

**KAJIAN DISINHIBISI *ONLINE* DI MEDIA SOSIAL
(STUDI KASUS KREATOR KONTEN KRITIK SOSIAL DI MEDIA
SOSIAL TIKTOK)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memeroleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos)



Oleh:

MUHAMMAD REZA KHADAFI

1906026087

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 (Lima) Eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana semestinya, maka kami menyatakan bahwa Skripsi saudara/i:

Nama : Muhammad Reza Khadafi

NIM : 1906026087

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Kajian Disinhibisi Online Di Media Sosial (Studi Kasus Kreator Konten Kritik Sosial Di Media Sosial Tiktok)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 16 Juni 2023

Pembimbing,



Akhriyadi Sofiyani, M.A.

NIP.19790222016011901

PENGESAHAN SKRIPSI

KAJIAN DISINHIBISI *ONLINE* DI MEDIA SOSIAL
(Studi Kasus Kreator Konten Kritik Sosial Di Media Sosial Tiktok)

Disusun Oleh:

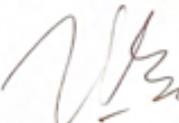
Muhammad Reza Khadafi

1906026087

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi
Pada tanggal 27 Juni 2023 dan dinyatakan lulus.

Susunan Dewan Penguji


Ketua
Akhriyadi Sofian, M.A.
NIP. 197910222016011901

Sekretaris

Kaisar Atmaja, M.A.
NIP. 198207132016011901

Penguji I

Siti Azizah, M.Si.
NIP. 199206232019032016

Penguji II
-
NIP. -

Pembimbing I

Akhriyadi Sofian, M.A.
NIP. 197910222016011901

Pembimbing II
-
NIP. -

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 16 Juni 2023

Penulis



METERAI
TEMPIL
PE683AJX435024988

Muhammad Reza Khadafi
NIM. 1906026087

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kajian Disinhibisi *Online* Di Media Sosial (Studi Kasus Kreator Konten Kritik Sosial Di Media Sosial Tiktok)”. Shalawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Semoga kita pengikutnya tergolong umat yang mendapatkan syafaatnya kelak.

Pada penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat banyak hal yang mesti diperbaiki karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Namun, atas izin Allah SWT, dukungan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
3. Dr. H. Mochamad Parmudi, M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Akhriyadi Sofian, M.A., selaku dosen wali sekaligus Dosen Pembimbing yang telah banyak membimbing, memberikan saran, dukungan, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah mendidik dan memberikan ilmu dan pengalaman serta membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Kartu Jakarta Mahasiswa Unggul yang telah memberikan bantuan dana perkuliahan sejak penulis masuk perkuliahan.
7. Kreator Konten Rian Fahardhi, Kevin Nguyen, serta Willy Cilsboy yang telah bersedia memberikan izin, data, dan informasi terkait penelitian penulis.

8. Bapak H. Mohammad Amin dan Ibu Ernawati selaku kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan, dan menjadi semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Deby Zahara selaku kakak penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Diah Noval Lestari, S.IP. Yang telah menemani ketika penulis sedang kebingungan, membantu ketika penulis merasa kesulitan, serta memberikan dukungan ketika penulis sedang berada di titik terendah selama penulis menyusun skripsi ini.
11. Teman-teman dan PJ kelas Sosiologi C 2019 (Ciwalakaci), HMJ Sosiologi 2020, HMJ Sosiologi 2021, DEMA FISIP 2022, DEMA UIN WALISONGO 2023, HMJB, dan KKN Mandiri Misi Khusus Kelompok 36 yang telah menemani perjalanan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
12. Sahabat dan orang-orang yang penulis sayangi, Hanif, Rizal, Assya, Adit, Dwikur, Alif, Faris, Amel, Mita, Dhila, Jaisy, Anggita, Ringga, Yanun, Aceng, dan Mas Jibril, serta teman-teman seperjuangan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga laporan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan pihak-pihak yang bersangkutan. Penulis berharap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan ke depannya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 16 Juni 2023

Penulis

Muhammad Reza Khadafi

NIM. 1906026087

PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta, Bapak Mohamad Amin dan Ibu Ernawati, Serta kakak tersayang Deby Zahara yang selalu mencurahkan dan memberikan kasih sayang, dukungan, semangat, dan doa yang tiada henti sepanjang perjalanan perkuliahan penulis.

Almamater kebanggaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah orang yang bermanfaat bagi manusia.”

(HR. Thabrani dan Daruquthni).

ABSTRAK

Disinhibition Online merupakan sebuah fenomena di mana individu ketika di dunia maya melakukan atau mengatakan hal-hal yang tidak akan mereka katakan atau lakukan dalam situasi “kehidupan nyata” karena mereka merasa kurang terkendali dan mampu mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas. *Disinhibisi online* juga merupakan konsep penting untuk dipahami karena merupakan salah satu faktor kunci yang terkait dengan agresi siber, perundungan siber, ujaran kebencian, dan berbagai bentuk perilaku menyimpang di lingkungan *online*. Berdasarkan latar belakang tersebut, saya ingin meneliti mengenai bagaimana kreator konten dalam menanggapi isu-isu sosial yang ada di masyarakat dan menyampaikannya di media sosial, serta bagaimana pengaruh efek *disinhibisi online* yang ada mempengaruhi para Kreator Konten kritik sosial di media sosial dengan lokus media sosial TikTok. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pola *disinhibisi online* pada kreator konten ketika melakukan kritik di media sosial, serta mengetahui Bagaimana *disinhibisi online* mempengaruhi kreator konten di media sosial TikTok.

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menjadikan media sosial TikTok sebagai lapangan penelitian dengan metode penelitian kualitatif. penelitian kualitatif ini akan menggunakan pendekatan studi kasus. Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini bersumber langsung dari informan penelitian, yaitu Kreator Konten kritik sosial di media sosial TikTok. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari buku, artikel jurnal, serta dokumen-dokumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah informan yaitu tiga orang. Analisis dilakukan dengan mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Online disinhibition effect* milik Suler serta teori Dramaturgi milik Erving Goffman untuk menempatkan para pengguna media sosial dalam panggung depan, panggung belakang, dan *self-presenting*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa panggung depan, panggung belakang, dan presentasi diri para Kreator Konten kritik sosial dipengaruhi oleh efek *disinhibisi online* ketika melakukan kritik di media sosial tiktok. Dan dengan adanya efek *disinhibisi online*. Kemudian adanya efek *disinhibisi online* tersebut ternyata membantu para Kreator Konten untuk menjadi lebih berani serta percaya diri terhadap apa yang dilakukannya. Selain itu, para Kreator Konten merasa lebih aman dikarenakan adanya hal-hal yang ditimbulkan dari *disinhibisi online* tersebut. Serta Kreator Konten kritik sosial memberikan komentar ataupun kritikan lebih banyak ketika berada di media sosial dengan adanya efek *disinhibisi online* tersebut. Adanya hal tersebut menimbulkan dorongan terhadap Kreator Konten untuk melakukan hal positif ketika berada di media sosial, sehingga yang dirasakan oleh para Kreator Konten tersebut adalah efek *disinhibisi online* jinak.

Kata Kunci: Kritik Sosial, Kreator Konten, Efek *Disinhibisi Online*, Dramaturgi

ABSTRACT

Disinhibition Online is a phenomenon in which individuals while in cyberspace do or say things they would not say or do in "real life" situations because they feel less in control and are able to express themselves more freely. Online disinhibition is also an important concept to understand as it is one of the key factors related to cyber-aggression, cyber-bullying, hate speech and various forms of deviant behavior in the online environment. Based on this background, I want to research how content creators respond to social issues in society and convey them on social media, as well as how the influence of online disinhibition affects content creators of social criticism on social media with the social media locus of TikTok. . With the aim of knowing how online disinhibition patterns affect content creators when criticizing them on social media, and knowing how online disinhibition affects content creators on social media TikTok.

This type of research is field research by making TikTok social media a research field using qualitative research methods. This qualitative research will use a case study approach. The data sources to be used in this study are primary and secondary data. The primary data in this study comes directly from research informants, namely social critic content creators on social media TikTok. While the secondary data in this study comes from books, journal articles, and documents. Data collection techniques in this study used observation, interviews, and documentation. Determination of informants was carried out using a purposive sampling technique with a total of three informants. Analysis is done by reducing data, presenting data, and drawing conclusions. Data analysis in this study uses Suler's Online disinhibition effect and Erving Goffman's Dramaturgy theory to place social media users on the front stage, back stage, and self-presenting.

The results of this study indicate that the front stage, back stage, and self-presentation of social criticism Content Creators are influenced by the online disinhibition effect when criticizing on social media tiktok. And with the online disinhibition effect. Then the online disinhibition effect actually helps Content Creators to be bolder and more confident in what they do. In addition, Content Creators feel safer because of the things that arise from online disinhibition. As well as social criticism Content Creators provide more comments or criticism when on social media with the online disinhibition effect. The existence of this creates an incentive for Content Creators to do positive things while on social media, so that what the Content Creators feel is the benign online disinhibition effect.

Keywords: Social Criticism, Creator Content, *Online* Disinhibition Effects, Dramaturgy

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Kerangka Teori.....	14
1. Definisi Konseptual	14
2. Teori Dramaturgi Erving Goffman.....	17
G. Metodologi Penelitian	18
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	18
2. Sumber dan Jenis Data.....	20
3. Teknik Pengumpulan Data	20
4. Teknik Analisis Data	23
H. Sistematika Penulisan.....	25
BAB II MEDIA SOSIAL, DISINHIBISI <i>ONLINE</i> , DAN DRAMATURGI.....	27
A. Teori Dramaturgi Erving Goffman	27
1. Pengertian	27

2. Pendekatan.....	29
3. Dramaturgi Dalam Perspektif islam	31
4. Dramaturgi dan Efek Disinhibisi <i>Online</i>	32
B. Efek Disinhibisi <i>Online</i>	33
1. Pengertian	33
2. Karakteristik Efek Disinhibisi <i>Online</i>	35
BAB III ERA DIGITAL DAN KETERGANTUNGAN PADA MEDIA SOSIAL.....	39
A. Komunikasi Digital dengan Media Sosial.....	39
1. Pertumbuhan dan Perkembangan Media Sosial	39
2. Ragam Jenis dan Bentuk Media Sosial.....	42
3. Keunikan Media Sosial dan Perbedaannya.....	43
B. Gambaran Umum Media Sosial TikTok	47
1. Profil TikTok	47
2. Fitur-Fitur TikTok	49
3. Perbedaan TikTok dari Media Sosial Lainnya	52
4. Kelebihan dan Kekurangan TikTok.....	53
5. Jenis Konten yang Ada di Media Sosial TikTok	55
C. Demografi Pengguna TikTok.....	57
1. Jumlah Pengguna TikTok berdasarkan Usia	57
2. Pengguna TikTok berdasarkan Jenis Kelamin	59
3. Pengguna TikTok berdasarkan Tempat Tinggal.....	59
D. TikTok sebagai Wadah Baru Kritik Sosial	61
BAB IV POLA DISINHIBISI <i>ONLINE</i> PADA PERTUNJUKAN DAN STRATEGI KREATOR KONTEN KRITIK SOSIAL DI MEDIA SOSIAL	65
A. Disinhibisi <i>Online</i> pada Pertunjukkan Kreator Konten di Media Sosial	65
B. Persiapan dan Disinhibisi <i>Online</i> Kreator Konten di Panggung Belakang	73
C. Strategi dan Disinhibisi <i>Online</i> saat Menciptakan Citra Diri di Media Sosial.....	78
BAB V PENGARUH DISINHIBISI <i>ONLINE</i> TERHADAP KREATOR KONTEN KRITIK SOSIAL.....	85
A. Peningkatan Rasa Percaya Diri Kreator Konten Kritik Sosial	85

B. Timbulnya Rasa Aman dalam Membuat Konten.....	89
C. Kuantitas Materi yang Disampaikan.....	93
D. Disinhibisi <i>Online</i> Jinak Pada Kreator Konten Kritik Sosial.....	98
BAB VI PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	110
A. Identitas.....	110
B. Riwayat Pendidikan.....	110
C. Pengalaman Organisasi.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Angka Temuan Isu Hoaks di Indonesia Periode Agustus 2018 - Maret 2020	4
Tabel 2 Data Peningkatan Jumlah Pengguna Internet.....	41
Tabel 3 Pengguna TikTok Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2023	58
Tabel 4 Tabel Jumlah Konten Kritik Sosial Kreator Konten Informan	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Beberapa Kreator Konten Kritik Sosial di Media Sosial TikTok.....	7
Gambar 2 Jumlah Tagar Kritik Sosial di Media Sosial TikTok.....	62
Gambar 3 Gambar Akun TikTok Inspektur Nguyen yang melakukan perubahan identitas di media sosialnya	69
Gambar 4 Setting Panggung Belakang Willy Cilsboy	76
Gambar 5 Perbedaan Jumlah Pengikut Kreator Konten Kritik Sosial.....	82
Gambar 6 Konten Berbeda Inspektur Nguyen dalam Satu Hari yang Sama.....	94
Gambar 7 Contoh Penampilan Kreator Konten Ketika Membuat Konten Kritik Sosial...	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Disinhibition Online merupakan sebuah fenomena di mana individu ketika di dunia maya melakukan atau mengatakan hal-hal yang tidak akan mereka katakan atau lakukan dalam situasi “kehidupan nyata” karena mereka merasa kurang terkendali dan mampu mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas (Suler, 2004). Efek disinhibisi *Online* ini kemudian membuat para pengguna media sosial menjadi lebih berani untuk melakukan hal-hal yang tidak mungkin di lakukan di dunia nyata dan hanya dilakukan ketika berada di dunia maya. Secara harfiah kata disinhibisi di jelaskan dalam KBBI merupakan kehilangan atau penurunan proses penghambatan fisiologis atau psikologis oleh suatu hal tertentu. Sedangkan *online* atau daring merupakan kondisi ketika kita sedang berada di jaringan internet. Sehingga secara bahasa disinhibisi *Online* merupakan keadaan dimana seseorang kehilangan atau adanya penurunan proses penghambatan fisiologis atau psikologis yang disebabkan oleh suatu hal tertentu ketika seseorang sedang menggunakan internet.

Suler (2004) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang memicu adanya *online disinhibition effect* tersebut. seperti, Anonimitas Dissosiatif dimana hal ini dapat menurunkan kesadaran diri terhadap perilaku, memfasilitasi perilaku prososial dan juga dapat meningkatkan koneksi yang dilakukan secara *Online*. Invisibilitas juga dapat mendorong seseorang untuk merasa tidak khawatir tentang penampilan atau suara mereka yang disampaikan di jejaring internet meskipun identitasnya diketahui oleh orang lain. Asinkronisitas yaitu keadaan disebabkan karena adanya rentang antara aksi dan reaksi tersebut, sehingga kemudian mendorong seseorang untuk merasa nyaman untuk melakukan sesuatu tanpa sempat untuk memikirkan dampak yang akan ditimbulkan. Introjeksi Solipsistik adalah keadaan dimana

mana seseorang merasakan suara atau gambar orang lain yang ada di media sosial didalam pikirannya ketika berkomunikasi secara *online*, faktor ini terjadi karena minimnya isyarat visual atau verbal. Imajinasi disosiatif adalah keadaan ketika seseorang sadar atau tidak sadar menciptakan diri imajiner di media sosial, di mana pada saat itu mereka merasa bahwa di dunia *Online* semua itu hanyalah sebatas permainan yang bebas dari norma dan tanggung jawab di dunia nyata. Kemudian, yang terakhir adalah minimalisasi wewenang yang disebabkan karena di dalam jejaring internet semua orang akan merasa setara dan memiliki peluang yang sama untuk menyuarakan diri, dan pada akhirnya membuat para penggunanya merasa bebas melakukan apapun sesuai kehendaknya ketika berada di jejaring internet. Hal-hal tersebut lah yang kemudian didapatkan ketika menggunakan media sosial dan mampu mendorong para penggunanya untuk kehilangan kontrol sosial sehingga muncul perilaku yang dinilai tidak pantas ataupun berpotensi untuk memunculkan masalah bagi dirinya sendiri (Rini & Manalu, 2020).

Pelaksanaan dari efek disinhibisi *Online* sendiri menimbulkan dua jenis berbeda yang berlawanan satu sama lain. Diantaranya adalah *Toxic Online Disinhibition Effect* dan *Benign Online Disinhibition Effect*. *Toxic Disinhibition Online* sendiri adalah keadaan dimana individu ketika mendapatkan efek disinhibisi *Online* tersebut kemudian memacu seseorang untuk melakukan hal-hal yang tidak baik atau *Toxic*. Seperti contohnya ketika seseorang pada akhirnya terpacu untuk melakukan hal-hal seperti *Bullying*, *Hatespeech*, hinaan atau bahkan penipuan terhadap orang lain. Adanya keenam faktor yang disebutkan sebelumnya, pada akhirnya membuat seseorang untuk melakukan hal-hal yang tidak baik tersebut. kemudian adalah *Benign Online Disinhibition Effect* atau Efek Disinhibisi Jinak, dimana dengan adanya efek disinhibisi *online* ini justru malah memberikan efek baik terhadap apa yang akan dilakukan oleh seorang individu (Suler, 2004). Dalam hal ini contoh dari Efek Disinhibisi Jinak adalah ketika seorang individu yang pada akhirnya lebih berani menyampaikan sebuah kritik yang membangun ketika berada di

media sosial. Dalam hal ini dapat kita temukan pada para Kreator Konten yang ada di media sosial.

Adanya kemudahan dari kemajuan teknologi saat ini, kini masyarakat dapat berinteraksi bahkan tidak hanya dengan orang yang dikenal saja, akan tetapi juga dapat berinteraksi dengan orang lain yang belum dikenal sama sekali. Namun dengan adanya kemudahan tersebut tentu saja tidak hanya memberikan dampak yang baik saja. Tanpa terbatas oleh waktu dan tanpa diketahui siapa sebenarnya orang dibalik media sosial tersebut, juga menjadikan penggunaanya dapat berlaku semena-mena dalam menggunakan media sosial (Hollenbaugh & Everett, 2013). Penggunaanya dapat lebih leluasa melakukan hal yang tidak pantas untuk dilakukan seperti memberikan *hatespeech*, komentar negatif, atau bahkan *bullying* tanpa mendapatkan sanksi ataupun penilaian secara langsung dari orang lain. Penggunaanya bahkan bisa saja melakukan hal buruk tanpa diketahui orang lain siapa dia sebenarnya. Tentunya hal tersebut tidak terkecuali juga terjadi di Indonesia.

Berdasarkan survey digital dari *Digital Civil Index* (DCI), Indonesia menduduki peringkat terendah dengan posisi ke-29 dari total 32 negara. Berdasarkan survey tersebut, hoaks dan penipuan menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingkat kesopanan masyarakat *cyber* Indonesia, yakni dengan jumlah persentase 47 persen. Setelah itu ujaran kebencian menempati urutan kedua dengan persentase 27 persen dan kemudian diskriminasi sebesar 13 persen (Microsoft, 2020). Rendahnya tingkat keramahan pengguna media sosial di Indonesia ini menjadi persoalan yang serius serta perlu di cari tahu hal yang melatar belakangi terjadinya hal tersebut.

Tabel 1 Angka Temuan Isu Hoaks di Indonesia Periode Agustus 2018 - Maret 2020

No	Tahun	Angka
1	2018 (Agustus – Desember)	243
2	2019	3.954
3	2020	2.421
4	2021	2.194
5	2022 (Januari - Februari)	734
Jumlah		9.546

Sumber: PPID Kominfo, 2022

Meski dengan kondisi yang demikian, tentu saja juga masih terdapat para pengguna yang dapat menggunakan media sosial dengan baik seperti memberikan kritikan yang masih di dalam batas wajar atau bahkan sekedar mengklarifikasi *Hoax*. Namun tentu saja berani melakukan sesuatu maka harus berani untuk mendapatkan konsekuensinya. Entah itu jerat pidana, sanksi sosial yang diberikan oleh masyarakat *cyber* lainnya atau bahkan perlakuan negatif yang akan diberikan oleh pihak oposisi ketika mereka merasa tersinggung dengan hal yang dilakukan terhadap mereka. Di Indonesia sendiri, peraturan perundang-undangan yang mengatur pengguna media sosial diatur dalam UU No. 11 tahun 2008 tentang ITE pada Pasal 27 ayat 3 menyebut melarang setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. Sehingga tentunya segala konten yang dianggap penghinaan dan/atau pencemaran nama baik bisa saja dilaporkan dan dipidanakan oleh pihak tertentu jika pihak tersebut tidak menerima apa yang ada di dalam konten tersebut. Tentu saja hal tersebut menjadikan para pengguna media sosial harus mengerti, tahu batasan, dan juga menahan diri untuk tidak membuat konten yang bersifat menghina atau mencemarkan nama baik. Pada akhirnya, *Content Creator* pun harus mencari cara lain untuk menyampaikan

keresahannya, seperti merubahnya menjadi humor, kritik, atau bahkan sindirian halus yang tertuju ke pihak tertentu.

Salah satu media sosial yang menarik untuk dibahas adalah TikTok. Media sosial yang baru muncul pada 2016 silam ini memiliki keunikannya sendiri. Media sosial yang memiliki fitur utama video sebagai sarana interaksi antar penggunanya, menjadikan media sosial ini berbeda dari media sosial lainnya yang berfokus pada tulisan dan foto saja. Penggunaan video, menjadikan media sosial ini jauh lebih informatif dan interaktif antara satu pengguna dengan pengguna lainnya. Penggunanya dapat mengirim konten apa saja yang dapat dijangkau oleh pengguna luas. Tak jarang postingan yang biasa disebut sebagai *content* ini juga menjadi bahasan yang banyak di perbincangkan dan menjadi *viral* di media sosial lainnya.

