jaringan yang ditingkatkan, dan pergeseran dari pendekatan statis ke dinamis ke internet.

Within case analysis

Prosedur dalam menganalisis data yang dilakukan dengan tujuan untuk menemukan tema-tema serta keunikan yang muncul dalam kasus masing-masing partisipan.

Words stems

Bagian kata yang tidak berubah ketika diambil *affix* dan *prefix*-nya. Bagian ini adalah inti makna kata. Misalnya batang kata dari bahasa Inggris menunggu adalah 'wait', yang semula bisa saja berasal dari kata 'waits', 'waited', dan 'waiting'.

BIOGRAFI PENULIS

Alya Naura Hanifah

Alya Naura Hanifah, mahasiswa tingkat akhir S1 Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada yang berpengalaman dalam kegiatan penelitian di berbagai bidang sejak 2015. Penelitiannya tersebar di bidang sosial, ekonomi, teknologi, dan kesehatan, serta telah maju di berbagai kompetisi tingkat nasional. Saat ini ia antusias mendalami bidang ilmu psikologi terapan dengan mengikuti kegiatan *internship* dan *course*. Email: alya.n.h@mail.ugm.ac.id

Anggita Wulan Destyana

Anggita Wulan Destyana merupakan lulusan Psikologi Universitas Gadjah Mada angkatan 2018. Saya memiliki ketertarikan dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi serta Psikologi Sosial. Oleh karena itu, penelitian akhir saya bertemakan penggunaan media sosial yang dikaitkan dengan perilaku *fear of missing out*, *keseharian*, dan *self-esteem*. Saya memiliki pengalaman di bidang akademik dan non-akademik. Pengalaman akademis seperti les TOEFL, asisten dosen, dan tutor les privat. Pengalaman non-akademik seperti asisten psikolog, pengurus harian komunitas *training*, koordinator suatu komunitas olahraga, dan lain-lain. Email: anggita.w@mail.ugm.ac.id

Avin Fadilla Helmi

Lahir di Ngawi 22 Desember 1964 dan merupakan dosen di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Sekarang ini sedang menjalani penugasan sebagai Kepala Unit Pengembangan Kualitas Manusia di Fakultas Psikologi UGM. Pendidikan mulai jenjang S1, S2, dan S3 diselesaikan di Fakultas Psikologi UGM, bidang Psikologi Sosial. Minat riset di bidang *cyberpsychology*. Email: avinpsi@ugm.ac.id

Dina Arifka

Dina Arifka merupakan lulusan S1 Fakultas Psikologi UGM tahun 2022. Memiliki pengalaman dalam melakukan penelitian yang memadukan ilmu psikologi dengan *Natural Language Processing* (NLP). Peraih medali perunggu Riset Sosial Humaniora Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional (PIMNAS) ke-34 tahun 2021. Email: 1dinaarifka@mail.ugm.ac.id.

Fadhil Maliky Islah

Fadhil Maliky Islah merupakan lulusan S2 Magister Psikologi peminatan relasi sosial dan kelompok Universitas Gadjah Mada tahun 2022, pernah menjadi staf divisi pendidikan eksternal di lembaga penelitian Center for Indigenous and Cultural Psychology (CICP), dan saat ini masih aktif menjadi asisten peneliti di lembaga tersebut. Email: fadhil.m.i@mail.ugm.ac.id

Fairuz Lusana

Fairuz Lusana, lahir di Semarang tahun 1999. Menempuh pendidikan sarjana di Fakultas Psikologi UGM pada tahun 2018. Memiliki minat pada *cultural psychology* dan isu-isu relasi interpersonal. Fairuz Lusana dapat dihubungi melalui email lusanafairuz@gmail.com

Gita Dewantry Suryani

Gita Dewantry Suryani, perempuan yang lahir di Palembang tahun 2000. Menempuh pendidikan sarjana di Fakultas Psikologi UGM pada tahun 2018. Memiliki ketertarikan pada psikologi perkembangan, sosial, dan isu-isu relasi sosial, serta isu-isu gender dan pemberdayaan perempuan. Gita dapat dihubungi melalui Gitaadis2000@gmail.com