Dilansir dari *Business of Apps*, hingga Kuartal ke-3 di tahun 2022 ini, pengguna aktif bulanan TikTok mencapai 1,46 miliar (Iqbal, 2022). Hal tersebut tentu saja menjadikan setiap konten yang ada di media sosial tersebut sangat mustahil untuk dipantau dan diawasi satu persatu. Hal tersebut kemudian muncul lah kebebasan dari para pengguna media sosial tersebut dalam memposting apapun mulai dari konten yang hanya bersifat senang-senang, hiburan, edukasi, atau bahkan kritikan terhadap suatu pihak tertentu tanpa adanya pengawasan dari aplikasi tersebut secara langsung. Tidak sedikit dari para pengguna media sosial TikTok ini menyajikan informasi yang juga bersifat opini. Namun, tentunya tidak semuanya memiliki respon yang baik terhadap postingan tersebut. Masih banyak ditemukan komentar-komentar tidak baik meskipun konten yang disampaikan baik ataupun berusaha untuk memberikan pembelajaran kepada khalayak umum yang ada di media sosial tersebut.

Banyak dari para Kreator Konten di media sosial yang melakukan kritik sosial dengan akun pribadinya di media sosial TikTok. Konten kritik sosial yang ada pun dibuat dengan berbagai cara yang berbeda sesuai dengan selera dan cara yang dimiliki oleh para Kreator Konten tersebut. Seperti contohnya mengkritik menggunakan meme atau humor foto, tulisan yang di muat di media sosial pribadinya, video humor satire, video sindiran, atau bahkan video yang

dibuat khusus untuk melakukan kritik secara langsung. Saat ini media sosial menjadi ruang publik bebas dan dapat diakses oleh siapapun atau bahkan dari kalangan manapun. Kemajuan teknologi yang ada menjadikan pengguna media sosial dapat berinteraksi dengan orang lain tanpa ada batasan jarak dan waktu (Bungin, 2021). Penggunaanya dapat dengan mudahnya mengakses media sosial kapanpun dan dimanapun selama terhubung dengan koneksi internet. Bahkan media sosial juga dapat menghilangkan status sosial yang sering kali menjadi pembatas untuk berkomunikasi. Masyarakat bisa saja berinteraksi secara virtual dengan pejabat publik atau bahkan dengan presiden sekalipun dengan adanya media sosial ini, asalkan memiliki akun yang akan menjadi identitasnya ketika bermedia sosial dan juga pastinya terhubung dengan jaringan internet.

Para pengguna yang memiliki jumlah followers besar atau yang biasa disebut sebagai *Content Creator* pun biasanya memiliki bidangnya masing-masing. Salah satunya adalah para *Content Creator* yang berfokus pada kritik masalah sosial maupun politik yang ada di Indonesia. Para *Content Creator* tersebut dengan berani menyampaikan kritiknya kepada pihak atau kejadian tertentu pada khalayak luas dengan jumlah penonton yang dapat mencapai hingga lebih dari 3 juta penonton. Kemudahan yang didapatkan dari menggunakan media sosial TikTok tentunya menjadikan para *Content Creator* dengan lebih berani tampil dan menyampaikan kritiknya, entah itu kritikan yang membangun, sindiran, atau bahkan *hatespeech* yang disampaikan melalui video. Media sosial yang tidak berhadapan dengan orang langsung juga menjadi alasan para penggunaanya menjadi lebih berani ketika melakukan sesuatu.

Sebagai contoh ada beberapa Kreator Konten yang melakukan kritik sosial menggunakan video di media sosial TikTok. Diantaranya, adalah salah satu Kreator Konten bernama Willy yang memiliki akun TikTok dengan nama @cilsboy. Konten yang ia buat berfokus pada permasalahan sosial yang dikritik menggunakan sindiran halus ataupun humor satire, sehingga konten yang dibuat memiliki cukup banyak penonton. Bahkan salah satu konten video yang dimiliki oleh Kreator Konten dengan jumlah pengikut 230,7 ribu pengikut

ini memiliki hingga 16,7 juta penonton dengan 1.6 juta *likes* dan 26,9 ribu komentar. Selain Kreator Konten @cilsboy, ada juga salah satu Kreator Konten di TikTok dengan nama akun @rianfahardhi yang juga melakukan kritik sosial di media sosial yang bahkan memiliki pengikut hingga 1,6 juta pengikut. Konten-konten yang dibuat merupakan kritik sosial yang membangun. Ia tidak hanya melakukan kritik sosial terhadap suatu masalah, akan tetapi juga memberikan pemahaman dan sudut pandang baru ketika memberikan kritiknya. Ia juga kerap mengajak pengikutnya untuk berdebat di dalam kolom komentar sehingga kritik yang dilakukannya tidak hanya satu arah, namun juga mengajak para pengikutnya untuk memberikan sudut pandangnya masing-masing melalui kolom komentar. Salah satu konten kritik sosialnya terhadap ibu Megawati bahkan mendapatkan hingga 19,5 juta penonton, 1,7 juta *likes* dan 71,7 ribu komentar. Tidak hanya itu, terdapat satu Kreator Konten yang juga cukup kontroversial dengan konten terhadap kritik sosialnya yang ia buat. Kreator Konten dengan nama akun Inspektur Nguyen @xeronav memusatkan kritik sosialnya ke arah kritik sosial politik secara langsung. Hal ini merupakan pembahasan yang cukup panas karena akan mengundang perdebatan dari berbagai pihak. Salah satu postingannya terkait cara mengkritik presiden Jokowi bahkan menuai banyak reaksi dari para penontonnya. Konten tersebut mendapat jumlah penonton 6,1 juta penonton, 662 ribu *likes* dan 10 ribu komentar.

Gambar 1 Beberapa Kreator Konten Kritik Sosial di Media Sosial TikTok



Sumber: akun TikTok @cilsboy, @rianfahardhi, @xeronav, 2023

Berdasarkan latar belakang tersebut, saya ingin meneliti mengenai bagaimana Kreator Konten dalam menanggapi isu-isu sosial yang ada di masyarakat dan menyampaikannya di media sosial, serta bagaimana pengaruh efek disinhibisi *online* yang ada mempengaruhi para Kreator Konten kritik sosial di media sosial dengan lokus media sosial TikTok. Mengetahui latar belakang masalah diatas tersebut membuat penulis berasumsi bahwa keberanian dalam menyampaikan hal tersebut dilatarbelakangi oleh efek disinhibisi *online* yang secara tidak langsung dirasakan oleh para Kreator Konten di media sosial. Asumsi tersebut perlu dipastikan dengan mengetahui apa alasan dari para pengguna media sosial TikTok menjadi lebih berani untuk mengemukakan pendapatnya atau bahkan melakukan hal-hal yang berada di luar batas. Setelah itu perlu dilihat juga apakah hal tersebut terjadi hanya ketika menggunakan media sosial atau juga ketika dalam kehidupan seperti biasa.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab dua pertanyaan utama yang dikemukakan pada latar belakang diatas. Maka rumusan masalah yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola disinhibisi *online* pada kreator konten ketika melakukan kritik di Media Sosial?
2. Bagaimana disinhibisi *online* mempengaruhi kreator konten di media sosial TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Setelah merumuskan permasalahan yang akan dikaji mengenai Kajian Disinhibisi *Online* yang terjadi di Media Sosial TikTok. Kemudian dapat diuraikan tujuan dari dilakukannya penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Bagaimana pola disinhibisi *online* pada kreator konten ketika melakukan kritik di Media Sosial

2. Mengetahui Bagaimana disinhibisi *online* mempengaruhi kreator konten di media sosial TikTok?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini akan dijabarkan kedalam manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun manfaat teoritis dan manfaat praktis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan baru dalam interaksi masyarakat yang terjadi di media sosial terutama di TikTok. Selain itu, diharapkan dapat menjadi salah satu sumbangan pikiran dan pengembangan pengetahuan kajian ilmu sosiologi terutama pada sosiologi *cyber*.
- b. Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan dan mampu mengaplikasikan ilmu yang didapatkan secara teori ketika berada di lapangan, serta menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) di Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.

2. Manfaat praktis

- a. Untuk mengembangkan pemikiran dan pengetahuan dari penulis dalam merespon keberagaman interaksi dan fenomena masyarakat *cyber* yang ada di media sosial TikTok.
- b. Untuk menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang dengan pembahasan terkait interaksi, kejadian, serta fenomena yang terjadi di masyarakat *cyber* yang ada di media sosial TikTok.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah gambaran hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang saat ini dilakukan oleh penulis. Terdapat tiga kategori

pebahasan yang nantinya akan menjadi fokus dari kajian yang ada di dalam penelitian ini. Diantaranya adalah:

1. Media Sosial

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan media sosial yang menjadi tinjauan pustaka di dalam penelitian ini. Diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Anggi Aldila Safitri, dkk (2021), artikel jurnal milik Luky Amelia dan Saiful Amin (2022), lalu Skripsi milik Tian Angga Pradana (2019), dan artikel jurnal milik Tika Mutia (2017).

Penelitian milik Anggi Aldila Safitri, dkk (2021) menemukan bahwa TikTok menjadi salah satu media yang digunakan oleh penggunanya untuk mengungkapkan Jati diri nya. Serta adanya dampak yang ditimbulkan dari masyarakat yang menggunakan TikTok sebagai tempat untuk mengungkapkan jati dirinya. (Safitri, Rahmadhany, & Irwansyah, 2021). Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh Luky Amelia dan Saiful Amin (2022). Melihat penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram dijadikan sebagai panggung depan (*Front Stage*) yang digunakan oleh mahasiswa untuk mempresentasikan dirinya, dan panggung belakang (*back stage*) meliputi kegiatan pendukung penampilan seperti, tempat aktor berlatih peran, melakukan usaha-usaha untuk mendukung penampilannya, serta menjadi diri sendiri. (Amelia & Amin, 2022). Tidak berbeda jauh dengan penelitian yang dilakukan oleh Tian Angga Pradana (2019) Dari penelitian tersebut menemukan bahwa ketika mahasiswa melakukan pencitraan di media sosial, mahasiswa akan merasa status sosialnya meningkat, meskipun hal tersebut hanya terjadi di dunia maya saja. (Pradhana, 2019). Tinjauan pustaka terakhir adalah artikel jurnal milik Tika Mutia (2017) Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial mengelola kesan terhadap dirinya dengan menampilkan hal-hal yang hanya mereka tampilkan saat diperhatikan melalui penampilan dan tingkah laku yang mengarah pada surealisme. Sedangkan di balik layar, kaum milenial

berpenampilan dan berperilaku lebih sederhana. Ini sangat berbeda dengan panggung depan, karena pada kenyataannya, mereka tidak memiliki karir yang jelas dan mereka lebih bebas mengekspresikan diri tanpa harus berurusan dengan kesan. (Mutia, 2017)

Hasil tinjauan dari keempat penelitian di atas, ditemukan adanya kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada saat ini. Antara lain, terkait sosial media dan upaya yang dilakukan oleh para penggunanya untuk meningkatkan impresi akan dirinya ketika tampil di dunia maya. Keempat penelitian diatas sama-sama mengkaji dan memfokuskan penelitian terkait media sosial dan juga upaya-upaya yang dilakukan oleh penggunanya untuk tampil sebaik mungkin ketika di hadapan dunia maya. Hal ini tentunya memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada saat ini, fokus dari penulis pada penelitian kali ini juga memusatkan kepada bagaimana pengguna media sosial TikTok dalam mengelola impresi ketika tampil dan mempersiapkan diri ketika berada di panggung belakang. Sehingga penulis menggunakan keempat penelitian tersebut sebagai kajian pustaka dalam penelitian ini dikarenakan adanya relevansi dengan apa yang akan penulis teliti. Namun meskipun terdapat kesamaan terhadap penelitian tersebut, tentunya ada perbedaan yang ditemukan diantara keempat penelitian tersebut dengan apa yang akan penulis akan teliti. Penelitian ini, penulis tidak meneliti tentang bagaimana pengelolaan impresi tersebut hanya ditujukan untuk membuat kesan dari pengguna media sosial dengan lingkup kecil saja. Akan tetapi dalam penelitian ini, penulis berusaha mencari tahu bagaimana para pengguna media sosial mengelola dan mengatur dirinya untuk khalayak yang lebih luas serta lebih menjurus ke profesi yang ditampilkannya di media sosial pribadinya.

2. Kritik Sosial di media sosial

Kemudian yang kedua adalah terkait kritik sosial yang dilakukan di media sosial. Pertama, artikel jurnal milik Nuritia Ramadhani dan

Riza Darma Putra (2017), Kemudian yang kedua adalah artikel jurnal milik Purwaningrum, dkk. (2020), dan yang ketiga adalah artikel jurnal milik Akhriyadi Sofian dan Muhammad Reza Khadafi (2022)

Penelitian yang pertama adalah milik Nuritia Ramadhani dan Riza Darma Putra. (2017) Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kreator yang menggunakan komik sebagai media untuk menyampaikan pesan berupa kritik sosial, mempertimbangkan banyak hal sebelum menerapkannya. Selain itu, komik sendiri dimanfaatkan oleh penciptanya untuk melakukan gerakan sosial seperti gerakan #MasihMelawanAsap dan #BerbagiHarapan (Ramadhani & Putra, 2017). Kemudian yang kedua adalah artikel jurnal milik Purwaningrum, dkk. (2020) Temuan yang didapat dari penelitian tersebut adalah adanya pengumuman resmi dari presiden tentang “pemindahan ibu kota” kemudian dimaknai sebagai tanda, sedangkan pemunculan berbagai meme terkait, untuk menunjukkan pro dan kontra atas keputusan tersebut yang kemudian dimaknai sebagai reaksi masyarakat. Pada akhirnya temuan dari analisis ini akan mendeskripsikan tentang bagaimana pola berpendapat, berkomentar, dan berpikir kritis di ruang siber. (Purwaningrum, Saifullah, & Sudana, 2020). Kemudian yang ketiga adalah artikel jurnal milik Akhriyadi Sofian dan Muhammad Reza Khadafi (2022) Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa jenis meme yang dibuat oleh generasi milenial untuk memantau penanganan Covid-19 umumnya adalah meme agresif. Milenial cenderung memilih gambar-gambar lucu dalam bentuk meme sebagai saluran komunikasi politik karena sifat pembuatan meme yang instan, efektif dalam menyampaikan pesan melalui jejaring sosial ketika mereka berada di ranah virtual. (Sofian & Khadafi, 2022)

Terdapat perbedaan ketiga artikel jurnal di atas dengan penelitian ini yakni pada fokus penelitian karena menggunakan humor sebagai fokus dari penelitian. Meskipun ketiga penelitian tersebut memiliki kesamaan terhadap penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu terkait

kritik sosial yang dilakukan oleh masyarakat *cyber* di media sosial. Namun dalam hal ini, peneliti mempunyai fokus penelitian yang berbeda dengan ketiga artikel jurnal di atas yakni dengan fokus penelitian kritik sosial media sosial namun tidak hanya menjurus ke humor saja, akan tetapi juga terhadap bentuk lainnya yang masih memiliki kecenderungan untuk memberikan kritik sosial melalui media sosial sebagai penyalur utamanya.

3. *Online Disinhibition Effect*

Selanjutnya adalah terkait *Online Disinhibition Effect* atau Efek Disinhibisi. Terdapat tiga penelitian yang membahas terkait efek disinhibisi *Online* yang penulis jadikan sebagai kajian pustaka dari penelitian ini. Pertama adalah artikel jurnal milik Lilis dan Rouli (2020), penelitian milik Nur Sepitian Rochimah (2020), dan yang ketiga adalah artikel jurnal milik Anggraini dan Amalia (2021).

Penelitian pertama adalah milik Lilis dan Rouli (2020) Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa anonimitas yang ada pada akun anonim remaja bukanlah sepenuhnya anonimitas, melainkan akun nama samaran. Akun nama samaran ini menjadi arena penciptaan identitas dengan memilih identitas yang dianggap memiliki makna tertentu. Selain itu, ditemukan alasan remaja menggunakan akun anonim karena kebebasan berekspresi termasuk pengungkapan diri yang lebih baik, menghindari pencampuran konten yang ditampilkan oleh algoritma Instagram, melindungi privasi di akun nyata, dan sebagai peluang untuk *cyberstalking* pengguna Instagram lain. (Rini & Manalu, 2020). Kemudian yang kedua adalah milik Nur Sepitian Rochimah (2020). Penelitian tersebut menemukan adanya hubungan antara variabel anonimitas dengan benign *online* disinhibition effect. Selain itu jika intensitas anonimitas meningkat maka intensitas seseorang mengalami benign *online* disinhibition effect juga akan meningkat. (Rochimah, 2020). Kemudian yang ketiga adalah penelitian milik Anggraini dan Amalia (2021). Hasil yang diperoleh dari penelitian

tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh mediasi inhibisi *online* terhadap hubungan antara kebingungan identitas dan *cyberbullying*. Hasil analisis tambahan menunjukkan bahwa pria lebih banyak terlibat dalam tindakan *cyberbullying*; semakin lama waktu yang dihabiskan untuk menggunakan internet dan media sosial, semakin banyak perilaku *cyberbullying* yang dilakukan remaja. Temuan ini menunjukkan bahwa remaja dan *cyberbullying* memiliki banyak faktor yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut. (Anggarani & Amalia, 2021)

Terdapat kesamaan dari ketiga artikel jurnal di atas terhadap fenomena yang terjadi kepada pengguna media sosial, yakni Efek Disinhibisi *Online*. Akan tetapi ada perbedaan terkait apa yang diteliti tentang apa yang dilakukan ketika mendapatkan fenomena tersebut. Ketiga penelitian diatas hanya membahas disinhibisi *online* terhadap pengaruhnya ke remaja secara general saja sedangkan penelitian ini memfokuskan pada konten yang dihasilkan setelah mendapatkan efek disinhibisi *online* tersebut.

Mengetahui beberapa tinjauan pustaka di atas, maka dalam penelitian ini akan menjadikan ketiga kategori pembahasan tersebut dalam struktur pembahasan penelitian ini. Hal ini diharapkan agar penelitian dengan judul “Kajian Disinhibisi *Online* di Media Sosial (Studi Kasus Media Sosial TikTok)” bisa menemukan *novelty* dari apa yang akan digali.

F. Kerangka Teori

Sebagai pendukung penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa kerangka teori yang dapat membantu penelitian antara lain:

1. Definisi Konseptual

a) Media Sosial

Media sosial adalah alat yang digunakan untuk berbagi informasi antar pengguna (*direct sharing*), serta cara publik untuk berbagi informasi dengan pengguna lain tanpa memerlukan pengguna lain atau kekhususan individu (Nasrullah, 2015). Media sosial bertujuan untuk memfasilitasi interaksi manusia dan komunikasi dengan orang lain

tanpa pertemuan fisik. Media sosial juga membantu penggunanya untuk mengenal orang lain di dunia maya tanpa harus bertemu langsung. Kita bahkan mungkin mengenal seseorang dari apa yang mereka posting di media sosial mereka. Pengguna jejaring sosial dapat membagikan banyak hal seperti foto, artikel, atau bahkan video. Adanya kemudahan interaksi tersebut pada akhirnya menjadikan para pengguna media sosial dapat melakukan berbagai macam hal sesuai dengan apa yang ia ingin suarakan. Salah satunya adalah kritik sosial. Kemudahan membagikan informasi melalui media seperti tulisan, gambar maupun video menjadikan menyampaikan kritik sosial di media sosial menjadi lebih mudah. Hal tersebut dilakukan di media sosial dengan berbagai macam cara dan ciri khas masing-masing sesuai dengan penggunanya. Tujuannya adalah untuk menyuarakan pendapatnya dan mendapatkan perhatian pengguna jejaring sosial lainnya sehingga mendapatkan like atau suka dan banyak komentar di akun Instagram pengunggahnya. Semakin sering pengguna melakukan hal-hal tersebut, maka semakin banyak pula pengguna di jejaring sosial, khususnya TikTok. Karena semakin banyak ia membranding dirinya sebagai Kreator Konten kritik sosial maka orang akan menganggap dirinya sebagai seseorang yang aktif dalam menyuarakan kritik terkait masalah sosial yang terjadi di masyarakat.

Crowdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal mempublikasikan sebuah hasil penelitian yang dilakukan pada 2014. Penelitian tersebut melibatkan sebanyak 839 responden yang terdiri dari responden berusia 16 hingga 36 tahun. Penelitian ini menemukan bahwa kini masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial ataupun di jejaring internet dibanding waktu yang mereka habiskan ketika beraktivitas dengan media tradisional, yakni mencapai 6 jam 46 menit per hari (Nasrullah, 2015). Berdasarkan hal tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa. Masyarakat pada saat ini cenderung lebih memilih untuk menghabiskan waktunya dengan media sosial

untuk melakukan komunikasi atau hanya sekedar mencari informasi dibanding dengan menggunakan media tradisional seperti dengan majalah ataupun koran. Hal tersebut kemudian juga dapat kita temui di sekitar kita. Orang-orang akan lebih senang untuk berlama-lama menggunakan *smartphone*-nya. baik menonton video di youtube, berbagi kesehariannya di Tik Tok, ataupun membaca berita yang sedang trending di Twitter, dan lain sebagainya.

b) Efek Disinhibisi *Online*

Efek disinhibisi *online* merupakan fenomena di mana individu di dunia maya melakukan atau mengatakan hal-hal yang tidak akan mereka katakan atau lakukan dalam situasi “kehidupan nyata” karena mereka merasa kurang terkendali dan mampu mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas (Suler, 2004). Dunia *online* menyediakan konteks di mana isyarat sosial utama tidak terkait dengan perilaku yang sesuai (Kurek et al., 2019). Ada dua jenis efek disinhibisi *online* yang dijelaskan dalam literatur. Pertama, disinhibition jinak yaitu ketika seseorang merasa termotivasi untuk berbagi detail pribadi, emosi tersembunyi, ketakutan, dan keinginan di dalam jejaring internet. Sebagai contoh, seseorang yang merasa cemas secara sosial mungkin akan merasa lebih mampu untuk mengekspresikan diri ketika dalam lingkungan *Online* (Antoniadou et al., 2019; Stuart & Scott, 2021). Kedua adalah disinhibisi beracun yang dapat disamakan dengan “troll” modern; contohnya termasuk bahasa kasar, kritik keras, kemarahan, kebencian, atau ancaman (Barak et al., 2008).

Disinhibisi *online* adalah pendorong penting perilaku positif dan negatif orang di lingkungan *online*. Seseorang mungkin merasa lebih nyaman berbagi informasi secara *online* daripada berbagi informasi dengan seseorang secara langsung. Disinhibisi *online* juga merupakan konsep penting untuk dipahami karena merupakan salah satu faktor kunci yang terkait dengan agresi siber, perundungan siber, ujaran kebencian, dan berbagai bentuk perilaku menyimpang di lingkungan *online* (Cheung et al., 2020; Wachs et al., 2019).

2. Teori Dramaturgi Erving Goffman

Dalam bukunya yang berjudul “The Expression of Self in Daily Life”, Goffman (1959) menjelaskan bahwa manusia adalah aktor di atas panggung kehidupan, adegan yang diwakili oleh dirinya sendiri. Oleh karena itu, interaksi sosial yang dilakukan di depan panggung akan dilakukan oleh aktor dengan cara yang berbeda-beda untuk memberikan kesan yang baik tentang dirinya sehingga terlihat baik dan sempurna di hadapan orang lain (Feldman, 1995). Bagi Goffman, tujuan utama ekspresi diri adalah untuk memudahkan kita mendapatkan apa yang kita inginkan dan membantu membentuk citra diri yang kita inginkan.

Goffman membagi strategi tersebut menjadi tiga bagian bagi para pelakunya dalam menampilkan kesan atau presentasi dirinya. Yang pertama adalah performa atau *performance*, dimana hal tersebut adalah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kesan terhadap diri dari aktor atau keadaan yang sedang dilakukan oleh aktor. Kemudian, yang kedua adalah panggung atau *setting*, dimana hal ini adalah seperangkat peralatan yang digunakan oleh aktor untuk mendukung peran yang sedang dilakukannya. ketiga adalah penampilan atau *appearance*, dimana hal ini adalah keadaan dimana aktor memberikan pertunjukan artifaktual untuk menunjang peran, pekerjaan, umur, prinsip individu, sampai tingkah laku (*manner*) yang merujuk pada perilaku yang dilakukan oleh aktor tersebut (Goffman, 1959).

Berasal dari perilaku manusia yang ekspresif, kemudian menjadikan manusia untuk bersifat dramatik. Manusia kemudian akan bernegosiasi dengan orang lain yang juga menunjukkan makna. Oleh karena itu, tindakan orang seperti itu tidak dinilai sebagai konsekuensi dari pengaruh eksternal, tetapi sebagai penguasa nasib mereka sendiri. maka inti dari teori seni drama Goffman adalah bagaimana seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain kemudian mengembangkan dan mengelola citra dirinya dengan membangun citranya dan mengelola kesannya terhadap orang lain

dengan penonton. Menurut Goffman, ego bukan milik aktor, tetapi interaksi dramatis antara aktor dan penonton.

Teori ini diri merupakan pengaruh dramatis yang timbul dari adanya suasana yang ditampilkan. Karena diri merupakan interaksi dramatis, maka selama penampilannya akan mudah terganggu (Ritzer & Stepnisky, 2018). Pendekatan teori dramaturgi Goffman ini menggunakan analogi teatrikal, dimana di dalamnya meliputi beberapa hal diantaranya adalah panggung depan, dimana Goffman menempatkannya sebagai sebuah pertunjukkan yang sedang ditampilkan kepada audiens (Ritzer & Stepnisky, 2018). Kemudian adalah panggung belakang. Panggung belakang sendiri merupakan bagian dari para aktor yang melakukan perannya untuk melakukan kegiatan seperti persiapan, latihan, beristirahat, dan kegiatan lainnya yang dapat membantu para aktor sebelum tampil di panggung depan. (Ritzer & Stepnisky, 2018). Kemudian presentasi diri, menurut pemikiran Goffman ekspresi diri adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang untuk mendefinisikan situasi dan identitas sosial. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi apakah interaksi itu sesuai atau tidak dengan situasi yang ada. (Goffman, 1959)

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menjadikan media sosial TikTok sebagai lapangan penelitian dan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Borg dan Gall menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif sering didekatkan dengan sebuah metode baru, pospositivistik, artistik dan *interpretative research* (Borg & Gall, 1989). Metode penelitian kualitatif ini menekankan pada penelitian dengan kondisi yang alamiah dan lebih banyak dipakai dalam penelitian di bidang antropologi budaya. Proses penelitian kualitatif dapat dianalogikan seperti orang yang ingin melakukan piknik. Meskipun orang tersebut baru tahu tempat yang akan dikunjungi, ia belum tahu pasti apa yang ada di tempat itu

karena dirinya baru akan mengetahui ketika memasuki obyek dengan membaca informasi dan/atau gambar yang tersedia sembari berfikir dan melihat obyek dan aktivitas masyarakat yang terdapat di tempat tersebut (Bogdan, 1982). Penelitian kualitatif, memiliki instrumen yaitu orang atau peneliti itu sendiri, maka dari itu peneliti harus mempunyai persiapan teori dan wawasan yang luas untuk dapat menanyakan, menganalisis, memotret dan mengkonstruksi sosial agar menjadi lebih jelas dan mempunyai makna (Sugiyono, 2013).

Penelitian kualitatif ini penulis akan menggunakan pendekatan studi kasus. Dimana studi kasus sendiri merupakan salah satu metode yang banyak digunakan dalam penelitian di bidang ilmu sosial. Pendekatan ini sudah digunakan selama lebih dari 29 tahun sejak tahun 1993. Studi kasus sendiri dapat dikatakan sebagai pendekatan penelitian yang menempatkan sesuatu atau objek yang akan diteliti sebagai ‘kasus’ (Samsu, 2017). Susilo Rahardjo & Gudnanto dalam Samsu (2017) mendefinisikan studi kasus sebagai suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami individu yang dilakukan secara terpadu dan menyeluruh sehingga dapat dicapai pemahaman yang menyeluruh tentang individu dan masalah yang dihadapinya dengan maksud agar masalah tersebut dapat diselesaikan dan mencapai pertumbuhan pribadi yang positif. Pendekatan studi kasus ini memerlukan banyak informasi untuk memperoleh bahan-bahan yang agak luas. pendekatan ini merupakan gabungan dari data yang diperoleh dengan pendekatan lainnya (Samsu, 2017). Sehingga dapat dipahami bahwa pendekatan studi kasus merupakan pendekatan yang komprehensif yang juga meliputi berbagai aspek seperti fisik dan psikologi seseorang/individu, dengan tujuan utamanya adalah memperoleh pemahaman secara detail terhadap kasus yang sedang diteliti (Samsu, 2017). Kasus yang dimaksud dalam penelitian ini adalah para Kreator Konten yang melakukan kritik sosial di media sosial TikTok. Bagaimana kemudian para Kreator Konten tersebut melakukan hal kritik sosial dan juga mengapa para Kreator Konten

tersebut memilih dan berani untuk melakukan kritik sosial di media sosial TikTok.

Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh efek disinhibisi *online* terhadap masyarakat *cyber* yang melakukan kritik sosial di media sosial TikTok. Melalui pendekatan studi kasus, peneliti akan mempelajari pengalaman para pengguna media sosial TikTok yang melakukan kritik sosial di akun pribadinya lebih dalam melalui kegiatan pengumpulan data secara mendalam. Metode studi kasus digunakan untuk memperdalam pengalaman pengguna akun TikTok, terkait dengan apa yang mereka rasakan, termasuk aspek fisik dan psikologis individu/manusia, untuk memahami kasus yang diteliti secara menyeluruh.

2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder dengan penjelasan sebagai berikut:

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data primer atau utama yang diperoleh peneliti langsung dari sumber pertamanya (Suryabrata, 1987). Dalam hal ini, yang menjadi sumber data primer adalah pengguna media sosial TikTok yang melakukan kritik sosial di akun pribadinya.

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media dan pihak lain (Suryabrata, 1987). Peneliti dalam hal ini menjadikan dokumentasi sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data untuk untuk mendapatkan data. Marshall dalam hal ini menyatakan bahwa "*through observation, the researcher learn about behavior and the meaning*

attached to those behavior”, yang memiliki arti bahwa peneliti dapat mempelajari perilaku dan makna perilaku tersebut melalui observasi (Sugiyono, 2013)

Adapun jenis observasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah observasi tidak terstruktur yakni observasi yang peneliti belum tahu pasti apa yang akan diamati (Sugiyono, 2013). Oleh karena itu, pada penelitian ini akan melakukan pengamatan bebas dan mencatat apa yang sesuai dengan kebutuhan penelitian yang nantinya akan dianalisis dan disimpulkan. Pengamatan akan dilakukan pada perilaku yang dilakukan oleh para pengguna media sosial TikTok yang melakukan kritik sosial.

b) Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data dengan bertanya kepada informan atau narasumber. Esterberg mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua orang untuk dapat bertukar informasi dan ide melalui sistem tanya jawab sehingga mendapat makna mengenai topik yang dibahas (Sugiyono, 2013).

Pada proses pengumpulan data, peneliti akan mewawancarai pengguna media sosial TikTok yang melakukan kritik sosial di akun pribadi miliknya sebagai informan, sebagaimana yang dikatakan Spradley bahwa dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi namun *social situation* dan informan sebagai salah satu elemen yang terdapat di dalamnya (Sugiyono, 2013).

Teknik pengambilan informan yang akan digunakan oleh peneliti adalah teknik penentuan informan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling sendiri adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang berdasarkan pada pertimbangan tertentu yang berkaitan dengan studi kasus yang sedang diteliti dan tujuan peneliti (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria informan yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu adalah pengguna media sosial TikTok

yang memiliki konten kritik sosial yang khas dan berbeda dari akun lainnya, kemudian informan juga harus memiliki setidaknya 100.000 pengikut, dan informan harus memiliki jumlah interaksi di komentar mencapai 10.000 komentar di salah satu postingannya.

Berdasarkan kriteria yang ada tersebut, penulis telah menentukan tiga informan yang sesuai dengan kriteria yang ada di atas. Diantaranya adalah, pemilik dari akun @cilsboy yang mana akun TikTok tersebut memiliki konten kritik sosial yang khas, dimana akun TikTok tersebut menggunakan sindiran dalam menyampaikan kritiknya di media sosial, akun TikTok pribadinya pun juga memiliki pengikut mencapai 223 ribu pengikut, dan salah satu konten di TikTiknya tentang kritik sosialnya terhadap salah satu konten viral di media sosial mengenai seseorang wanita yang mempermasalahkan tentang tempat duduk di krl, bahkan konten tersebut memiliki jumlah interaksi di komentar hingga mencapai 26,9 ribu komentar dan 16,7 juta penonton. Kemudian adalah pemilik akun TikTok @rianfahardhi. Akun @rianfahardhi atau yang biasa dikenal sebagai Presiden Gen Z ini memiliki jumlah pengikut hingga 1,2 juta pengikut. Di dalam akun TikTiknya, akun ini memiliki cara yang khas dalam menyampaikan kritik sosialnya. Akun ini menggunakan satire dalam menyampaikan kritik sosialnya, sehingga interaksi yang ditimbulkan pun cukup tinggi. Salah satu konten kritik sosialnya terhadap ibu Megawati bahkan mendapatkan hingga 19,5 juta penonton, 1,7 juta likes dan 71,7 ribu komentar. Ketiga adalah akun TikTok @xeronav. Kreator Konten yang satu ini memiliki cara dan tema yang khas dalam menyampaikan kritik sosialnya. @xeronav memfokuskan kritiknya terhadap isu sosial politik yang sedang panas dengan cara yang tajam. Bahkan akun TikTok dengan jumlah pengikut mencapai 1,2 juta ini juga sempat mendapatkan sorotan yang cukup banyak dari para pengguna media sosial. Salah satu konten yang dibuat mengenai cara presiden Joko Widodo juga ramai di perbincangkan oleh para *Netizen*. *Content* tersebut bahkan sampai

memiliki jumlah penonton hingga 6,1 juta penonton, dan mendapatkan 662 ribu lebih likes dengan 10 ribu lebih komentar.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan wawancara terstruktur karena peneliti telah tahu informasi apa yang akan diperoleh. Menggunakan wawancara terstruktur, setiap informan akan diberikan pertanyaan yang sama sesuai dengan instrumen penelitian yang sudah dibuat (Sugiyono, 2013).

c) Dokumentasi

Pendokumentasian adalah salah satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data tentang peristiwa yang telah terjadi dan dapat berupa artikel, gambar atau karya seseorang. Sugiyono dalam bukunya mengatakan bahwa hasil penelitian akan dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen seperti foto atau tulisan dan karya seseorang. Penelitian ini akan menggunakan dokumentasi yang didapat dari lokasi dan obyek penelitian ataupun di luar tersebut.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai macam sumber dan teknik pengumpulan data. Hal ini dilakukan secara terus menerus hingga titik data jenuh sehingga mudah untuk dipahami. Bogdan dalam hal ini menyatakan bahwa “Analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi lain yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti dan memungkinkan mereka untuk mempresentasikan apa yang telah mereka temukan kepada orang lain.” (Sugiyono, 2013).

Analisis penelitian ini, peneliti melakukan analisis data bertepatan langsung dengan pengumpulan data berlangsung dan setelahnya. Hal ini dikarenakan untuk mendapatkan pemahaman komprehensif dan memuaskan dari data yang akan diperoleh. Mengutip dari Miles dan Huberman dalam Sugiyono, aktivitas analisis data kualitatif dilaksanakan secara terus menerus hingga data yang didapat sudah jenuh atau tidak ditemukan lagi kebutuhan data (Sugiyono, 2013).

Miles dan Huberman juga menyebutkan aktivitas analisis data kualitatif yakni terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013). Berikut penjelasan dari tiap aktivitas analisis data:

a) Reduksi Data

Aktivitas reduksi data dalam analisis data berarti merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal – hal yang penting (Sugiyono, 2013). Aktivitas ini, peneliti akan melakukan pembacaan berulang kali dari hasil temuan data yang telah dihimpun. Selain itu, peneliti juga akan melakukan pemilihan temuan data berdasarkan interpretasi dengan rujukan dalam aktivitas reduksi data.

b) Penyajian Data

Aktivitas penyajian data dalam analisis data dilakukan setelah data telah direduksi atau dikategorisasikan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Aktivitas penyajian data biasanya dilakukan dalam bentuk teks yang bersifat naratif, dibanding tabel, bagan ataupun lainnya pada penelitian kualitatif (Sugiyono, 2013). Peneliti akan menyajikan data dengan kutipan langsung yang didapat pada saat wawancara. Selain itu, data lainnya yang telah direduksi seperti dokumentasi akan disajikan dalam penelitian ini guna memberikan pemahaman yang komprehensif.

c) Penarikan Kesimpulan

Selanjutnya, aktivitas yang dilakukan dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Aktivitas penarikan kesimpulan dalam analisis data merupakan upaya untuk mencari sekaligus memberikan penjelasan terhadap data yang ditemukan (Sugiyono, 2013). Saat penarikan kesimpulan berlangsung, proses verifikasi data juga harus terjadi dimana memerlukan dukungan data yang valid dan konsisten

sejak saat proses pengumpulan data berlangsung hingga data tersebut kredibel.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam menyusun skripsi ini adalah dengan membagi menjadi 6 bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-bab. Adapun Judul penelitian ini adalah “Kajian Disinhibition *Online* di Media Sosial (Studi Kasus Kreator Konten Kritik Sosial di Media Sosial TikTok)”. Sistematika Penulisan ini adalah Sebagai Berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metodologi Penelitian, Sistematika Penulisan

BAB II: MEDIA SOSIAL, DISINHIBISI *ONLINE* DAN DRAMATURGI

Bab ini penulis akan menguraikan teori yang relevan dengan permasalahan penelitian. Kemudian, penulis juga akan membagi menjadi berbagai sub-bab teori yang berkaitan dengan obyek penelitian. Penulis akan menggunakan teori Dramaturgi menurut Erving Goffman dan Efek Disinhibisi *Online* oleh John Suler sebagai Teori Utama untuk mengkaji mengenai perilaku masyarakat *cyber* yang ada di media sosial.

BAB III: ERA DIGITAL DAN KETERGANTUNGAN PADA MEDIA SOSIAL

Penulis akan menjelaskan mengenai tempat penelitian secara umum dan juga terperinci pada bab ini. Penjelasan yang akan ditulis antara lain seperti profil media sosial dari obyek penelitian, sejarah adanya media sosial TikTok, kondisi masyarakat yang ada di media sosial TikTok, dan juga akan di jelaskan bentuk konten yang ada di media sosial tiktok secara umum. Kemudian

dijelaskan juga terkait konten yang berkemungkinan memiliki keterkaitan dengan efek disinhibition *online* yang ada di media sosial TikTok.

BAB IV: POLA DISINHIBISI *ONLINE* PADA PERTUNJUKAN DAN STRATEGI KREATOR KONTEN KRITIK SOSIAL DI MEDIA SOSIAL

Penulis akan menganalisis data yang didapat dari lapangan berdasarkan teori yang digunakan pada bab ini. BAB IV ini yang akan menjawab terkait bagaimana pola disinhibisi *online* pada panggung depan, panggung belakang, dan presentasi diri Kreator Konten kritik sosial dalam pembuatan kontennya. Kemudian juga dijelaskan mengenai bagaimana efek disinhibisi *online* mempengaruhi diri para Kreator Konten kritik sosial ketika sedang menggunakan media sosial TikTok. Serta mencari tahu apakah hal tersebut mempengaruhi konten kritik sosial yang dihasilkan.

BAB V: PENGARUH DISINHIBISI *ONLINE* TERHADAP KREATOR KONTEN KRITIK SOSIAL

Penulisan pada bab ini seperti yang dilakukan di BAB IV penulis akan menguraikan mengenai bagaimana efek disinhibition *online* mempengaruhi Kreator Konten ketika menggunakan media sosial TikTok. Terutama untuk mengetahui bagaimana efek disinhibisi *online* mempengaruhi para Kreator Konten dalam bermedia sosial di TikTok. Serta untuk mencari tahu disinhibisi *online* jenis apa yang dirasakan oleh para kreator konten kritik sosial di media sosial TikTok.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini penulis akan menuliskan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan juga memberikan saran kepada para peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan fokus yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

MEDIA SOSIAL, DISINHIBISI *ONLINE*, DAN DRAMATURGI

A. Teori Dramaturgi Erving Goffman

1. Pengertian

Bukunya yang berjudul “The Expression of Self in Daily Life” oleh Goffman (1959) menjelaskan bahwa manusia adalah aktor di atas panggung kehidupan, adegan yang diwakili oleh dirinya sendiri. Oleh karena itu, interaksi sosial yang dilakukan di depan panggung akan dilakukan oleh aktor dengan cara yang berbeda-beda untuk memberikan kesan yang baik tentang dirinya sehingga terlihat baik dan sempurna di hadapan orang lain (Feldman, 1995). Bagi Goffman, tujuan utama ekspresi diri adalah untuk memudahkan kita mendapatkan apa yang kita inginkan dan membantu membentuk citra diri yang kita inginkan (Goffman, 1959).

Goffman membagi strategi tersebut menjadi tiga bagian bagi para pelakunya dalam menampilkan kesan atau presentasi dirinya. Yang pertama adalah performa atau *performance*, dimana hal tersebut adalah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kesan terhadap diri dari aktor atau keadaan yang sedang dilakukan oleh aktor. Kemudian, yang kedua adalah panggung atau *setting*, dimana hal ini adalah seperangkat peralatan yang digunakan oleh aktor untuk mendukung peran yang sedang dilakukannya. ketiga adalah penampilan atau *appearance*, dimana hal ini adalah keadaan dimana aktor memberikan pertunjukan artifaktual untuk menunjang peran, pekerjaan, umur, prinsip individu, sampai tingkah laku (*manner*) yang merujuk pada perilaku yang dilakukan oleh aktor tersebut (Goffman, 1959).

Peneliti tertarik untuk menggunakan teori dramaturgi sebagai teori utama dari penelitian ini. Hal ini dikarenakan teori dramaturgi dianggap berkaitan erat dengan adanya fenomena di media sosial khususnya

TikTok, yaitu tentang bagaimana para pengguna tiktok dalam menggambarkan dan membentuk citra dirinya pada saat berada di media sosial. Dalam teori ini, Goffman menggambarkan kehidupan sosial yang ada di masyarakat di ibaratkan sebagai sebuah pentas seni atau teater yang ditampilkan di atas panggung. Teori dramaturgi menjelaskan adanya ketidakstabilan identitas manusia yang menjadi bagian dari kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas yang dimiliki manusia akan berubah dan menyesuaikan sesuai dengan situasi dan dengan siapa ia melakukan interaksi.