Haidar Buldan Thontowi

Haidar Buldan Thontowi merupakan dosen di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada dan sudah bekerja sebagai dosen dari

tahun 2011. Selain sebagai dosen, Haidar juga menjadi direktur dari *Center for Indigenous and Cultural Psychology* di Fakultas Psikologi UGM. Haidar menyelesaikan pendidikan sarjana diperoleh dari Universitas Gadjah Mada dan gelar *Masters of General Psychology* diperoleh dari New York University. Gelar S3 diperoleh pada tahun 2020 dari University of St Andrews di bawah bimbingan Dr. Nicole Tausch. Haidar memiliki minat riset, khususnya pada prasangka dan relasi antarkelompok. Namun, akhir-akhir ini Haidar juga meneliti perilaku-perilaku di media sosial, khususnya dengan data Twitter. Beberapa penelitian Twitter yang dilakukan termasuk analisis terhadap *hashtag* Indonesia Terserah dan juga analisis terhadap *tweets* berkaitan dengan G30SPKI. Email: haidar.buldan@ugm.ac.id.

Haryanto

Haryanto, Drs., M.Si., Psikolog, yang lebih dikenal dengan Pak Sentot atau sering pula dipanggil Aa' Sent adalah salah satu dosen di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Asli dari daerah Rejosari, Wonoboyo (Tretap), Temanggung, hanya SD di desanya. Selanjutnya melanjutkan pendidikan di Yogya, mulai SMP Negeri V, SMA Muh. II Yogyakarta, alumni S1 Fakultas Psikologi UGM dan Program Pascasarjana (S2) UGM. Memiliki minat pada bidang psikologi perkembangan dan kajian-kajian psikologi religius. Selain sebagai dosen, pernah sebagai Pembina Inabah-13 Pondok Pesantren Suryalaya Korwil DIY, Wakil Dekan III Fakultas Psikologi UGM, Direktur Kemahasiswa UGM, Lurah Paguyuban/Lurah Senior Wakil Rektor Kemahasiswaan se-Indonesia. Aktif sebagai Dosen Pembina Kemahasiswaan di Fakultas dan Universitas (PKM/PIMNAS, PILMARES, dan Robotika), Pengurus Yayasan UGM, Takmir Masjid Kampus UGM, Yuri Pemilihan Mahasiswa Berprestasi Nasional, Pengurus HIMPSI Wilayah DIY, Pengurus KONI DIY. Selain itu, sebagai fasilitator Out Bound Management Training atau pelatihan psikologi lainnya yang kiprahnya hampir di seluruh wilayah Indonesia. Aktif pula mengisi seminar atau pengajian, manasik haji/umrah di beberapa KBIH atau kelompok pengajian/masjid. Buku

yang pernah ditulis *Psikologi Sholat* (2003) dan *Air Mata Rasulullah* (2007). Alamat email: sentot@ugm.ac.id.

Lu'luatul Chizannah

Lahir di Pati, 23 September 1987. Menempuh pendidikan jenjang sarjana dan master di Fakultas Psikologi UGM. Lulu -demikian biasa disapa-, memiliki minat pada kajian relasi sosial, psikologi agama, serta spiritualitas. Fenomena relasi sosial berbasis teknologi digital, yang terutama diwakili oleh dinamika di media sosial, juga menjadi salah satu kajian yang menarik perhatiannya. Saat ini selain bertugas sebagai staf pengajar, Lulu dipercaya sebagai Kepala Unit *Career Center* Fakultas Psikologi UGM, *Managing Editor* di *Jurnal Pengabdian Masyarakat UGM*, dan Koordinator Dapur Publikasi UP4 Fakultas Psikologi UGM. Lulu telah menghasilkan 7 buah buku baik sebagai editor maupun penulis bab dalam buku, 6 jurnal dan 1 HKI selama perjalanan kariernya saat ini. Lulu juga memiliki pengalaman sebagai narasumber, moderator, *presenter paper*, serta pelatih dalam berbagai kesempatan berlatar ilmiah. Untuk diskusi atau undangan kerja sama, Lulu dapat dihubungi melalui email luluatul_ch@mail.ugm.ac.id.

Munadira

Munadira lahir di Banda Aceh, 11 Juni 1996 dan menyelesaikan pendidikan sarjana di Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Ia melanjutkan pendidikan pascasarjana di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada dengan peminatan psikologi perkembangan. Ketertarikannya pada psikologi perkembangan berawal dari pengalamannya sebagai pengajar di sekolah inklusif. Minat penelitiannya mengarah pada isu disabilitas, pendidikan inklusif, *cyberpsychology*, dan pendidikan anak usia dini baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif. Email: munadira@mail.ugm.ac.id.