Sebuah pertunjukan biasanya terdapat aktor dengan perannya masing-masing, koreografer dan juga plot atau naskah yang akan dilakoni. Dalam kehidupan nyata pun, manusia dianggap sebagai aktor yang memainkan berbagai peran sesuai alur dan pementasan yang dilakukan di depan penonton. Teori drama tidak berfokus pada apa yang dilakukan seseorang, apa yang akan dilakukan atau mengapa dilakukan, tetapi pada bagaimana individu melakukannya. Menurut Kenneth Burke, pemahaman tentang perilaku individu akan lebih baik jika didasarkan pada tindakan yang dilakukan. Dan dalam hal ini, teori seni drama menitikberatkan pada aspek ekspresif/impressionis yang diwujudkan dalam aktivitas perilaku manusia. Ini berarti, oleh karena itu, dalam aktivitas yang dilakukan oleh seorang individu, ada cara-cara di mana dia mengekspresikan dirinya atau mengungkapkan apa yang dia rasakan saat berinteraksi dengan lawan ekspresif (Ritzer & Stepnisky, 2018).

Berasal dari perilaku manusia yang ekspresif, kemudian menjadikan manusia untuk bersifat dramatik. Manusia kemudian akan bernegosiasi dengan orang lain yang juga menunjukkan makna. Oleh karena itu, tindakan orang seperti itu tidak dinilai sebagai konsekuensi dari pengaruh eksternal, tetapi sebagai penguasa nasib mereka sendiri. Maka inti dari teori seni drama Goffman adalah bagaimana seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain kemudian mengembangkan dan mengelola citra dirinya dengan membangun citranya dan mengelola

kesannya terhadap orang lain dengan penonton. Menurut Goffman, ego bukan milik aktor, tetapi interaksi dramatis antara aktor dan penonton.

2. Pendekatan

Teori ini diri merupakan pengaruh dramatis yang timbul dari adanya suasana yang ditampilkan. Karena diri merupakan interaksi dramatis, maka selama penampilannya akan mudah terganggu (Ritzer & Stepnisky, 2018). Pendekatan teori dramaturgi Goffman ini menggunakan analogi teatrikal, dimana di dalamnya meliputi:

a) Panggung Depan (Front Stage)

Goffman menempatkannya sebagai sebuah pertunjukkan yang sedang ditampilkan kepada audiens (Ritzer & Stepnisky, 2018). Kehidupan media sosial masyarakat *cyber* di TikTok disini ditempatkan sebagai panggung depan yang digunakan dalam penelitian ini. Pengguna TikTok disini menggunakan TikTok sebagai tempat untuk memainkan peran tertentu sesuai dengan tujuannya ketika menggunakan media sosial tersebut. Seperti menaikkan status sosial mereka dan mendapatkan perhatian penonton di TikTok atau yang biasa disebut dengan followers. Sedangkan TikTok adalah media sosial yang pas menjadi sentral. Karena TikTok membeikan ruang bagi para penggunanya untuk menunjukkan dirinya sebagaimana yang ia inginkan. TikTok pun memiliki pengguna yang sangat beragam, mulai dari kalangan usia muda sampai usia tua dan dari berbagai kalangan serta status sosial yang berbeda-beda. Dan dengan adanya hal tersebut menjadikan karakter yang sedang diperankan pengguna media sosial TikTok dengan lebih mudah ditonton oleh seluruh pengguna lainnya yang ada di media sosial tersebut. maka para penggunanya pun akan merasa lebih leluasa dan lebih mudah untuk membangun citra dirinya di dunia maya.

b) Panggung Belakang (Back Stage)

Panggung belakang sendiri merupakan bagian dari para aktor yang melakukan perannya untuk melakukan kegiatan seperti persiapan, latihan, beristirahat, dan kegiatan lainnya yang dapat membantu para aktor sebelum tampil di panggung depan. (Ritzer & Stepnisky, 2018). Di dalam penelitian ini, panggung belakang yang dimaksud adalah bagian dimana dan bagaimana para pengguna media sosial TikTok melakukan upaya yang digunakan untuk menunjang karakter yang akan diperankannya ketika berada di hadapan audiens atau panggung depan. Pada umumnya, para pengguna media sosial melakukan persiapan seperti proses riset terkait apa yang akan dikatakannya di media sosial, melakukan setting tempat, melakukan editing agar konten yang ditampilkan lebih menarik, serta persiapan sebelum melakukan interaksi dengan audiensnya di media sosial.

c) Self-presenting

Presentasi diri adalah proses di mana seseorang membangun citra dirinya di depan orang lain tentang dirinya. Seseorang akan dengan sengaja menerapkan strategi tertentu untuk menimbulkan kesan dan pengalaman dirinya pada orang lain. Menurut pemikiran Goffman, ekspresi diri adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang untuk mendefinisikan situasi dan identitas sosial. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi apakah interaksi itu sesuai atau tidak dengan situasi yang ada (Goffman, 1959). Taylor, Pepperland dan Sears menganggap ekspresi diri sebagai proses manajemen hubungan (Taylor, Peplau, & Sears, 2009). Sementara Byrnedan Baron berasumsi bahwa seseorang secara naluriah akan membentuk ekspresi diri yang menyenangkan, tujuannya adalah untuk membuat kesan yang baik pada satu orang atau lebih dalam situasi yang berbeda (Baron & Byrne, 2004).

3. Dramaturgi Dalam Perspektif Islam

Kehidupan sosial sehari-hari tentunya kita tidak akan jauh dari persoalan agama. Karena pada kenyataannya agama berfungsi sebagai pedoman, penangkal kebingungan, serta dapat menjadi petunjuk ketika seseorang dalam berperilaku. Hal ini juga dapat kita temui tentang niat seseorang yang beragama dalam menampilkan dirinya ketika berada di depan umum. Dramaturgi dalam perspektif Islam mengkaji fenomena sosial dengan menggunakan metafora panggung teater. Dalam kajian ini, manusia dianggap sebagai aktor yang berperan dalam berbagai situasi dan konteks. Aktor tersebut melakukan pengelolaan kesan (impression management) untuk menciptakan citra diri yang diinginkan di hadapan audiens atau penonton. Dalam perspektif Islam, pengelolaan kesan harus dilakukan dengan berpedoman pada nilai-nilai Islam dan tidak bertentangan dengan syariat.

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى

“Sesungguhnya segala perbuatan itu bergantung pada niatnya, dan setiap orang akan mendapatkan apa yang diniatkannya”

Kajian hadist ini menjelaskan pengelolaan kesan juga harus didasari dengan niat, bahwa segala sesuatu yang akan kita lakukan bergantung pada niat awal kita ketika ingin melakukan sesuatu, dan segala sesuatu yang kita lakukan akan mendapatkan balasan sesuai dengan apa yang kita niatkan. Ketika kita melakukan sesuatu karena kebaikan, tentunya kita juga akan mendapatkan balasan kebaikan dari apa yang kita niatkan untuk kebaikan tersebut. Dalam hal ini, agama meminta kita untuk mengelola impresi kita dan menampilkan diri kita dengan tampilan dan niat yang baik.

4. Dramaturgi dan Efek Disinhibisi *Online*

Teori dramaturgi dan efek disinhibisi *online* adalah dua konsep yang berkaitan dengan interaksi sosial manusia. Teori dramaturgi adalah teori yang menggambarkan kehidupan sosial sebagai bentuk pertunjukan drama di atas panggung, di mana setiap individu memerankan peran tertentu dan menampilkan diri sesuai dengan situasi dan tujuan. Sedangkan, Efek disinhibisi *online* adalah fenomena psikologis yang terjadi ketika seseorang merasa lebih bebas dan berani untuk mengekspresikan diri secara jujur atau agresif di dunia maya, tanpa takut akan konsekuensi sosial. Kedua konsep ini dapat digunakan untuk menganalisis perilaku manusia di era digital, seperti cyberbullying, identitas *online*, komunikasi interpersonal, dan lain-lain.

Dramaturgi dan Efek Disinhibisi *Online* saling berkaitan karena Efek Disinhibisi *Online* dapat mempengaruhi bagaimana seseorang ketika tampil ketika berada di depan umum. Terutama ketika seseorang menampilkan dirinya ketika berada di depan media sosial. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suler (2004) seseorang akan cenderung untuk lebih berani untuk menampilkan dirinya dan melakukan sesuatu yang beresiko ketika berada di media sosial dikarenakan beberapa faktor seperti Invisibilitas, Anonimitas, Introjeksi Solipsistik, Dissociative Imagination, Asinkronitas, dan Minimalisasi Wewenang. (Suler, 2004).

Media sosial dapat ditempatkan seperti konsep dramaturgi yang dimiliki oleh Erving Goffman. Dimana panggung depan seseorang ketika menggunakan media sosial ialah konten-konten yang ia tampilkan, sedangkan untuk panggung belakang ditempatkan ketika seseorang mempersiapkan dirinya sebelum membuat kontennya tersebut, dan bagaimana seseorang ketika berada di kehidupan aslinya. Hal ini menjadi menarik, dengan adanya perpindahan tempat panggung depan dan panggung belakang tersebut memberikan ruang untuk fenomena disinhibisi *online* masuk dan memengaruhi bagaimana seseorang ketika berada di media sosial.

Adanya perbedaan antara seseorang ketika berada di kehidupan nyata dan ketika seseorang berada di media sosial menjadi sesuatu yang baru dan unik untuk dikaji. Disinhibisi *online* dapat masuk kedalam bagaimana seseorang menampilkan dirinya ketika berada di media sosial sebagai panggung depan, dan bagaimana seseorang mempersiapkan dirinya ketika berada di panggung belakang, serta dapat memengaruhi bagaimana seseorang menampilkan citra dirinya ketika berada di media sosial.

B. Efek Disinhibisi *Online*

1. Pengertian

Disinhibition Online merupakan sebuah fenomena di mana individu ketika di dunia maya melakukan atau mengatakan hal-hal yang tidak akan mereka katakan atau lakukan dalam situasi “kehidupan nyata” karena mereka merasa kurang terkendali dan mampu mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas (Suler, 2004). Efek disinhibisi *Online* ini kemudian membuat para pengguna media sosial menjadi lebih berani untuk melakukan hal-hal yang pada umumnya tidak dilakukan di dunia nyata dan hanya dilakukan ketika berada di dunia maya. Secara harfiah kata disinhibisi dijelaskan dalam KBBI merupakan kehilangan atau penurunan proses penghambatan fisiologis atau psikologis oleh suatu hal tertentu. Sedangkan *online* atau daring merupakan kondisi ketika kita sedang berada di jaringan internet. Sehingga secara bahasa disinhibisi *Online* merupakan keadaan dimana seseorang kehilangan atau adanya penurunan proses penghambatan fisiologis atau psikologis yang disebabkan oleh suatu hal tertentu ketika seseorang sedang menggunakan internet.

Dapat dipahami bahwa efek disinhibisi *online* adalah fenomena di mana individu di dunia maya melakukan atau mengatakan hal-hal yang tidak akan mereka katakan atau lakukan dalam situasi “kehidupan nyata”

karena mereka merasa kurang terkendali dan mampu mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas (Suler, 2004). Dunia *online* menyediakan konteks di mana isyarat sosial utama tidak terkait dengan perilaku yang sesuai (Kurek et al., 2019). Ada dua jenis efek disinhibisi *online* yang dijelaskan dalam literatur.

Pertama adalah disinhibition jinak yaitu ketika seseorang merasa termotivasi untuk berbagi detail pribadi, emosi tersembunyi, ketakutan, dan keinginan di dalam jejaring internet. Sebagai contoh, seseorang yang merasa cemas secara sosial mungkin akan merasa lebih mampu untuk mengekspresikan diri ketika dalam lingkungan *Online* (Scott, Stuart, & Barber, 2021). Efek disinhibisi *online* jinak adalah fenomena di mana orang merasa lebih nyaman untuk mengekspresikan diri mereka secara *online* dengan cara yang mungkin tidak mereka lakukan dalam kehidupan nyata. Ini dapat memiliki hasil positif seperti pengungkapan diri, dukungan emosional, dan perilaku prososial. Misalnya, beberapa orang mungkin membagikan perasaan pribadinya atau meminta bantuan di platform media sosial dengan lebih mudah daripada dalam situasi tatap muka. Efek disinhibisi *online* jinak dapat dipengaruhi oleh faktor situasional seperti anonimitas, tembus pandang, dan kurangnya kontak mata.

Kedua adalah disinhibisi beracun yang dapat disamakan dengan “troll” modern; contohnya termasuk bahasa kasar, kritik keras, kemarahan, kebencian, atau ancaman (Barak, Hen, Boniel-Nissim, & Shapira, 2008). Efek disinhibisi *online* beracun adalah jenis disinhibisi *online* yang menunjukkan peningkatan kecenderungan terhadap perilaku *online* yang menyala-nyala dan tidak pantas. Ini sering berisi seperti bahasa yang tidak bersahabat, umpatan, dan bahkan ancaman. Norma ini menggambarkan efek samping negatif dari hilangnya hambatan di dunia maya. Perilaku antisosial yang disebabkan oleh toxic disinhibition tidak hanya terjadi di berbagai platform *online* seperti blog, situs kebencian, dan kolom komentar, tetapi juga ada dalam berbagai bentuk yang mencakup cyberbullying, social loafing, dan lainnya. Salah satu faktor yang dapat

menyebabkan disinhibisi *online* beracun adalah anonimitas, yang berarti pengguna tidak mengungkapkan identitas atau informasi pribadi mereka yang sebenarnya secara *online*. Anonimitas dapat membuat pengguna merasa lebih aman dan kurang bertanggung jawab atas tindakan mereka secara *online*, dan juga dapat mengurangi empati mereka terhadap orang lain. Toxic *online* disinhibition dapat berdampak negatif baik bagi pelaku maupun korbannya, seperti tekanan psikologis, rendah diri, depresi, kecemasan, bahkan pikiran untuk bunuh diri.

Disinhibisi *online* adalah pendorong penting perilaku positif dan negatif orang di lingkungan *online*. Seseorang mungkin merasa lebih nyaman berbagi informasi secara *online* daripada berbagi informasi dengan seseorang secara langsung. Disinhibisi *online* juga merupakan konsep penting untuk dipahami karena merupakan salah satu faktor kunci yang terkait dengan agresi siber, perundungan siber, ujaran kebencian, dan berbagai bentuk perilaku menyimpang di lingkungan *online* (Cheung, Nability-Grover, & Thatcher, 2020).

2. Karakteristik Efek Disinhibisi *Online*

Suler (2004) merangkum enam karakteristik yang umum dipelajari dari disinhibisi *online*: Anonimitas Dissosiatif, Invisibilitas, asinkronisitas, Introjeksi Solipsistik, imajinasi disosiatif, dan minimalisasi status dan otoritas. Aspek-aspek ini dapat berinteraksi dan melengkapi satu sama lain, menciptakan efek yang lebih kompleks dan intensif (Barak, Hen, Boniel-Nissim, & Shapira, 2008), serta meningkatkan dan mendorong keterbukaan diri. Studi telah mendukung bahwa pengungkapan diri meningkat secara signifikan di lingkungan digital bila dibandingkan dengan interaksi tatap muka (Scott & Turner, 2007). Ukuran terbaru dikembangkan dan divalidasi untuk enam karakteristik disinhibisi *online* (Cheung, Nability-Grover, & Thatcher, 2020) dan digunakan dalam penelitian ini. Di bawah ini, enam dimensi disinhibition *online* dijelaskan lebih detail.

a) Anonimitas Dissosiatif

Merupakan sebuah kesempatan ataupun kemungkinan seseorang untuk melakukan perubahan ataupun menutupi identitas aslinya selama berada di dalam lingkungan yang terhubung dengan jaringan atau *Online* (Suler, 2004). Adanya Anonimitas Dissosiatif ini dapat menurunkan kesadaran diri terhadap perilaku, memfasilitasi perilaku prososial dan juga dapat meningkatkan koneksi yang dilakukan secara *Online* (Morahan-Martin & Schumacher, 2003)

b) Invisibilitas

Invisibilitas adalah keadaan dimana seseorang merasa menjadi tidak terlihat ketika melakukan sesuatu di jejaring internet. Invisibilitas, juga dapat mendorong seseorang untuk merasa tidak khawatir tentang penampilan atau suara mereka yang disampaikan di jejaring internet meskipun identitasnya diketahui oleh orang lain. Adanya Invisibilitas ini juga dapat meningkatkan kemungkinan bagi seseorang untuk menjelajahi area di internet yang tidak biasa mereka lakukan, seperti pornografi, aktivitas kriminal, dan kekerasan. Invisibilitas juga dapat membuat seseorang dengan lebih leluasa memperhatikan aktivitas *user* lain secara diam-diam.

c) Asinkronitas

Asinkronitas merupakan suatu kondisi dimana seseorang tidak perlu secara terus menerus terhubung dengan orang lain, atau dengan kata lain kondisi dimana seseorang tidak akan mendapatkan reaksi secara langsung dari apa yang dilakukannya (Edmondstone, 2016). Karena adanya rentang antara aksi dan reaksi tersebut kemudian mendorong seseorang untuk merasa nyaman untuk melakukan sesuatu. Edmondstone (2016) menemukan bahwa ketika seseorang makin merasa nyaman, maka

jumlah informasi yang akan dibagikan juga akan semakin meningkat terlepas dari adanya asinkronitas itu sendiri.

d) Introjeksi Solipsistik

Introjeksi Solipsistik adalah keadaan dimana seseorang merasakan suara atau gambar orang lain dalam pikirannya ketika komunikasi secara *online* (Suler, 2004). Faktor ini terjadi dikarenakan kurang adanya isyarat visual dan verbal yang biasa didapatkan ketika berbicara secara langsung. Sehingga seorang pengguna akan menangkap pesan dengan suara yang ada di pikiran mereka sendiri dengan bertumpu pada gambaran perilaku, suara, dan tampilan orang lain di media sosial.

e) Imajinasi Disosiatif

Imajinasi Disosiatif adalah situasi di mana seseorang secara sadar atau tidak sadar menciptakan diri imajiner di jejaring sosial di mana mereka hanyalah permainan di dunia *online* tanpa standar dan tanggung jawab dunia nyata.

f) Minimalisasi Status dan Otoritas

Minimalisasi otoritas dianggap sebagai sejauh mana individu merasakan tidak adanya atau berkurangnya pengaruh figur otoritas kehidupan nyata di lingkungan *online* (Suler, 2004). Hal tersebut disebabkan karena di dalam jejaring internet semua orang merasa setara serta memiliki peluang yang sama untuk menyuarakan diri, dan pada akhirnya membuat para penggunanya merasa bebas melakukan apapun sesuai kehendaknya ketika berada di jejaring internet.

Studi tahun 2003 mencatat bahwa ketika di dalam jejaring internet, seseorang akan merasakan tidak ada status, prestise, kelas, dan daya tarik, yang menciptakan lingkungan yang aman dan berisiko rendah untuk terlibat dengan orang lain (Morahan-Martin & Schumacher, 2003); kemudian, pada akhirnya kurangnya otoritas yang dirasakan ini dapat menyebabkan perilaku kasar atau

trolling. seseorang mungkin lebih enggan untuk mengatakan apa yang mereka pikirkan dan rasakan jika figur otoritas hadir, tetapi secara *online*, hal ini tidak dapat terjadi secara langsung, sehingga muncul lah perilaku yang melenceng dan berlebihan.

BAB III

ERA DIGITAL DAN KETERGANTUNGAN PADA MEDIA SOSIAL

A. Komunikasi Digital dengan Media Sosial

1. Pertumbuhan dan Perkembangan Media Sosial

Komunikasi digital melalui media sosial telah mengubah cara kita berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial memungkinkan kita untuk terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia dan menjalin hubungan sosial secara *online*. Kita dapat mencari teman lama, menghubungi keluarga yang jauh, atau membuat koneksi baru dengan orang-orang yang memiliki minat dan tujuan yang sama. Anda dapat mengirim pesan teks, gambar, video, atau audio kepada teman atau kelompok tertentu. Yang mana hal ini dapat memudahkan komunikasi sehari-hari, seperti mengatur pertemuan, berkoordinasi dalam proyek, atau hanya sekadar berbagi informasi (Watie, 2011).

Sejarah pertumbuhan media sosial dimulai sejak awal perkembangan internet pada tahun 1990-an. Awal mula media sosial berawal dari situs web SixDegrees.com, situs tersebut diluncurkan pada tahun 1997, dianggap sebagai salah satu situs web pertama yang menggambarkan fitur-fitur sosial yang mirip dengan media sosial modern. Situs ini memungkinkan pengguna untuk membuat profil, membuat daftar teman, dan mengirim pesan kepada teman-teman mereka. Kemudian pada tahun 2002, Friendster menjadi situs web sosial pertama yang mendapatkan popularitas yang signifikan. Friendster memungkinkan pengguna untuk membuat profil, menambahkan teman, dan berkomunikasi dengan pengguna lain melalui pesan dan komentar. Ini menjadi model dasar bagi platform-platform sosial yang akan datang. Kemudian pada tahun 2003, MySpace diluncurkan dan menjadi salah satu situs web sosial paling populer pada saat itu. MySpace memungkinkan pengguna untuk membuat profil yang lebih kreatif dengan mendesain tata letak dan menggunakan musik atau video di latar belakang profil mereka. Hal ini membuat MySpace menjadi platform yang populer di kalangan musisi dan artis.