Riza Akhdisholikhah

Riza Akhdisholikhah merupakan mahasiswa Magister Psikologi UGM angkatan 2019 Genap dengan peminatan *Mind, Brain, and Performance*. Saat ini, Riza tergabung dalam lembaga penelitian *Center for Indigenous and Cultural Psychology (CICP)* sebagai asisten peneliti dan sedang melakukan penelitian dengan menggunakan data Twitter bersama anggota peneliti lainnya. Email: riza.akhdisholikhah@mail.ugm.ac.id

Ratri Arista

Ratri adalah lulusan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada (UGM). Ia pernah menjadi asisten peneliti di pusat penelitian "*Center for Indigenous & Cultural Psychology*". Dia mengembangkan kemampuan kualitatif dan kuantitatifnya sebagai asisten peneliti di sejumlah proyek, seperti identifikasi identitas sosial di antara pengemudi taksi *online* dan eksplorasi metodologi mutakhir seperti memanfaatkan Twitter sebagai sumber data penelitian pada tahun 2020 dan masih banyak lagi proyek yang dilakukan Ratri. Dengan bantuan dosen dan rekan mahasiswa pascasarjana, dia telah menerbitkan artikel jurnal nasional mengenai kebersamaan di kalangan pengemudi taksi *online*. Dia juga mengejar pengalaman penelitian di perusahaan *startup* sebagai *UX Intern Research* di samping pengalaman akademisnya. Saat ini Ratri sedang menjajaki karier di industri *consumer research*. Email: ratriarista@mail.ugm.ac.id.

Sharita Satyaputri

Sharita Satyaputri lahir di Yogyakarta, 1 Maret 2000 dan menyelesaikan pendidikan sarjana di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Sharita memiliki minat dalam bidang psikologi perkembangan, psikologi sosial, psikologi industri/organisasi, dan psikologi internet. Selama kuliah Sharita mengikuti salah satu unit kegiatan mahasiswa (UKM) AIESEC UGM. Organisasi tersebut membantu Sharita mengimplementasikan ilmu yang didapat selama kuliah.

Melalui organisasi tersebut Sharita memiliki kesempatan untuk mengajar di beberapa sekolah dasar di Yogyakarta, berkomunikasi dan memahami perilaku dengan budaya yang berbeda, baik budaya dari dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu, Sharita belajar bagaimana sebuah organisasi berjalan dan bagaimana mengelola sumber daya manusia dalam sebuah organisasi. Salah satu pencapaian yang Sharita dapatkan selama kuliah yakni meraih gelar juara 2 dalam lomba pidato bahasa Inggris yang diselenggarakan secara daring oleh Departemen Pendidikan Bahasa Inggris UNIKA Atma Jaya Jakarta pada tahun 2020. Pidato tersebut berjudul "*Anxiety and All about Them*". Email: sharita.s@mail.ugm.ac.id.

Tasya Nadhifa Gunawan

Tasya Nadhifa Gunawan, perempuan kelahiran 2001 yang saat ini tinggal di Sleman, Yogyakarta. Menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMA N 8 Yogyakarta pada tahun 2018. Sejak remaja memiliki ketertarikan untuk belajar psikologi hingga akhirnya dapat lulus dari Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada di tahun 2022 dengan skripsi berjudul "*Peran Fear Of Missing Out (FoMO) dan Social Intelligence terhadap Kepuasan Hidup pada Mahasiswa*". Ketika menjadi mahasiswa, sempat aktif di beberapa organisasi dan acara fakultas sehingga dapat bersosialisasi serta mengamati beberapa permasalahan di sekitar. Ketertarikan untuk mengamati sekitar akhirnya memunculkan ide topik dari tulisan ini. Awal mula pemilihan topik ini bertujuan agar semua orang, terutama mahasiswa dapat lebih sadar terhadap fenomena FoMO dan pentingnya kemampuan sosial di tengah-tengah zaman yang serba menggunakan internet. Email: Tasyanadhifa01@gmail.com.