Facebook tumbuh pesat menjadi salah satu media sosial terbesar dan paling berpengaruh di dunia. Diluncurkan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg, Facebook telah menjadi salah satu media sosial terbesar di dunia (Insider, 2021). Awalnya ditujukan untuk mahasiswa Harvard, Facebook kemudian diperluas ke perguruan tinggi dan universitas lainnya, sebelum akhirnya tersedia untuk semua orang di atas usia 13 tahun. Facebook menyediakan berbagai fitur seperti membuat profil, berbagi pembaruan, mengunggah foto dan video, serta berinteraksi dengan teman-teman melalui komentar dan pesan. Mark Zuckerberg, pendiri Facebook, memainkan peran penting dalam mengembangkan dan mengubah media sosial seperti yang kita kenal saat ini. (META, 2022)

Setelah adanya masa kejayaan Facebook tersebut kemudian muncul lah media sosial – media sosial lainnya yang tak kalah menarik dengan Facebook dengan bentuknya yang beragam. Seperti contohnya Twitter. Diluncurkan pada tahun 2006, Twitter memperkenalkan format mikroblogging yang membatasi pesan hingga 280 karakter. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima pesan singkat yang disebut "tweet." Twitter dengan cepat menjadi platform populer untuk berbagi berita, pemikiran, dan konten viral dalam format yang sederhana dan langsung.

Kemudian berlanjut ke Instagram. Diluncurkan pada tahun 2010, Instagram awalnya berfokus pada berbagi foto dengan filter dan efek visual. Platform ini dengan cepat mendapatkan popularitas yang besar, terutama di kalangan pengguna muda. Instagram kemudian memperluas fitur-fiturnya dengan memungkinkan pengguna untuk mengunggah video pendek dan memperkenalkan fitur-fitur seperti Stories dan IGTV. Hingga yang terbaru adalah Media Sosial TikTok. Diluncurkan pada tahun 2016 oleh perusahaan China ByteDance, TikTok menjadi fenomena global dalam beberapa tahun terakhir. Platform ini berfokus pada video pendek yang dikreasikan oleh pengguna, sering kali disertai dengan tarian, pantomim, atau tantangan. TikTok menarik banyak perhatian dari kalangan muda dan telah menciptakan bintang-bintang baru dalam industri hiburan digital.

Perkembangan media sosial terus berlanjut dan terpengaruh oleh faktor-faktor seperti teknologi baru, tren pengguna, dan perubahan sosial. Tren baru dan platform-platform inovatif mungkin muncul seiring berjalannya waktu, mengubah lanskap media sosial lebih lanjut. Hal ini juga ditunjukkan dengan adanya peningkatan pengguna internet di setiap tahunnya.

Tabel 2 Data Peningkatan Jumlah Pengguna Internet

No	Tahun	Persentase Peningkatan	Jumlah Pengguna (Dalam Juta)
1	2012	11.7%	2.177
2	2013	10.7	2.431
3	2014	8.3	2.692
4	2015	12.5	2.916
5	2016	10.9	3.282
6	2017	8.5	3.640
7	2018	6.6	3.950
8	2019	4.9	4.212
9	2020	7.7	4.418
10	2021	4.0	4.758
11	2022	-	4.950

Sumber: Digital Global Overview Report 2022

Media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi berbagai jenis konten, termasuk foto, video, artikel, meme, dan lainnya. Penggunaannya dapat membagikan momen penting dalam hidup Anda, mengekspresikan pikiran dan pendapat, atau menyebarkan informasi yang mereka anggap penting. Selain itu Media sosial juga memberikan kesempatan bagi pengguna untuk memberikan komentar dan tanggapan terhadap konten yang diposting oleh orang lain. Hal ini dapat memfasilitasi diskusi, pertukaran pendapat, dan interaksi sosial yang lebih luas.

Perlu diingat bahwa komunikasi digital melalui media sosial juga memiliki tantangan dan risiko. Misalnya, penyebaran informasi yang tidak benar, penyalahgunaan privasi, atau perilaku tidak etis. Oleh karena itu,

penting untuk menggunakan media sosial dengan bijak dan memperhatikan keamanan dan privasi pribadi Anda.

2. Ragam Jenis dan Bentuk Media Sosial

Saat ini, sangat banyak bermunculan media sosial baru yang ada di internet yang memiliki bentuk dan kegunaannya sendiri. Bungin (2021) mengelompokkan media sosial yang ada pada saat ini menjadi 10 kelompok yang memiliki fungsinya tersendiri sesuai dengan keperluan dari penggunaannya itu sendiri, diantaranya adalah forum diskusi, *Bookmarking And Content Curation Network*, *Blogging and Publishing Network*, *Social Shopping Network*, *Interest Based Network*, *Sharing Economy Network*, *Anonymous Social Network*, *Consumer Review Networks*, *Social Networkers*, Serta *Media Sharing Networks*.

Bentuk saat ini yang mendominasi adalah dari social networkers serta media sharing network. Tak jarang juga didapati bentuk media sosial *social networkers* dan *media sharing network* kini berkembang dan mengadopsi fitur dari satu sama lain. Dalam hal ini pun terdapat berbagai jenis media sosial gabungan media sosial *Social Networkers* dan *Media Sharing* yang populer dan digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Diantaranya adalah:

a) Facebook

Facebook tetap menjadi salah satu platform media sosial terbesar dan paling populer. Ini menyediakan berbagai fitur seperti berbagi status, foto, dan video, serta memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan kelompok yang memiliki minat yang sama.

b) Instagram

Instagram adalah platform berbagi foto dan video yang populer. Pengguna dapat mengunggah foto dan video, menerapkan filter, dan membagikannya dengan pengikut mereka. Instagram juga menawarkan fitur seperti cerita (stories) dan IGTV untuk konten video yang lebih panjang.

c) Twitter:

Twitter adalah platform media sosial yang fokus pada berbagi pesan pendek atau "tweet" dengan panjang terbatas. Pengguna dapat mengirim tweet untuk berbagi pemikiran, berita, dan konten

lainnya. Twitter juga digunakan secara luas untuk melacak berita terkini dan memulai atau bergabung dalam percakapan yang sedang tren.

d) TikTok

TikTok adalah platform video pendek yang populer, di mana pengguna dapat membuat dan berbagi video kreatif dengan musik latar dan efek visual. TikTok memiliki fitur-fitur seperti duet dan tantangan (challenges) yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berpartisipasi dalam tren yang sedang berlangsung.

e) Snapchat

Snapchat adalah platform media sosial yang terkenal dengan fitur pesan yang menghilang dan konten yang sementara. Pengguna dapat mengirim pesan teks, foto, dan video yang hanya bisa dilihat dalam waktu terbatas.

Perlu dicatat bahwa daftar ini hanya mencakup beberapa ragam media sosial yang populer pada saat ini, dan terdapat juga platform lain yang mungkin memiliki penggunaan dan tujuan yang berbeda. Selain itu, perkembangan media sosial terus berlanjut, dengan munculnya platform baru dan perubahan dalam tren penggunaan yang dapat terjadi dari waktu ke waktu.

3. Keunikan Media Sosial dan Perbedaannya

Media sosial yang ada saat ini memiliki berbagai keunikan dan perbedaan dalam hal fitur, tujuan, dan cara penggunaannya. Berikut adalah beberapa keunikan dan perbedaan yang dapat ditemukan di media sosial saat ini:

a) Format Konten:

1) Gambar dan Video:

Platform seperti Instagram, TikTok, dan Snapchat fokus pada berbagi gambar dan video sebagai konten utama. Mereka menawarkan fitur-fitur seperti filter, efek kreatif, dan editing yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan konten yang menarik secara visual.

2) Teks Pendek:

Twitter membatasi panjang pesan menjadi tweet dengan jumlah karakter terbatas, sehingga memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan secara singkat dan langsung.

b) Fitur Interaktif:

1) Stories:

Instagram, Snapchat, dan Facebook menyediakan fitur cerita (stories) yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten yang bersifat sementara dan akan hilang setelah beberapa waktu.

2) Live Streaming:

Banyak platform media sosial, termasuk Instagram, Facebook, dan YouTube, menawarkan fitur live streaming yang memungkinkan pengguna untuk mengirim video secara langsung kepada pengikut mereka.

3) Reaksi dan Komentar:

Pengguna dapat memberikan reaksi seperti "like", "love", atau "angry" serta mengomentari postingan pengguna lain, memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan real-time.

c) Tujuan dan Fokus:

1) Sosial dan Personal:

Facebook, Instagram, dan Snapchat memiliki fokus pada hubungan sosial dan memperbarui kehidupan pribadi pengguna. Mereka memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan komunitas mereka.

2) Konten Visual Kreatif:

TikTok dan Instagram menonjolkan aspek kreativitas dan menginspirasi pengguna untuk membuat konten visual yang menarik dan inovatif.

3) Profesional dan Bisnis:

LinkedIn lebih berfokus pada aspek profesional dan membantu pengguna membangun jaringan bisnis serta menemukan peluang karier.

d) Model Monetisasi:

1) Iklan:

Banyak platform media sosial mengandalkan iklan sebagai sumber pendapatan utama mereka. Iklan yang ditargetkan dapat muncul dalam feed berita atau di antara konten pengguna.

2) Sponsor dan Kemitraan:

Pengguna yang populer di media sosial sering kali menjalin kemitraan dengan merek atau perusahaan, yang memungkinkan mereka mendapatkan pendapatan dari promosi atau penempatan produk dalam konten mereka.

Perbedaan dalam media sosial saat ini tercermin dalam tujuan, format konten, interaksi pengguna, dan model bisnis yang masing-masing platform tawarkan. Hal ini memungkinkan pengguna untuk memilih platform yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka, serta memanfaatkannya untuk berbagai tujuan seperti berbagi momen, mengekspresikan kreativitas, membangun hubungan profesional, atau menyuarakan kritik sosial.

Selain itu, perbedaan masing-masing media sosial juga terdapat pada algoritma dari media sosial itu sendiri. Setiap media sosial memiliki algoritma yang berbeda untuk menampilkan konten kepada penggunanya.

Algoritma ini didesain untuk memilih dan menyusun konten yang dianggap paling relevan atau menarik bagi setiap pengguna berdasarkan berbagai faktor (Curry, 2023). Berikut adalah gambaran umum tentang algoritma yang digunakan oleh beberapa platform media sosial populer:

a) Facebook:

- 1) Faktor-faktor yang memengaruhi algoritma Facebook termasuk interaksi pengguna (seperti like, komentar, dan bagikan), relevansi konten, dan popularitas konten.
- 2) Algoritma Facebook menggunakan machine learning untuk mempelajari preferensi pengguna dan menampilkan konten yang dianggap paling menarik atau relevan bagi mereka.

b) Instagram:

- 1) Algoritma Instagram berfokus pada tiga faktor utama: ketertarikan, hubungan, dan waktu.
- 2) Konten yang dianggap menarik berdasarkan interaksi pengguna sebelumnya, seperti like, komentar, dan simpanan.
- 3) Hubungan antara pengguna juga diperhitungkan, seperti sering berinteraksi dengan konten dari pengguna tertentu.
- 4) Waktu juga menjadi faktor penting, dengan konten terbaru cenderung ditampilkan lebih tinggi dalam feed.

c) Twitter:

- 1) Algoritma Twitter berupaya menampilkan konten yang paling relevan dan menarik bagi setiap pengguna.
- 2) Faktor-faktor yang memengaruhi algoritma Twitter termasuk popularitas tweet, keterlibatan pengguna, dan hubungan antara pengguna.
- 3) Twitter juga menggunakan pengaturan waktu untuk menampilkan konten terbaru dan relevan.

d) TikTok:

- 1) Algoritma TikTok didasarkan pada preferensi pengguna, interaksi sebelumnya, dan kepopuleran konten.
- 2) TikTok menggunakan machine learning untuk mempelajari preferensi pengguna dan menyusun konten yang paling relevan dan menarik bagi setiap individu.
- 3) Waktu yang dihabiskan untuk menonton konten juga menjadi faktor yang memengaruhi algoritma TikTok.

Penting untuk dicatat bahwa platform media sosial terus mengembangkan dan memperbarui algoritma mereka. Oleh karena itu, penggunaan media sosial yang berkelanjutan dan interaksi yang relevan dengan konten dapat mempengaruhi cara algoritma menampilkan konten di masa mendatang.

B. Gambaran Umum Media Sosial TikTok

1. Profil TikTok

TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna berbagi konten dalam bentuk video, menerapkan filter digital, dan kemudian memposting konten tersebut ke akun TikTok mereka. Sementara TikTok identik dengan layanan video, aplikasi TikTok lainnya

sama pentingnya dengan jejaring sosial. Aplikasi media sosial TikTok, juga dikenal sebagai Douyin, adalah platform media sosial yang berasal dari Tiongkok. Jejaring sosial berbasis video ini pertama kali diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Meskipun dapat dikatakan sebagai media sosial baru, namun penggunaan media sosial TikTok kini kian terus berkembang dan semakin tinggi. Dilansir dari *Business of Apps*, hingga Kuartal ke-3 di tahun 2022 ini, pengguna aktif bulanan TikTok mencapai 1,46 miliar (Iqbal, 2022). Hal tersebut merupakan angka yang tinggi untuk media sosial yang memiliki usia muda jika dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Twitter, ataupun Instagram yang lebih dahulu muncul.

TikTok berawal dari aplikasi Musical.ly, Musical.ly pada awalnya merupakan aplikasi pengeditan video dan karaoke yang diluncurkan pada tahun 2014 oleh pengembang Cina Alex Zhu dan Luyu Yang. Kemudian pada tahun 2016 Musical.ly mendapatkan popularitas di seluruh dunia dan terutama di kalangan pengguna media sosial muda. Kemudian, aplikasi ini menjadi terkenal karena fitur-fiturnya yang memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek, menambahkan musik, dan mengeditnya secara langsung melalui ponselnya. Pada tahun 2017 kemudian Musical.ly dibeli oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi di Tiongkok. ByteDance membeli Musical.ly dengan harga sekitar \$1 miliar pada November 2017 dan menggabungkannya dengan aplikasi pendeknya sendiri yang bernama Douyin. Pada Agustus 2018 pun pada akhirnya Musical.ly berganti nama menjadi TikTok di luar China dan mulai menggabungkan fitur Douyin dan Musical.ly. Kemudian pada tahun 2019, TikTok menjadi sangat populer di seluruh dunia, terutama di kalangan generasi muda. Aplikasi ini memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif dan menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak diunduh di seluruh dunia. Pada tahun 2020 pun, TikTok sempat menghadapi beberapa masalah di beberapa negara, termasuk larangan penggunaannya di India dan ancaman larangan di Amerika Serikat. Namun meskipun

demikian, aplikasi ini tetap menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di seluruh dunia.

Hal ini juga terjadi di Indonesia, pada tahun 2018 silam media sosial ini sempat di blokir oleh pemerintah Indonesia karena dianggap memberikan konten negatif terhadap anak-anak. Namun hal tersebut tidak berlangsung lama setelah pihak TikTok melakukan negosiasi dengan pemerintah Indonesia dengan catatan bahwa TikTok tetap harus melakukan beberapa perubahan termasuk menghapus konten negatif yang tidak mengedukasi, membuka kantor penghubung pemerintah dan menerapkan batasan usia serta mekanisme keamanan sehingga media sosial tersebut dapat aman digunakan dan sesuai dengan aturan yang diberikan.

Pengguna media sosial TikTok semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Dilansir dari katadata.co.id pada saat pandemi pengguna TikTok meningkat hingga 20% dari sebelumnya. Bahkan tak hanya penggunanya saja yang meningkat, jumlah konten yang ada pada media sosial tersebut pun turut meningkat dan terlebih terhadap konten yang mengarah ke edukasi. Sehingga menunjukkan adanya manfaat dari adanya media sosial tersebut tidak hanya ke senang-senang saja. Namun juga ke arah pendidikan non-formal yang mengedukasi penggunanya secara tidak langsung. Konten yang ada pun kemudian hari semakin bervariasi. Bahkan hingga meranah ke kritik sosial yang menjadi fokus dari penelitian ini.

2. Fitur-Fitur TikTok

Aplikasi yang muncul 2016 silam ini kini memiliki banyak fitur yang dapat digunakan oleh para penggunanya ketika menggunakan media sosial ini. Fitur-fitur yang disediakan ini tak hanya membantu para penggunanya untuk menggunakan media sosial tiktok ini menjadi lebih leluasa, tapi juga dapat membantu penggunanya untuk mempercantik dirinya atau bahkan menggapai lebih banyak penonton. Fitur-fitur tersebut diantaranya adalah:

a) Mengikuti

Mengikuti adalah salah satu fitur utama dari media sosial ini. Dimana para penggunanya dapat mengikuti pengguna lainnya agar mendapatkan update terbaru dari akun yang ia ikuti.

b) Mengirim Pesan

Kemudian adalah fitur mengirim pesan. Akan tetapi fitur ini baru dapat digunakan ketika penggunanya sudah saling mengikuti akan dapat berkiriman pesan ketika menggunakan media sosial TikTok ini.

c) Berbagi

Fitur berbagi ini memungkinkan para penggunanya untuk mengirimkan konten yang ia temui di halaman depan dari media sosialnya. Para penggunanya dapat mengirimkan konten pengguna lainnya yang ia temui kepada pengguna lainnya dengan metode yang bervariasi. Penggunanya dapat membagikan konten yang ia temui melalui fitur pesan kepada pengguna lainnya, ataupun dengan membagikan tautan yang akan mengarahkan orang lain untuk dapat melihat konten tersebut.

d) Pos Ulang

Pada fitur pos ulang ini para pengguna TikTok dapat melakukan pos ulang konten yang ia temukan di halaman *for you* di akun media sosial tiktok miliknya. Hal ini memungkinkan konten yang ada di media sosial tiktok dapat memiliki jangkauan yang lebih luas karena di bagikan secara langsung oleh satu pengguna ke para pengikutnya.

e) Siaran Langsung

Fitur siaran langsung ini merupakan fitur yang memungkinkan para penggunanya dapat melakukan interaksi secara langsung kepada para pengikutnya. Para fitur ini para penggunanya dapat melakukan siaran langsung dengan melakukan banyak hal, mulai dari hanya berbincang biasa atau bahkan melakukan siaran

langsung permainan yang sedang dimainkan oleh penggunanya. Dalam fitur ini para penonton dapat berinteraksi dengan pengguna yang sedang melakukan siaran langsung. Bahkan para penontonya juga dapat memberikan *gift* atau hadiah kepada para pengguna yang sedang melakukan siaran langsung.

f) Posting Konten

Hal ini merupakan fitur utama yang membentuk media sosial ini. penggunanya dapat memposting konten berupa video yang dapat dipersonalisasi dengan lagu. Penggunanya dapat mengunggah konten berupa video dengan durasi maksimal 10 menit dalam setiap unggahannya. Selain itu, para penggunanya juga dapat mengunggah berupa *slide* foto yang dapat di personalisasikan dengan lagu yang kita miliki atau yang sudah disediakan oleh aplikasi TikTok itu sendiri.

g) Menyukai/*Likes*

Fitur menyukai ini adalah fitur dimana para penggunanya dapat memberikan lambang hati atau tanda suka terhadap konten yang dibuat oleh pengguna lainnya yang di temui di halaman utama. Fitur biasanya menjadi tolak ukur seberapa *viral* konten yang pengguna tersebut unggah. Semakin besar jumlah likes yang didapatkan, maka akan semakin luas lah konten tersebut menjangkau para pengguna tiktok lainnya.

h) Komentar

Fitur Komentar merupakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk memberikan tanggapan kepada konten yang di unggah oleh pengguna lainnya. Namun tak jarang, para pengguna lebih memilih untuk mematikan fitur komentar dikarenakan takut akan mendapatkan reaksi yang tidak diharapkan ataupun sudah mendapatkan reaksi yang tidak diharapkan oleh pengguna lainnya.

i) *Cerita/Story*

Fitur story merupakan fitur yang hampir sama dengan fitur posting konten yang ada pada media sosial ini. yaitu dapat mengunggah konten berupa video dan slide foto. Akan tetapi dalam fitur story ini, konten tersebut hanya akan bertahan selama 24 jam. Kemudian setelah 24 jam tersebut maka konten tersebut akan masuk kedalam arsip pengguna media sosial tersebut.

j) *Menggabungkan/Stitch*

Pada fitur ini, penggunanya dapat melakukan reaksi kepada konten yang dibuat oleh pengguna lainnya dengan menggunakan video yang kemudian di unggah sebagai sebuah konten baru.

Beberapa hal tersebut merupakan fitur yang terdapat pada aplikasi TikTok. Fitur tersebut memungkinkan para penggunanya untuk melakukan berbagai macam hal serta dapat membuat konten yang dibuat dapat tersebar dengan cepat dan luas.

3. Perbedaan TikTok dari Media Sosial Lainnya

Adanya peningkatan dalam jumlah pengguna tersebut juga dikarenakan TikTok memiliki beberapa perbedaan yang tidak dimiliki oleh media sosial lainnya. Aplikasi ini memiliki keunikannya sendiri yang semakin menarik pengguna lainnya untuk mencoba menggunakannya. Diantaranya adalah:

a) *Konten Video Pendek*

TikTok adalah platform video pendek, sehingga konten yang dibagikan biasanya hanya berdurasi beberapa detik. Hal ini berbeda dengan media sosial lain seperti Instagram atau Twitter yang lebih fokus pada gambar atau teks.

b) *Fokus pada Hiburan*

TikTok sangat fokus pada hiburan dan konten yang menghibur, dengan banyak pengguna yang berpartisipasi dalam tantangan atau memparodikan trend tertentu. Media sosial lain cenderung lebih fokus pada komunikasi atau berbagi informasi.

c) Algoritma Rekomendasi

TikTok menggunakan algoritma rekomendasi yang canggih untuk menentukan konten yang ditampilkan pada feed pengguna. Algoritma ini didasarkan pada preferensi dan perilaku pengguna, dan seringkali memungkinkan konten menjadi viral dengan sangat cepat.

d) Pengguna Muda

TikTok lebih populer di kalangan pengguna muda, terutama di kalangan generasi Z. Hal ini berbeda dengan media sosial lain seperti Facebook atau LinkedIn, yang lebih populer di kalangan pengguna yang lebih tua.

e) Musik dan Suara

TikTok menempatkan musik dan suara dalam posisi sentral, dengan banyak pengguna yang menambahkan musik dan suara ke dalam video mereka. Media sosial lain biasanya lebih fokus pada teks atau gambar.

f) Kurasi Konten yang Ketat

TikTok menerapkan kurasi konten yang ketat dan secara aktif menghapus konten yang dianggap tidak pantas atau melanggar kebijakan platform. Hal ini berbeda dengan media sosial lain seperti Twitter yang sering dikritik karena tidak cukup menangani konten yang tidak pantas.