Tina Afiatin

Lahir di Yogyakarta, 11 Februari 1964 dan berprofesi sebagai dosen di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada (UGM) dan pernah menjabat sebagai Ketua Senat Fakultas Psikologi UGM (2016 - 2021). Menempuh gelar pendidikan sarjana hingga doktor di Fakultas

Psikologi UGM. Bu Tina, begitu beliau biasa disapa, berhasil meraih gelar akademis tertinggi yaitu Guru Besar di tahun 2012. Selain beraktivitas di kampus, beliau juga aktif di Pramuka dan dipercaya sebagai Pembina Pramuka Gudep 03-074 UGM sejak tahun 2011 hingga saat ini. Beliau juga menjabat sebagai ketua Majelis HIMPESI DI Yogyakarta sejak tahun 2021 hingga 2025 mendatang dan sebagai anggota Badan Pertimbangan Pendidikan, Pusat Pendidikan & Pelatihan Kepramukaan Kwartir Nasional Gerakan Pramuka masa bakti 2018-2023.

Minatnya pada kajian psikologi keluarga dan relasi perkawinan dibuktikan dengan 22 publikasi jurnal dengan tema terkait selama lima tahun terakhir dan 7 HKI pada isu tersebut. Beliau juga seorang penulis buku yang produktif. Tercatat sudah ada 10 buku/bab buku yang sudah dihasilkan, sehingga buku ini adalah produk ke-11 beliau. Beliau juga sangat berpengalaman sebagai narasumber, pelatih, pemakalah/presenter *paper* pada berbagai *event* ilmiah. Apabila tertarik berdiskusi atau mengundang beliau, Bu Tina dapat dihubungi melalui email afiatin04@ugm.ac.id.

Wahyu Jati Anggoro, S.Psi, M.A.

Wahyu Jati Anggoro S.Psi., M.A., salah satu staf pengajar di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Menempuh pendidikan jenjang S1 dan S2 di Fakultas Psikologi UGM. Memiliki minat penelitian pada bidang psikometri, psikologi industri/organisasi, dan *indigenous psychology*. Selain sebagai dosen, juga aktif sebagai konsultan pengembang alat ukur psikologi dan SDM organisasi. Beberapa alat ukur yang telah disusun antara lain: *Situational Judgment Test* UGM, Tes Abilitas Umum UGM, Tes Minat UGM, Skala Kepemimpinan Asta Brata, dan Skala Kebahagiaan berbasis pendekatan *indigenous psychology*. Email: wjAnggoro@ugm.ac.id.

Yasmin Nur Afifah

Yasmin Nur Afifah, kerap disapa Yasmin, adalah mahasiswa sarjana Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada angkatan 2019. Yasmin

mengikuti berbagai aktivitas penelitian dan kompetisi di masa perkuliahan. Kedua kegiatan penelitiannya di unit penelitian CICIP dan kegiatan PIMNAS 2021 menggunakan data Twitter. Saat ini, Yasmin sedang berfokus dalam pengembangan produk digital dengan menggunakan pendekatan ilmu behavioristik. Email: yasmin21afifah@mail.ugm.ac.id.

Yunita Ekarini

Yunita Ekarini, mahasiswi sarjana Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada. Ia mengambil hukum pidana sebagai fokus penjurusan di bidang hukum. Pengalamannya dalam bidang penelitian dimulai sejak tahun 2019. Penelitiannya di bidang hukum terutama berfokus pada sistem peradilan pidana di Indonesia. Hal ini tidak lepas dari pengalaman magangnya sebagai *legal researcher* di institusi penegak hukum. Selain aktif dalam bidang penelitian, Yunita juga aktif dalam berbagai kompetisi nasional dan kegiatan-kegiatan bersifat sosial. Email: yunitaekarini@mail.ugm.ac.id

BIOGRAFI EDITOR

Avin Fadilla Helmi

Lahir di Ngawi 22 Desember 1964 dan merupakan dosen di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Sekarang ini sedang menjalani penugasan sebagai Kepala Unit Pengembangan Kualitas Manusia di Fakultas Psikologi UGM. Pendidikan mulai jenjang S1, S2, dan S3 diselesaikan di Fakultas Psikologi UGM, Bidang Psikologi Sosial. Minat riset di bidang cyberpsychology. Email: avinpsi@ugm.ac.id.

Kurniawan Kunto Yuliarso

Kurniawan Kunto Yuliarso adalah dosen di Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada. Pendidikan S1 dan S2 ditempuh di Departemen Ilmu Komunikasi UGM. Minat riset di bidang media dan masyarakat digital. Email: kurniky@ugm.ac.id.