Kesimpulannya, TikTok memiliki banyak perbedaan dengan media sosial lainnya, seperti fokus pada video pendek, pengguna muda, dan kurasi konten yang ketat. Hal ini membuat TikTok menjadi platform media sosial yang unik dan menarik bagi pengguna di seluruh dunia.

4. Kelebihan dan Kekurangan TikTok

Meskipun aplikasi ini sangat populer di kalangan masyarakat terutama para pengguna muda. Akan tetapi tentunya Aplikasi ini memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan yang dapat mempengaruhi jumlah tingkat penggunaannya sesuai dengan preferensi dari penggunaannya. Berikut ini adalah beberapa kelebihan dari media sosial TikTok:

a) Konten Menarik dan Menghibur

TikTok menampilkan konten yang menarik dan menghibur, dengan berbagai macam video pendek seperti tantangan, tarian, dan

lip-sync. Konten yang diproduksi oleh pengguna TikTok cenderung menghibur dan menyenangkan, sehingga membuat platform ini sangat populer di kalangan pengguna muda.

b) Algoritma Rekomendasi yang Efektif

TikTok menggunakan algoritma rekomendasi yang canggih untuk menampilkan konten yang paling sesuai dengan preferensi pengguna. Algoritma ini memungkinkan konten menjadi viral dengan cepat, sehingga membuat konten viral di TikTok bisa menjadi pengalaman yang menyenangkan dan bermanfaat bagi para kreator konten.

c) Meningkatkan Kreativitas

TikTok memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui video pendek. Banyak pengguna TikTok yang menganggap platform ini sebagai sarana untuk mengasah keterampilan kreatif dan berkolaborasi dengan orang-orang dari seluruh dunia.

Meskipun memiliki kelebihan yang cukup baik, akan tetapi aplikasi ini tentunya juga memiliki kekurangan yang juga dapat menjadi pertimbangan ketika ingin terus menggunakan aplikasi ini. Diantaranya adalah:

a) Konten yang Tidak Pantas

TikTok telah dikritik karena kurangnya pengawasan terhadap konten yang tidak pantas atau melanggar hukum. Meskipun platform ini memiliki kurasi konten yang ketat, masih ada beberapa kasus di mana konten yang tidak pantas berhasil lolos.

b) Potensi Kecanduan

Seperti platform media sosial lainnya, TikTok memiliki potensi untuk membuat penggunanya kecanduan. Banyak pengguna yang menghabiskan waktu yang terlalu lama di TikTok, sehingga mengganggu produktivitas dan kehidupan sosial mereka.

c) Privasi dan Keamanan Data

TikTok telah dikritik karena kekhawatiran tentang privasi dan keamanan data pengguna. Beberapa negara, termasuk Amerika Serikat, telah mengeluarkan peringatan dan bahkan larangan terhadap TikTok karena khawatir data pengguna akan diambil oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Kesimpulannya, TikTok memiliki kelebihan dalam konten menarik dan menghibur, algoritma rekomendasi yang efektif, dan meningkatkan kreativitas penggunanya. Namun, ada beberapa kekurangan seperti konten yang tidak pantas, potensi kecanduan, dan masalah privasi dan keamanan data. Oleh karena itu, sebagai pengguna TikTok, penting untuk menyadari potensi risiko dan menggunakannya dengan bijak.

5. Jenis Konten yang Ada di Media Sosial TikTok

Adanya pengguna yang mencapai jutaan pengguna di setiap harinya, tentu saja tiktok memiliki konten yang beragam di dalam media sosialnya. Pengguna yang dapat mengunggah apa saja selama masih didalam batasan tentunya juga menjadikan konten konten yang ada di media sosial TikTok ini menjadi sangat bervariasi. Berdasarkan observasi yang saya lakukan terhadap media sosial TikTok saya menemukan beberapa jenis konten yang ada di media sosial tiktok, diantaranya adalah:

a) Tutorial

Video yang memberikan panduan atau cara melakukan sesuatu, misalnya seperti mengedit video, memasak, make up, dll¹².

b) Tips and Trick

Video yang memberikan saran atau trik yang bermanfaat untuk pengguna, misalnya tips keuangan, tips menabung, tips investasi, dll¹².

c) Hashtag Challenge

Video yang mengajak pengguna lain untuk menunjukkan kreativitas mereka dengan menggunakan tagar tertentu, misalnya #shopeehaulcheck, #tiktoktravel, #tiktokdance, dll.

d) Konten Edukasi

Video yang memberikan informasi atau pengetahuan yang berguna untuk pengguna, misalnya tentang sejarah, budaya, bahasa, dll.

e) Dance Challenge

Video yang menampilkan gerakan tari yang menarik atau lucu yang bisa ditiru oleh pengguna lain.

f) Testimoni Produk

Video yang memberikan ulasan atau pendapat tentang produk tertentu yang sudah dicoba oleh pengguna.

g) Unboxing Produk:

Video yang memperlihatkan proses membuka kemasan produk baru dan menampilkan isi atau fitur produk tersebut.

h) Konten “A Day in My Life...”

Video yang menceritakan kegiatan sehari-hari pengguna dengan gaya yang menarik atau unik.

i) Konten OOTD

Video yang menampilkan pakaian atau gaya berbusana pengguna dengan berbagai tema atau situasi.

j) Behind the Scene:

Video yang menunjukkan proses pembuatan konten lain di TikTok atau kehidupan di balik layar suatu brand atau perusahaan.

k) Konten “Life at...”

Video yang menceritakan pengalaman atau cerita menarik tentang bekerja atau belajar di suatu tempat.

l) Promosional

Video yang mempromosikan produk, layanan, event, giveaway, atau hal lain yang ditawarkan oleh suatu brand atau perusahaan.

m) Membahas Topik yang Trend

Video yang mengomentari atau memberikan pendapat tentang topik yang sedang populer atau viral di media sosial.

n) Video Sketsa

Video yang bersifat humor dan biasanya mengenai kehidupan sehari-hari.

o) Video Duet

Video yang menampilkan dua pengguna yang berinteraksi atau bereaksi terhadap konten lain di TikTok.

p) Re-create Video yang Sedang Tren

Video yang meniru atau membuat versi baru dari konten lain yang sedang tren di TikTok.

q) Rekomendasi Tempat

Video yang merekomendasikan tempat-tempat menarik untuk dikunjungi atau dinikmati oleh pengguna.

Beberapa jenis konten yang ditampilkan oleh TikTok diatas tentunya menjadikan TikTok sebagai salah satu media sosial yang memiliki variasi yang tinggi dan luas sehingga dapat menarik pengguna lainnya untuk juga ikut menggunakan media sosial TikTok. Hal ini juga menjadikan TikTok sebagai aplikasi yang informatif dan dapat memberikan apapun yang penggunanya cari atau temukan.

C. Demografi Pengguna TikTok

1. Jumlah Pengguna TikTok berdasarkan Usia

Jumlah pengguna TikTok diestimasikan akan mencapai 1,8 miliar orang pada akhir tahun 2022. Pada Q1 tahun 2022, TikTok mencatatkan jumlah pengguna aktif bulanan sebanyak 1,4 miliar orang. Adapun trennya cenderung meningkat dari periode kuartal sebelumnya. TikTok secara khusus menargetkan pengguna yang berusia antara 16 hingga 24 tahun, tetapi saat ini pengguna TikTok sudah merentang ke segala usia. Sekitar 60% pengguna TikTok adalah generasi millennial dan Z. Berdasarkan

demografi, mayoritas pengguna TikTok didominasi oleh kalangan generasi muda di bawah usia 30 tahun. Kelompok usia 18 hingga 24 tahun menyumbang persentase jumlah pengguna TikTok terbesar yakni mencapai 34,9 persen pada tahun 2023 (Curry, 2023).

Tabel 3 Pengguna TikTok Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2023

No.	Rentang Usia	Persentase
1.	13-17	14.4%
2.	18-24	34.9%
3.	25-34	28.2%
4.	35-44	12.8%
5.	45-54	6.3%
6.	55+	3.4%

Sumber: *Bussiness Of Apps*

Sementara itu, kelompok usia 25 hingga 34 tahun menempati posisi ke-2 pengguna TikTok terbesar dengan raihan persentase sebesar 28,2 persen. Posisi ke-3 diraih oleh kelompok usia 13 hingga 17 tahun dengan raihan persentase pengguna sebesar 14,4 persen. Berikutnya, kelompok usia 35 hingga 44 tahun menyumbang 12,8% persen total pengguna TikTok di dunia dan kelompok usia 45 hingga 54 tahun sebesar 6,3 persen, serta 3,4 persen sisanya terdiri dari pengguna dari kelompok usia di atas 55 tahun. Salah satu alasan utama mengapa TikTok menjadi aplikasi anak muda adalah karena target pasar yang dituju oleh platform tersebut.

TikTok secara khusus menargetkan kelompok usia 16 hingga 24 tahun, yang merupakan kelompok usia yang paling aktif menggunakan media sosial. TikTok telah menciptakan fitur-fitur dan konten yang sesuai dengan minat dan gaya hidup anak muda saat ini, seperti tantangan, trend, musik, dan meme. Selain itu, TikTok juga telah menjadi platform yang populer bagi anak muda untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan berinteraksi dengan teman-teman mereka di seluruh dunia. Anak muda dapat membuat dan membagikan video unik mereka dengan berbagai

tema, dari tarian hingga komedi dan politik, yang dapat menghibur dan menginspirasi jutaan orang di seluruh dunia.

2. Pengguna TikTok berdasarkan Jenis Kelamin

Sementara itu berdasarkan jenis kelamin, jumlah pengguna TikTok perempuan memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki yakni sebesar 55 persen pada tahun 2021 (Iqbal, 2022). Meskipun tidak ada perbedaan gender yang signifikan dalam penggunaan TikTok secara keseluruhan, ada beberapa perbedaan dalam preferensi dan pola penggunaan antara pengguna laki-laki dan perempuan. Beberapa perbedaan gender dalam penggunaan TikTok antara lain:

a) Konten yang diminati

Perempuan cenderung lebih tertarik pada konten fashion, kecantikan, tarian, dan komedi, sedangkan laki-laki lebih tertarik pada konten game, olahraga, musik, dan humor.

b) Interaksi dengan pengguna lain

Perempuan cenderung lebih aktif dalam interaksi dengan pengguna lain, seperti memberikan komentar dan menyukai video, sementara laki-laki cenderung lebih pasif dalam hal ini.

c) Pilihan musik

Perempuan cenderung memilih lagu-lagu pop dan R&B, sedangkan laki-laki lebih memilih musik hip-hop dan elektronik.

Namun, perlu diingat bahwa preferensi pengguna TikTok dapat bervariasi dan tidak terbatas pada perbedaan gender. TikTok adalah platform yang inklusif dan mampu menarik pengguna dari berbagai latar belakang dan minat.

3. Pengguna TikTok berdasarkan Tempat Tinggal

Pengguna aktif TikTok paling banyak tersebar di kawasan Asia Pasifik dengan total 313 juta pengguna di luar China dan India sepanjang tahun 2021. Sementara itu kawasan Amerika Latin menduduki posisi berikutnya dengan 188 juta pengguna TikTok dan Eropa memiliki 158 juta pengguna

TikTok pada tahun 2021. Sementara itu di negara asalnya sendiri, pengguna TikTok berjumlah sebanyak 710 juta pengguna pada tahun 2021. Tren pengguna TikTok setiap wilayah di dunia juga menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun. Adapun pangsa pasar terbesar TikTok di luar China antara lain Amerika Serikat, Brasil, dan termasuk Indonesia.

Jika dilihat berdasarkan tempat tinggal pun, tiktok tidak hanya digunakan oleh para penduduk yang berasal dari daerah perkotaan, akan tetapi kini tiktok juga trend di kalangan masyarakat pedesaan. Meskipun TikTok umumnya dikenal sebagai aplikasi media sosial yang populer di kalangan anak muda di perkotaan, namun pengguna TikTok di pedesaan juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

Akses internet yang semakin mudah. Saat ini, akses internet di pedesaan semakin mudah dan terjangkau, sehingga memungkinkan pengguna TikTok di pedesaan untuk mengakses platform tersebut dengan lebih mudah. Kemudian, pertumbuhan penggunaan Smartphone. Penggunaan smartphone semakin umum di seluruh Indonesia, termasuk di pedesaan. Hal ini membuat pengguna TikTok di pedesaan semakin banyak yang menggunakan aplikasi ini melalui smartphone mereka. Dan juga kini tantangan TikTok yang relevan dengan kehidupan pedesaan. TikTok telah membuat tantangan dan konten yang lebih relevan dengan kehidupan di pedesaan, seperti tantangan pertanian dan hewan ternak. Hal ini menarik minat pengguna di pedesaan untuk membuat konten mereka sendiri dan memperluas jaringan mereka di platform tersebut.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa tantangan dalam penggunaan TikTok di pedesaan, seperti akses internet yang terbatas, keterbatasan dalam teknologi dan keahlian pengeditan video, serta kurangnya pemahaman tentang cara mengelola dan memonetisasi konten mereka. Oleh karena itu, TikTok terus berupaya untuk meningkatkan aksesibilitas dan memberikan sumber daya dan dukungan untuk pengguna

di pedesaan sehingga mereka dapat memanfaatkan platform tersebut secara maksimal.

D. TikTok sebagai Wadah Baru Kritik Sosial

Dikarenakan kemudahan yang diberikan oleh TikTok kepada para penggunanya untuk menyampaikan apa saja yang penggunanya ingin sampaikan, kini TikTok juga telah menjadi wadah baru bagi para penggunanya dalam menyampaikan kritik sosial karena platform ini memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk mengungkapkan pendapat mereka melalui video pendek yang kreatif dan menarik. Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, kini orang-orang dapat lebih mudah mengekspresikan pendapat mereka mengenai isu sosial atau politik yang terjadi di lingkungan sekitar mereka, dan TikTok adalah salah satu platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk melakukan hal tersebut (Yuliana, 2021).

Pengguna TikTok dapat menggunakan video pendek mereka untuk menyampaikan kritik sosial terhadap isu-isu seperti rasisme, diskriminasi, kesenjangan sosial, dan sebagainya. Beberapa kreator konten bahkan menggunakan humor dan kreativitas mereka untuk mengajak orang-orang untuk berpikir tentang isu-isu sosial yang penting dan serius. Pada umumnya, para pengguna TikTok yang ingin melakukan kritik ini memiliki cara yang berbeda-beda. Seperti dengan menggunakan humor satire, membuat video meme, melakukan kritik secara langsung, atau bahkan melalui sindiran-sindiran yang dilontarkan terhadap pihak tertentu, tak jarang juga yang menggunakan perumpamaan dalam melakukan sindirannya.

Biasanya konten kritik sosial ini dapat ditemui dengan mencari dengan menggunakan tagar seperti #kritikpemerintah, #kritiksosial, atau bahkan tagar-tagar yang langsung menjerus terhadap suatu isu tertentu yang ingin dibahas. Tagar kritik sosial ini memiliki penonton yang cukup banyak, untuk tagar seperti #kritikpemerintah saja bahkan sampai memiliki 17,8 juta penonton, atau #kritik yang memiliki jumlah penonton hingga 404,1 juta penonton, dan juga

#kritiksosial yang mencapai 10,5 juta penonton. Selain melalui tagar, para pengguna media sosial TikTok juga dapat menemukan video atau konten kritik sosial dengan mencari Kreator Konten yang berfokus pada kritik sosial itu sendiri. bahkan cara tersebut adalah cara yang terbilang cukup efektif dikarenakan konten yang dibuat memang memfokuskan terhadap konten-konten kritik sosial, sehingga konten kritik sosial tersebut dapat lebih dalam dan memiliki kajian yang lebih matang.

Gambar 2 Jumlah Tagar Kritik Sosial di Media Sosial TikTok

# kritikpemerintah	19,2M views	# kritiksosial	12,8M views
# presidenkritikpemerintah	11 views	# kritiksosialpolitik	539 views
# kritikpemerintahlampung	3253 views	# kementriansosial	9,0M views
# kritikpemerintahjambi	3194 views	# tiktoksosial	4,0M views
# bulekritikpemerintah	1,3M views	# sosial	686,3M views
# kritikpemerintah	417 views	# aksisosial	23,6M views
# ikutipemerintah	1,3M views	# sosialkritik	68,6K views
# politikpemerintahan	697,4K views	# vidoe_kritik_sosial	3096 views
# kritipurmerend	119,7K views	# kerjasosial	2,4M views
# paintingkritika	38 views	# lagukritiksosial	147 views
# karinmecererespeito	363 views	# kementriansosial	2,5M views
# krispykremeth	701,5K views	# kompetensisosial	1636 views
# kinemastredith	31 views	# discriminaciónsosial	62 views
# kirkhammet	37,2M views	# kemiskinansosial	48 views
# kirkhemmet	11,0K views	# criticasalostiktokeros	1624 views
# kirrenth	123 views	# kritikal_kritikal	1,5M views

Sumber: Kolom Pencarian Aplikasi TikTok

Selain itu TikTok memiliki keunggulan tersendiri untuk menjadi wadah baru dalam penyampaian kritik sosial. Berikut adalah beberapa keunggulan TikTok jika digunakan sebagai platform untuk menyampaikan kritik sosial:

a) Aksesibilitas yang Luas

TikTok memberikan akses yang luas bagi individu dari berbagai latar belakang untuk menyuarakan kritik sosial. Setiap orang dengan akses ke internet dapat berpartisipasi dan menyampaikan pandangannya, tanpa dibatasi oleh faktor geografis atau hierarki sosial. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat video

pendek yang kreatif dan informatif. Banyak pengguna TikTok menggunakan keterampilan kreatif mereka untuk menghasilkan konten yang menarik dan unik dalam menyampaikan pesan kritik sosial. Hal ini dapat mencakup parodi, tantangan, atau sketsa yang menggambarkan dan mengkritik isu-isu sosial yang dianggap penting.

b) Kecepatan dan Relevansi

TikTok memungkinkan kritik sosial untuk menyebar dengan cepat dan relevan. Informasi atau isu yang menjadi sorotan dapat dengan mudah diunggah dan dibagikan oleh pengguna, sehingga mempercepat penyebaran pesan kritik sosial. TikTok juga digunakan sebagai wadah untuk menyebarkan informasi penting mengenai isu-isu sosial. Pengguna TikTok dapat membuat video pendek yang mengedukasi dan membahas berbagai topik sosial yang membutuhkan perhatian, seperti ketimpangan rasial, perubahan iklim, pelecehan seksual, atau isu-isu politik. Dengan memanfaatkan fitur musik, efek visual, dan narasi yang kuat, mereka dapat menarik perhatian pengguna lain dan mendorong refleksi atau tindakan lebih lanjut.

c) Partisipasi Massa

TikTok memberikan platform yang memungkinkan partisipasi massa dalam kritik sosial. Melalui tagar atau kampanye *online*, individu dapat berkumpul dan menyampaikan kritik atau memperjuangkan perubahan sosial bersama-sama, sehingga menciptakan tekanan opini publik yang lebih besar (Mutia, 2017). TikTok telah menjadi platform yang memfasilitasi solidaritas dan gerakan sosial. Banyak pengguna TikTok yang bergabung dalam gerakan sosial tertentu dan menggunakan platform ini untuk berbagi pengalaman, dukungan, dan kritik terhadap isu-isu tertentu. Gerakan ini sering kali melibatkan partisipasi massa dan menyebarkan pesan kritik sosial yang lebih luas.

d) Kebebasan Berbicara

TikTok memberikan kebebasan berbicara yang lebih besar bagi individu untuk menyuarakan kritik sosial. Keterlibatan langsung dan interaksi dengan pemimpin, institusi, atau perusahaan dapat dilakukan secara terbuka dan transparan, tanpa banyaknya filter atau kendala yang ada di media tradisional.

e) Visualisasi dan Pengaruh Emosional

TikTok memungkinkan pengguna untuk menggunakan elemen visual, seperti foto atau video, untuk menyampaikan kritik sosial dengan cara yang lebih kuat dan menggugah emosi. Ini dapat memperkuat dampak pesan kritik sosial dan membuatnya lebih efektif.

Namun, seperti halnya dengan platform media sosial lainnya, pengguna TikTok juga harus berhati-hati dalam menyampaikan kritik sosial. Mereka harus memastikan bahwa pendapat yang mereka sampaikan didasarkan pada fakta yang akurat, dan tidak menyerang atau merugikan kelompok atau individu tertentu secara tidak sah. Dalam hal ini, TikTok dapat menjadi wadah yang bermanfaat dalam menyampaikan kritik sosial, namun pengguna harus bertanggung jawab dan berusaha untuk menyampaikan pesan mereka dengan cara yang konstruktif dan positif. TikTok juga harus memastikan bahwa platform mereka tetap aman dan bebas dari kebencian, diskriminasi, dan konten yang tidak pantas atau melanggar hukum.

BAB IV

POLA DISINHIBISI *ONLINE* PADA PERTUNJUKAN DAN STRATEGI KREATOR KONTEN KRITIK SOSIAL DI MEDIA SOSIAL

A. Disinhibisi *Online* pada Pertunjukkan Kreator Konten di Media Sosial

Teori Dramaturgi Erving Goffman (1959) menempatkan manusia dalam kehidupan sosialnya menjadi panggung depan dan panggung belakang. Panggung depan ialah tempat dari manusia dalam melakukan perannya ketika berada di masyarakat, sedangkan panggung belakang ialah tempat untuk melakukan persiapan sebelum tampil di depan panggung. Dalam pelaksanaannya hal ini tidak hanya dapat dilakukan ketika berada di dunia nyata saja, akan tetapi juga ketika berada di media sosial. Pengguna media sosial memiliki dua tempat ketika berada dalam lingkungan media sosial. Hal tersebut dibedakan menjadi Panggung depan dan Panggung belakang dari pengguna media sosial tersebut.

Panggung depan ini para pengguna media sosial mengatur dirinya untuk menampilkan citra dirinya untuk menjadi sesuai dengan apa yang ia tampilkan di dunia maya. Para pengguna media sosial mengatur penampilannya melalui kostum dan bahasanya agar sesuai dengan apa yang ia ingin tampilkan ketika berada di media sosial (Amelia & Amin, 2022). Dalam hal ini para konten kreator kritik sosial mengatur kostum dan bahasanya agar dianggap sebagai orang yang sesuai untuk menyampaikan kritik sosial. Salah satu kreator konten kritik sosial Rian Fahardhi (2023) menyebutkan bahwa dirinya sengaja mengatur dirinya agar dipandang sebagai seseorang yang pantas untuk melakukan kritik sosial di media sosial dengan cara menampilkan dirinya sebagai seseorang warga sipil dengan penampilan yang biasa saja. Dari hal tersebut ditemukan bahwa dirinya menggunakan kostum sebagai layaknya warga sipil biasa, sehingga hal tersebut dapat mendukung perannya untuk menjadi seorang warga sipil yang sedang merasakan keresahannya.

Hal ini juga dirasakan oleh kreator konten kritik sosial lainnya, yaitu Willy Cilsboy. Ia menyampaikan bahwa ia menggunakan baju seadanya agar

dianggap sebagai seseorang warga yang sedang resah terhadap isu-isu yang terjadi di masyarakat. Selain itu ia juga menyampaikan bahwasannya ia merasa nyaman dalam melakukan hal tersebut dikarenakan dirinya melakukannya di media sosial dan tidak terlalu memperdulikannya karena tidak dilihat oleh orang banyak secara langsung. Dalam wawancara yang dilakukan ia mengatakan:

“kalau saya sih emang sengaja ya mas. Pake baju seadanya biar penonton saya tuh pada relate sama keresahan yang saya rasain. Selain itu juga saya ga mikirin sih mas, karena kalo saya sih spontan kalo saya mau bikin konten ya saya bikin saat itu juga dengan baju yang saya pake saat itu. Lagian juga gaada yang liat sih mas jadi pd pd aja” (Wawancara Willy Cilsboy, 2023)

Pernyataannya tersebut memperkuat bahwasannya ia menggunakan kostum seadanya seperti warga biasa agar mendukung perannya sebagai seseorang warga yang sedang menyampaikan keresahannya. Selain itu adanya faktor tidak terlihat yang ia rasakan juga menjadi salah satu alasan mengapa ia bisa percaya diri dengan penampilannya saat itu, karena ia menganggap dirinya tidak dilihat oleh siapapun sehingga ia menjadi percaya diri dengan apa yang ia tampilkan saat ia membuat konten. Adanya perasaan tidak terlihat ini juga merupakan salah satu karakteristik dari disinhibisi *online*, dimana seseorang cenderung tidak memperdulikan penampilannya saat itu dikarenakan seseorang tersebut merasa tidak terlihat oleh orang lain ketika berada di media sosial. Dalam jurnalnya Suler menjelaskan bahwa Invisibilitas atau tidak terlihat adalah keadaan dimana seseorang merasa menjadi tidak terlihat ketika melakukan sesuatu di jejaring internet. Selain itu, Invisibilitas juga dapat mendorong seseorang untuk merasa tidak khawatir tentang penampilan atau suara mereka yang disampaikan di jejaring internet meskipun identitasnya diketahui oleh orang lain (Suler, 2004).

Selain melalui penampilan, adanya pengaturan tata bahasa juga dilakukan untuk mendukung peran kreator konten dalam melakukan kritik sosial. Para kreator konten kritik sosial pada umumnya melakukannya dengan tata bahasa yang geram atau terlihat sebagai seseorang yang resah dan geram. Akan tetapi ada juga yang melakukannya dengan cara yang elegan dan tertata agar terlihat sebagai seseorang yang mengerti tentang isu yang di kritik, sehingga para

penontonnya selain mendapatkan informasi namun juga dapat mendapatkan pengetahuan dari apa yang disampaikan. Hal tersebut dilakukan oleh Rian Fahardhi ketika melakukan kritik sosial di media sosial TikTok miliknya. Dalam wawancara yang dilakukan ia menyampaikan:

“kalau gue sih emang pakai tata bahasa yang gue susun rapih dulu, supaya nantinya penonton gue ngerasa bahwa gue orang yang cocok buat nyampein hal ini. Dan juga biar mereka lebih gampang mengerti apa yang mau gue sampein dan dapat pengetahuan dari apa yang gue sampein melalui kritik sosial yang gue lakukan” (Wawancara Rian Fahardhi, 2023)

Pernyataan tersebut memperkuat kenyataan bahwa seseorang akan melakukan *setting* terhadap penampilan dirinya ketika berada di media sosial. Dengan adanya pengaturan tata bahasa tersebut menjadikan para penontonnya merasa bahwa Rian Fahardhi adalah orang yang cocok dan pantas dalam menyampaikan kritikan di media sosial. selain itu, hal tersebut ternyata juga bertujuan untuk membuat para penontonnya agar menjadi lebih mudah untuk memahami apa yang ia sampaikan melalui kritiknya.

Hal ini berbeda dengan yang dilakukan oleh Inspektur Nguyen dan Willy Cilsboy (2023). Dalam Wawancara yang dilakukan mereka menyatakan bahwa mereka melakukannya dengan cara menunjukkan ekspresi yang geram dan resah sehingga para penontonnya dapat merasakan hal yang sama melalui apa yang mereka sampaikan. Selain itu mereka juga menyampaikan bahwa mereka berani melakukan hal tersebut karena mereka merasa bahwa kurang adanya figur otoritas yang mengawasi mereka ketika berada di media sosial. serta mereka merasa bahwa mereka berhak mengatakan hal tersebut juga dikarenakan tidak adanya status ketika berada di media sosial TikTok, sehingga mereka merasa setara dengan pengguna yang ada di media sosial TikTok. Adanya keberanian dalam menyampaikannya secara geram tersebut juga dilatarbelakangi oleh adanya karakteristik dari disinhibisi *online* minimalisasi status dan figur otoritas. Sebuah studi tahun 2003 mencatat bahwa ketika di dalam jejaring internet, seseorang akan merasakan tidak ada status, prestise, kelas, dan daya tarik, yang menciptakan lingkungan yang aman dan berisiko rendah untuk terlibat dengan orang lain (Morahan-Martin & Schumacher,

2003). Sehingga adanya perasaan berani kreator konten dalam menyampaikan pendapat di media sosial juga dilatarbelakangi oleh adanya karakteristik disinhibisi *online* yaitu minimalisasi status dan figur otoritas.

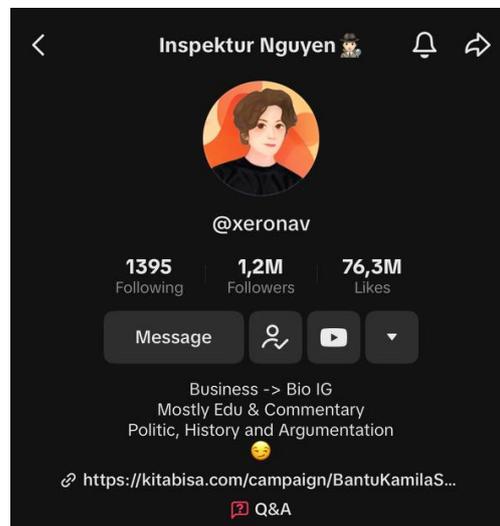
Faktor Anonimitas Dissosiatif juga menjadi salah satu alasan dari keberanian kreator konten kritik sosial dalam menjadi berani dalam mensetting dirinya dengan citra seseorang yang sedang geram. Anonimitas Disossosiatif merupakan sebuah kesempatan ataupun kemungkinan seseorang untuk melakukan perubahan ataupun menutupi identitas aslinya selama berada di dalam lingkungan yang terhubung dengan jaringan atau *Online* (Rini & Manalu, 2020). Adanya Anonimitas Dissosiatif ini dapat menurunkan kesadaran diri terhadap perilaku, memfasilitasi perilaku prososial dan juga dapat meningkatkan koneksi yang dilakukan secara *Online* (Morahan-Martin & Schumacher, 2003). Hal itu disebabkan dengan adanya masalah faktor keamanan yang menjadi salah satu alasan bagi para konten creator kritik sosial untuk menjadi anonym ketika berada di dunia maya. Hal ini selaras dengan pernyataan dari salah satu konten creator Bernama Inspektur Nguyen:

“Dari awal saya tidak ingin menunjukkan nama asli, karena takut adanya resiko berbahaya seperti doxing, dll. Maka dari itu saya mengganti nama saya menjadi Inspektur Nguyen agar orang-orang tidak melacak data pribadi saya dan privacy saya untuk disalahgunakan, dan agar merasa aman dalam bermedia sosial.”
(Wawancara Kevin Nguyen, 2023)

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa ada nya perubahan yang dilakukan oleh konten creator Inspektur Nguyen, yang dilakukan untuk menghindari hal hal yang tidak diinginkan seperti doxing atau penggunaan data pribadi untuk mengancam, mengintimidasi, melecehkan, ataupun memberikan kerusakan psikologis. Dan dengan adanya perubahan yang dilakukannya tersebut juga agar ia merasa nyaman ketika menggunakan media sosial dengan menampilkan dirinya yang geram terhadap suatu isu tertentu. hal ini juga sesuai dengan yang dikatakan Morahan-Martin dan Schumacher (2003) dalam jurnalnya yang mengatakan bahwa Adanya Anonimitas Dissosiatif ini dapat menurunkan

kesadaran diri terhadap perilaku, memfasilitasi perilaku prososial dan juga dapat meningkatkan koneksi yang dilakukan secara *Online*.

Gambar 3 Gambar Akun TikTok Inspektur Nguyen yang melakukan perubahan identitas di media sosialnya



Sumber: Akun TikTok Inspektur Nguyen

Hal ini terbukti dari postingan yang dibuat oleh Inspektur Nguyen. Ia selalu berani dalam mengkritik suatu isu dengan cara yang pedas dan tajam. Hal ini tentu saja tidak ia lakukan dengan mudah ketika berada di kehidupan nyata. Ia menambahkan ia mungkin akan memikirkan berulang kali sebelum ia melakukan hal tersebut di dunia nyata. Karena ia ketika ia berada di suatu acara tertentu ia akan diketahui oleh banyak orang. Sehingga tentu saja resiko yang diterima akan lebih besar ketika melakukannya di kehidupan nyata.

Hal ini juga dilakukan oleh kreator konten Willy Cilsboy, akan tetapi ia tidak melakukan perubahan identitas secara penuh, akan tetapi ia tidak ingin untuk identitas pribadinya secara penuh diketahui oleh orang banyak dikarenakan ia merasa khawatir jika sewaktu-waktu ia terlibat masalah akibat yang ia lakukan di media sosial. Hal tersebut juga bertujuan untuk memberikan pencegahan akan terjadinya hal-hal buruk terhadap keluarganya jika terjadi sesuatu. Dalam wawancara yang dilakukan ia menyatakan:

“kalau saya sih ngga mau buat ngasih identitas saya secara penuh ke media sosial karena saya takut nanti kalo saya terlibat masalah justru malah bukan Cuma saya mas yang dirugikan, tapi takutnya nanti keluarga saya yang kena juga” (Wawancara Willy Cilsboy, 2023)

Dari penuturannya tersebut, ia menyatakan bahwa ia melakukan penutupan identitas pribadinya demi keamanan pribadi dan juga keluarganya. Karena ia takut ketika nanti terjadi kesalahpahaman terhadap konten yang ia buat, justru akan merugikan dirinya sendiri maupun keluarganya. Dari pernyataannya memperkuat bahwa dengan adanya faktor anonimitas tersebut. menjadikan dirinya lebih berani untuk melakukan kritik sosial di media sosial dikarenakan adanya faktor Anonimitas Dissosiatif. Tentunya hal tersebut tidak akan ia dapatkan ketika ia melakukannya secara langsung di media sosial. terutama ketika ia menjadi tamu undangan di salah satu acara.

Selain itu, alasan dirinya menutup identitas aslinya adalah karena ia pernah diancam melalui pesan langsung ketika ia terlibat permasalahan terhadap konten yang ia buat. Ia menyampaikan bahwa ia sempat terkena doxing ketika melalui pesan langsung yang dikirimkan oleh seseorang di pesan langsung media sosialnya. Dalam wawancara yang dilakukan ia menyampaikan:

“alasan saya juga sebenarnya dulu pernah ada yang dm saya gitu mas. Nyebutin data data pribadi saya kaya alamat saya, nama orang tua saya sampe ke nama lengkap istri saya. Makanya buat jaga jaga setidaknya saya rubah dikit deh identitas saya di TikTok. Biar kalo misal ada yang tersinggung data saya ngga langsung gampang di temuin” (Wawancara, Willy Cilsboy, 2023)

Kemudian, dalam panggung depan ini, Goffman menempatkannya sebagai sebuah pertunjukkan yang sedang ditampilkan kepada audiens (Ritzer & Stepnisky, 2018). Kehidupan media sosial masyarakat *cyber* di TikTok disini ditempatkan sebagai panggung depan yang digunakan dalam penelitian ini. Pengguna TikTok disini menggunakan TikTok sebagai tempat untuk memainkan peran tertentu sesuai dengan tujuannya ketika menggunakan media sosial tersebut. Seperti menaikkan status sosial mereka dan mendapatkan perhatian penonton di TikTok atau yang biasa disebut dengan followers.

Hal tersebut tentunya dirasakan oleh beberapa Kreator Konten, dimana mereka secara sadar menciptakan ruang-ruangnya sendiri di media sosial,

kemudian memanfaatkan hal tersebut untuk dapat mengekspresikan diri sesuai dengan apa yang mereka kehendaki. Ini dibuktikan oleh penjelasan dari Inspektur Nguyen yang menyatakan:

“Di media sosial saya dapat menciptakan sendiri kesempatan saya untuk berbicara, sedangkan di kehidupan nyata saya harus mencari kesempatan. Sehingga ketika tidak menemukan kesempatan, maka semua pendapat saya akan saya tuangkan di media sosial melalui video-video yang saya unggah” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023).

Melihat pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya kesempatan bagi para Kreator Konten untuk membuat ruang-ruangnya sendiri menjadi salah satu faktor bagi Kreator Konten untuk terus mengunggah video kritik sosial mereka tanpa harus mempermasalahkan jumlah video yang diunggah. Kemudian hal tersebut juga diperkuat oleh penjelasan Rian Fahardi:

“Iya sejauh ini sih lebih banyak menyampaikan kritik lewat sosial media, karena ibarat permainan di media sosial gue punya ruangnya bebas yang bisa gue kendaliin, gue bisa kendaliin redaksinya, siapa yang terlibat, dan nyiptain batasan gue sendiri.” (Wawancara Rian Fahardi, 2023).

Penjelasan oleh Rian Fahardi tersebut memperkuat bahwa karakteristik Imajinasi Disosiatif dari Efek Dishinbisi *Online* berpengaruh pada jumlah kritik sosial yang disampaikan Kreator Konten di media sosial lebih banyak dibanding secara langsung di kehidupan nyata, karena di kehidupan nyata Kreator Konten tidak dapat menciptakan sendiri ruang-ruang yang dapat digunakan untuk menyampaikan kritiknya.

Sedangkan bagi Willy Cilsboy, ia juga merasa bahwa ia hanyalah memainkan perannya saja ketika membuat konten. Akan tetapi ia tidak akan melewati batasan-batasan yang ada baik itu secara norma maupun dari kebijakan yang dibuat oleh aplikasi TikTok itu sendiri. Dalam Wawancara yang di lakukan ia mengatakan:

“yaa sebenarnya disini saya juga main peran aja sih mas. Kan saya juga sebenarnya orang biasa yang bawain berita terus sambil di kritik kalo emang dirasa ada yang kurang sesuai. Tapi tetep saya harus tau batasan biar ga ngelanggar norma norma yang ada di masyarakat maupun peraturan yang dibuat tiktok. Sama pas kritik

jangan sebut nama aja sih biar ga nyinggung dan bikin masalah”
(Wawancara Willy Cilsboy, 2023)

Pernyataan dari Willy Cilsboy tersebut memperkuat karakteristik Imajinasi Dissosiatif serta juga memperkuat teori dari Dramaturgi yang menyatakan bahwa manusia memainkan perannya ketika berada di panggung depan atau ketika berada di masyarakat. Dimana dalam pernyataan yang Willy Cilsboy sampaikan, ia menganggap dirinya hanyalah bermain peran saja ketika melakukan kritik sosial di media sosial TikTok tersebut. Akan tetapi ia juga menambahkan bahwasannya, ia masih menjaga dirinya didalam batas wajar, seperti tidak melanggar norma-norma masyarakat yang ada, maupun peraturan yang ada di media sosial TikTok itu sendiri.

Pembahasan diatas memperlihatkan bahwasannya para kreator konten kritik sosial di TikTok melakukan setting terhadap dirinya ketika tampil di media sosial. hal hal yang dilakukan berbentuk setting seperti pengelolaan penampilan diri dan tata bahasa ketika melakukan kritik sosial. selain itu ditemukan juga adanya disinhibisi *online* juga memberikan pengaruh terhadap bagaimana para kreator konten dalam menampilkannya dirinya ketika berada di media sosial TikTok yang dalam hal ini merupakan panggung depan dari para kreator konten kritik sosial.

Disinhibisi *Online* juga mempengaruhi pertunjukkan panggung depan kreator konten untuk melakukan hal yang tidak mereka lakukan ketika berada di dunia nyata seperti, menyampaikan dengan nada geram dan menantang, kemudian juga membuat para kreator konten menjadi lebih banyak menyampaikan pendapatnya karena dengan adanya imajinasi disosiatif. Para kreator konten menjadi mempunyai ruang tersendiri, sehingga mereka tidak perlu momen untuk menyampaikan kritikan mereka. Ketika itu juga mereka merasa resah, maka ketika itu juga mereka menyampaikan keresahannya.

B. Persiapan dan Disinhibisi *Online* Kreator Konten di Panggung Belakang

Sebelum tampil di panggung depan tentunya para aktor harus melakukan persiapan dan latihan agar apa yang ditampilkan dapat maksimal dan sesuai apa yang diharapkan. Dalam teori Dramaturgi Panggung belakang sendiri merupakan bagian dari para aktor yang melakukan perannya untuk melakukan kegiatan seperti persiapan, latihan, beristirahat, dan kegiatan lainnya yang dapat membantu para aktor sebelum tampil di panggung depan (Ritzer & Stepnisky, 2018). Selain itu, panggung belakang juga merupakan tempat para pengguna media sosial untuk menjadi dirinya sendiri dan melakukan kegiatan pribadinya yang tidak ditampilkan di panggung depan.

Bagi kreator konten kritik sosial sendiri, tentunya terdapat persiapan yang perlu dilakukan sebelum menyampaikan kritiknya di media sosial. Hal-hal seperti melakukan riset, melakukan setting tempat sebelum merekam, kemudian melakukan proses editing agar video dapat menarik perhatian para penontonnya. Salah satu contohnya adalah persiapan yang dilakukan oleh Inspektur Nguyen. Dalam wawancara yang dilakukan ia menyampaikan beberapa persiapan yang dilakukan sebelum membuat konten kritik sosial. Ia menyampaikan:

“Saya melakukan research terlebih dahulu mengenai permasalahan tersebut seperti membaca jurnal, e-book, dll, sehingga saya dapat menemukan data-data pendukung dari argumen saya. Kedua, menyiapkan mood, sehingga saya dapat memberikan opini saya dengan lugas, tanpa ada gangguan dari mood, dll. Kemudian harus menyiapkan mental untuk konsekuensi, dan yang terakhir adalah menyiapkan waktu untuk membuat konten, sehingga tidak akan ada gangguan dari agenda lain.” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023)

Dari penuturannya, ia menyampaikan beberapa tahapan yang ia lakukan sebelum mulai membuat konten kritik sosial. mulai dari melakukan riset terlebih dahulu dengan membaca Jurnal, E-Book, dll. Kemudian ia juga harus menyiapkan perasaan hatinya pada saat itu, sehingga ia tidak terganggu dengan perasaannya saat membuat konten. Setelah itu ia juga mempersiapkan mental untuk menghadapi konsekuensi yang akan ia dapatkan nantinya. Dan yang terakhir adalah menyiapkan waktu untuk membuat kontennya.

Ia menambahkan, adanya keterlambatan reaksi yang ia dapatkan dari audiensnya menjadikannya dapat memaksimalkan materi yang ia buat. Dan hal tersebut menimbulkan rasa nyaman bagi dirinya ketika berada di belakang panggung karena ia tidak harus selalu terhubung dengan audiensnya. Hal ini merupakan salah satu bentuk karakteristik *Disinhibisi Online*, yaitu Asinkronitas. Asinkronitas sendiri merupakan suatu kondisi dimana seseorang tidak perlu secara terus menerus terhubung dengan orang lain, atau dengan kata lain kondisi dimana seseorang tidak akan mendapatkan reaksi secara langsung dari apa yang dilakukannya (Suler, 2004). Karena adanya rentang antara aksi dan reaksi tersebut kemudian mendorong seseorang untuk merasa nyaman untuk melakukan sesuatu.

Hal ini tidak jauh berbeda dengan apa yang dilakukan oleh Rian Fahardhi. Dalam wawancara yang dilakukan ia mengatakan bahwa ia memiliki hal-hal yang perlu dipersiapkan dari awal hingga penayangan. Ia menyampaikan ia harus melakukan riset terlebih dahulu sebelum membuat konten kritik sosial. mulai dari riset jurnal, berita, hingga literatur apapun yang berkaitan dengan isu yang ia ingin kritik. Adanya Asinkronitas membantu ia untuk menyaring isu mana yang menarik dan berkesempatan untuk menarik penonton yang banyak. saat ia melakukan riset, ia menulis poin-poin yang kemudian akan ia jadikan narasi. Dan setelah menjadi narasi, kemudian ia mempertimbangkan segala macam konsekuensi yang akan ia terima dari narasi yang ia buat tersebut.

Adanya rentang aksi dan reaksi ini membuat para kreator konten mempunyai waktu untuk melakukan riset terhadap isu yang ingin mereka bahas terlebih dahulu. Selain itu, dalam melihat dan memilih isu yang ada, para kreator konten menjadi lebih berani dalam memilih isu yang panas dikarenakan mereka merasa tidak adanya status dan figur otoritas yang ada pada dunia nyata. Ketika mereka berada di media sosial. mereka merasa kurangnya pengawasan tersebut, sehingga mereka menjadi lebih berani dalam memilih isu yang sedang panas pada saat ini. Dalam wawancara Rian Fahardhi (2023) mengatakan bahwa dirinya lebih leluasa menyampaikan kritikan yang pedas karena tidak terlalu memikirkan terkait figur otoritas yang ada di dunia maya, ia lebih

mementingkan dirinya agar tidak melanggar aturan yang dibuat oleh aplikasi TikTok. Hal itu juga di nyatakan oleh Inspektur Nguyen, ia lebih takut pada aturan yang ada pada media sosial TikTok, dibandingkan dengan figur otoritas yang ada di media sosial TikTok seperti Cyber Polri, dsb.

Persiapan diri mulai dari materi yang akan ia sampaikan hingga meyakinkan mental untuk berani menyampaikan hal tersebut dilakukan oleh para kreator konten ketika berada di belakang panggung. Setelah melakukan persiapan tersebut, kemudian masuk ketahapan produksi. Dalam tahapan produksi ini para konten kreator kritik sosial menyampaikan bahwa mereka dapat lebih percaya diri ketika membuat konten tersebut karena tidak dilihat oleh penontonnya secara langsung. Artinya dalam hal ini salah satu karakteristik disinhibisi *online* yaitu Invisibilitas membantu para kreator konten untuk lebih percaya diri tampil di depan kamera. Dalam wawancara yang dilakukan Willy menyampaikan:

“kalau saya kan orangnya masih sering belepotan kalo ngomong ya mas. Nah karena saya ga dilihat sama audiens saya pas bikin. Jadi saya percaya diri aja mas kalo bikin. Kalo ada salah ya tinggal ngulang. Sedangkan kalo langsung kan malu misal kita ada salah ngomong. Iya kalo salah kata, kalo malah blunder?” (Wawancara Willy, 2023)

Dari pernyataannya tersebut adanya faktor Invisibilitas dapat meningkatkan rasa percaya dirinya karena ia merasa kurang cakap dalam berbicara. Sehingga adanya Invisibilitas tersebut membantu dirinya dalam tahap produksi. Ia juga menambahkan dengan adanya Invisibilitas tersebut menjadikannya dapat melihat dan memikirkan kembali apa yang ia katakan. Apakah akan membahayakan dirinya, atau masih dapat diterima oleh berbagai pihak. Sehingga ia tidak terjerumus kedalam hal yang menyulitkan dirinya sendiri.

Kemudian Willy menyiapkan peralatannya dengan mandiri mulai dari setting tempat, kamera, hingga penampilannya. Hal ini dilakukan oleh Willy Cilsboy sendiri tanpa adanya bantuan dari orang lain. Dalam wawancara yang dilakukan, Willy menyampaikan:

“Kalo saya sih buat semuanya sendiri ya mas. Mulai dari setting tempat, setting kamera, editing, sampe upload juga saya lakuin sendiri. karena saya rasa masih bisa lakuin sendiri sih” (Wawancara Willy Cilsboy, 2023)

Willy menyampaikan ia membuat kontennya sendiri karena ia masih dapat melakukannya secara mandiri. Tempat yang ia gunakan untuk membuat konten tersebut pun ia buat sendiri dengan setting yang minimalis dan tidak memerlukan banyak alat. Ia hanya memerlukan Handphone, kursi, Tripod, dan pencahayaan dalam membuat kontennya.

Gambar 4 Setting Panggung Belakang Willy Cilsboy



Sumber: Dokumentasi pribadi Willy Cilsboy, 2023

Selain melakukan persiapan untuk membuat konten, para kreator konten pada umumnya juga melakukan kegiatan yang dapat membantunya ketika berada di belakang panggung. Dalam hal ini, para kreator konten kritik sosial melakukan hal hal seperti bergabung kedalam suatu forum ataupun membuat sebuah forum untuk berdiskusi terkait isu-isu sosial yang ada saat ini. Konten Kreator Inspektur Nguyen sendiri memiliki forum diskusi tersendiri. Dalam wawancara yang dilakukan ia mengatakan:

“Saya memiliki forum offline untuk ruang diskusi secara luring, forum tersebut bernama “Forum Milenial Kebangsaan Indonesia” forum ini sering mengadakan kegiatan yang bertujuan untuk membantu masalah sosial di kehidupan, seperti acara membantu orang di pinggir jalan, membantu orang yatim dan dhuafa, dll.” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023)

Adanya forum tersebut ia lakukan untuk mendukung perannya sebagai seorang kritikus sosial. ia pun juga mengatakan bahwa apa yang ia lakukan di media sosial juga harus sama dengan apa yang ia lakukan di ketika berada di kehidupan nyata. Ia mengatakan, ketika ia sudah dikenal sebagai seseorang yang melakukan kritik sosial, maka ia harus mempertahankan citra itu terutama ketika ia bertemu dengan para pengikutnya di kehidupan nyata. Selain itu, ia juga menyampaikan adanya forum tersebut dapat ia jadikan sebagai tempat ia melakukan latihan dan menambah pengetahuannya sendiri.

Rian Fahardhi juga melakukan hal yang sama, untuk mendukung perannya. Ia membuat forum diskusi Distrik Berisik. Dalam forum tersebut ia mengumpulkan anak muda dari berbagai daerah untuk membahas terkait permasalahan sosial yang ada pada saat ini. Harapannya dengan adanya hal itu dapat memberikan dampak positif seperti menghasilkan sebuah karya ataupun sebuah gerakan sosial untuk mengkritik permasalahan sosial tersebut.

Panggung belakang biasanya adalah sesuatu yang tidak pernah seseorang tunjukkan di depan panggung depan. Dan Panggung belakang biasanya berbatasan dengan panggung depan, tetapi tersembunyi dari pandangan khalayak. Hal Ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukan. Oleh karena itu, khalayak biasanya tidak diijinkan memasuki panggung belakang, kecuali dalam keadaan darurat (Arofah & Tandyonomanu,2020). Akan tetapi hal tersebut kini menjadi dua realitas yang berbeda. Meskipun konten kreator sedang berada di panggung belakang yaitu kehidupan pribadinya, namun mereka masih merasakan bahwa mereka masih harus menjaga citra diri mereka ketika berada di dunia nyata. Dalam wawancara yang dilakukan Willy menyampaikan bahwa dirinya merasakan tidak ada bedanya dengan apa yang ia lakukan di media sosial. bahkan ia merasa bahwa dirinya risih karena dengan adanya hal tersebut ia harus tetap memainkan perannya ketika sedang berada di panggung belakang.

Hal tersebut juga dirasakan oleh Rian Fahardhi. ia juga merasakan bahwa apa yang ia lakukan di dunia nyata maupun media sosial tidak ada perbedaan

karena hal tersebut sudah menjadi satu sebagai satu kepribadian yang sama.

Dalam wawancara ia mengatakan:

“sampai hari ini masih memperjuangkan itu sih. gua punya prinsip bahwasanya ya perkataan itu harus Selaras itu dengan perbuatan Jadi apa yang muncul kan di publik nih dia ya itu harus selaras dengan apa yang kita lakukan maka lahirlah yang namanya tadi konsistensi image. Dan hari ini antara belakang layar atau depan layar ya gua masih di tahap berusaha untuk konsisten untuk menjaga itu karena tadi ketika misalnya enggak seimbang antara image yang ditampilkannya itu bahaya sih” (Wawancara Rian Fahardhi, 2023)

Hal tersebut ditemukan ternyata para konten kreator kritik sosial tidak dapat menunjukkan kepribadian aslinya ketika sedang berada di kehidupan nyata. Dikarena *image* diri yang sudah melekat kedalam diri konten kreator tersebut.

Berdasarkan pembahasan diatas, ditemukan bahwa apa yang dilakukan di belakang panggung juga merupakan cara dari para konten kreator untuk menampilkan versi terbaik dirinya ketika berada di depan panggung. Dengan adanya seperti persiapan dengan melakukan riset, melakukan setting tempat, editing, serta mempersiapkan ruang-ruang yang membantu diri mem-*branding* diri mereka sebagai seorang kritikus sosial.

C. Strategi dan Disinhibisi *Online* saat Menciptakan Citra Diri di Media Sosial

Presentasi diri adalah proses dimana seseorang membangun citra dirinya di depan orang lain tentang dirinya. Seseorang akan dengan sengaja menerapkan strategi tertentu untuk menimbulkan kesan dan pengalaman dirinya pada orang lain. Menurut pemikiran Goffman, ekspresi diri adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang untuk mendefinisikan situasi dan identitas sosial. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi apakah interaksi itu sesuai atau tidak dengan situasi yang ada. Dalam hal ini para kreator konten menerapkan strategi untuk mendukung perannya dalam menimbulkan kesan dan pengalaman dirinya pada orang lain. (Ritzer & Stepnisky, 2018)

Pada dasarnya, setiap orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Dalam karyanya berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*, Erving Goffman (1959) menyatakan bahwa individu disebut sebagai seorang aktor, kemudian mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi

dengannya. Presentasi diri atau sering juga disebut manajemen impresi (impression management) merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Presentasi diri yang dilakukan ini bisa dilakukan oleh individu atau bisa juga dilakukan oleh kelompok individu/tim/organisasi (Boyer, dkk, 2006:4).

Jika presentasi diri ini dibawa dalam kehidupan virtual, dalam hal ini di media sosial, maka terbentuk sebuah identitas virtual (Virtual Identity). Identitas virtual yang terbentuk bisa sangat bervariasi. Bahkan, dengan kemajuan media sosial saat ini dan kemajuan media baru membuat identitas virtual merupakan sebuah proses yang terus menerus selayaknya proses yang terjadi di dunia nyata (Lister dkk, 2009:269). Identitas juga menjadi salah satu fokus dari Haraway (1991) mengenai perpaduan antara manusia dengan teknologi yang tergambarkan dalam cyborg. Selain itu, identitas juga bisa dilihat dari sisi mengkonstruksi kembali identitas diri maupun komunitas.

Konten kritik sosial yang ditampilkan oleh para kreator konten tentu saja merupakan bagian dari identitas virtual yang dimiliki oleh para kreator konten. Mereka menampilkan diri mereka sebagai seseorang yang melakukan kritik sosial supaya orang-orang merasa lebih percaya dan menganggap bahwa ia adalah orang yang tepat untuk menyampaikan hal tersebut. Dalam wawancara yang dilakukan, Inspektur Nguyen mengatakan dengan tegas bahwa dirinya mempresentasikan dirinya sebagai seseorang yang melakukan kritik sosial. Ia mengatakan:

“Saya mempresentasikan diri saya di media sosial sebagai seorang kritikus, lebih khususnya pada kritik kebijakan. Banyak kebijakan yang menjadi perhatian saya, mulai dari kebijakan hasil politik nasional hingga internasional. Saya melakukan kritik dengan menambahkan opini-opini saya terhadap suatu isu.” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023)

Pernyataan di atas memperlihatkan bahwa narasumber mempresentasikan dirinya sebagai seorang yang melakukan kritik sosial terutama pada kritik kebijakan. Serta Inspektur Nguyen menambahkan, ia melakukannya dengan menambahkan opini pribadinya terhadap suatu isu. Namun yang menarik adalah ia tidak mensetting dirinya dengan sengaja seperti melakukan perencanaan secara berlebihan. Ia berpendapat, dengan adanya hal seperti itu menjadikan kritik yang ia sampaikan merupakan opini murni miliknya yang tidak dilebihkan dan dikurangi. Dan hal itu menjadikannya tidak memiliki perbedaan antara dirinya sebagai kritikus di media sosial dengan dirinya di kehidupan nyata.

Ketika ditanya apa alasan bagi dirinya dapat berani untuk menyampaikan pendapatnya, Nguyen mengatakan bahwa ia merasa ketika berada di media sosial, ia memiliki kesempatan yang setara dengan pengguna media sosial lainnya. Sehingga ia tidak memiliki alasan untuk takut menyampaikan kritiknya. Dalam wawancara yang dilakukan ia mengatakan:

“yaa kenapa harus takut? Kita di media sosial kan sama, semuanya memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapatnya. Jadi kenapa aku berani buat nampilin diri kaya gini karena aku ngerasa apa yang aku lakukan disini karena aku punya kesempatan yang sama, dan aku berhak buat nyampein apa yang aku rasain” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023)

Hal tersebut juga dikatakan oleh Rian Fahardhi dalam wawancara yang dilakukan. Ia mengatakan ia hanya menggunakan haknya sebagai warga sipil yang dilindungi konstitusinya oleh negara yang bebas ketika sedang menyampaikan pendapatnya di media sosial. dalam wawancara yang dilakukan Rian mengatakan:

“iya, kayak pertama kan kita di sini sebagai warga sekitar biasa secara konstitusi Dilindungi dalam menyampaikan haknya dan dalam berpendapat di muka umum. Nah itu bagian dari hak kita yang orang yang enggak bisa larang atau bahkan menyerahkan gitu. Kenapa hari ini gua PD menyampaikan aspirasi dan suara itu tadi karena ada kayak status kita sebagai warga sipil biasa dengan konsekuensi konstitusi tadi.” (Wawancara Rian Fahardhi, 2023)

Pernyataan Nguyen dan Rian tersebut, menunjukkan adanya karakteristik disinhibisi *online* yang dirasakan ketika sedang menampilkan dirinya di media sosial TikTok. Mereka menyampaikan bahwa mereka memiliki hak dan status yang sama dengan pengguna lainnya ketika menyampaikan pendapatnya di media sosial. hal ini merupakan salah satu katakteristik disinhibisi *online* yaitu minimalisasi status dan wewenang. Sebuah studi tahun 2003 mencatat bahwa ketika di dalam jejaring internet, seseorang akan merasakan tidak ada status, prestise, kelas, dan daya tarik, yang menciptakan lingkungan yang aman dan berisiko rendah untuk terlibat dengan orang lain (Morahan-Martin & Schumacher, 2003). Sehingga apa yang dirasakan oleh Nguyen dan Rian adalah salah satu karakteristik dari disinhibisi *online* yaitu Minimalisasi Status dan Otoritas.

Lain halnya dengan yang dirasakan oleh Willy, ia justru merasa apa yang ia lakukan di media sosial tidak berbeda dengan apa yang ia lakukan di dunia nyata. Seperti yang dikatakan oleh Lister (2009) dengan kemajuan media sosial

saat ini dan kemajuan media baru membuat identitas virtual merupakan sebuah proses yang terus menerus selayaknya proses yang terjadi di dunia nyata. Kreator konten kritik sosial Willy Cilsboy (2023) mengatakan bahwa ia tidak memiliki perbedaan antara didepan dan dibelakang kamera. Karena strategi presentasi diri yang ia tampilkan adalah seseorang warga sipil yang sedang mengobrol santai membahas isu-isu yang ada. Yang mana hal tersebut sering ia lakukan di kehidupan nyatanya. Ia juga menyatakan, adanya citra diri sebagai seorang kreator konten kritik sosial pada dirinya tersebut terbangun dengan sendirinya. Dalam wawancara yang dilakukan ia menyatakan:

“Kalo soal citra diri itu sudah terbangun dengan sendirinya, karena sebelumnya saya gatau kalo sebenarnya ada konten kreator yang “berusaha” buat ngomong atau membuat persona sendiri di dunia konten kreator ini, karena kalau saya pribadi itu yaa sama aja mau dibelakang atau didepan kamera emang orangnya doyan ngomong, dan sayapun suka baca berita. Jadi, saya sendiri sebenarnya tidak tahu kalau harus membangun persona karena memang itu sudah terbentuk dengan sendirinya kalau untuk saya pribadi.” (Wawancara Willy, Cilsboy)

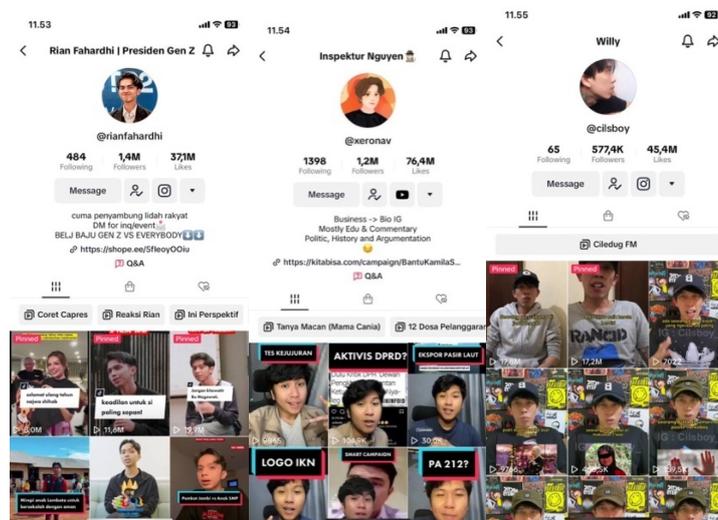
Pernyataannya tersebut, ia mengatakan bahwa dirinya tidak merasakan adanya perbedaan antara apa yang ia lakukan di media sosial dengan apa yang ia lakukan ketika sedang berada di dunia nyata. Sehingga ia tidak merasa bawa dirinya sedang membentuk atau membuat persona dirinya ketika di media sosial, melainkan ia merasa persona atau presentasi dirinya sebagai kritikus sosial tersebut muncul dengan sendirinya seiring waktu ia membuat konten-konten tersebut.

Lain halnya dengan Rian Fahardhi, ketika ditanya terkait bagaimana ia menampilkan citra dirinya ketika berada di media sosial, ia justru memiliki strategi tersendiri agar dianggap sebagai seseorang yang pas dalam menyampaikan hal tersebut dan dapat menjangkau lebih luas penonton dari konten yang ia buat. Dari apa yang ia katakan, terdapat tiga tahapan strategi yang ia lakukan dalam menciptakan citra dirinya di media sosial. Tiga tahapan tersebut dimulai dari adanya penentuan *branding*, ia mengatakan penentuan *branding* adalah hal yang sangat penting pada saat ini. Bagi dirinya sendiri, ia membentuk dirinya sebagai seorang anak muda yang kritis dengan cara mengelola bagaimana cara ia dalam menyampaikan *public speaking*-nya.

Setelah itu adalah *Positioning*, karena ia menampilkan citra sebagai seorang anak muda yang kritis maka Ia juga harus membatasi bagaimana ia dalam menanggapi isu, sehingga sesuai dengan tempatnya dan agar hal itu sejalan dengan branding yang ia tentukan di awal. Dan yang terakhir adalah *Segmenting*, yaitu penargetan audiens. Rian Fahardhi mengatakan ia melakukan penargetan pada kalangan Gen-Z atau anak muda yang saat ini berusia 18-24 tahun. Dan hal tersebut terbukti dengan adanya statistik dari akunnya yang menunjukkan penontonnya di dominasi oleh kalangan umur 18-24 tahun.

Strategi yang digunakan oleh ketiga kreator konten tersebut memiliki keunikan dan keuntungannya masing-masing. Dan cara tersebut ternyata juga berpengaruh terhadap jumlah Pengikut dari kreator konten tersebut. dari ketiga kreator konten yang menjadi informan dalam wawancara ini. Ditemukan akun TikTok Rian Fahardhi memiliki lebih banyak Pengikut dibanding Inspektur Nguyen dan Willy Cilsboy. Yaitu sebanyak 1.4 juta pengikut dan memiliki selisih 200.000 pengikut dibandingkan Inspektur Nguyen yang memiliki pengikut sebanyak 1.2 juta pengikut.

Gambar 5 Perbedaan Jumlah Pengikut Kreator Konten Kritik Sosial



Sumber: Akun TikTok Rian Fahardhi, Inspektur Nguyen, Willy Cilsboy

Para kreator konten saat ini melakukan strategi yang ditujukan untuk menciptakan citra dirinya sesuai dengan apa yang mereka ingin tampilkan ketika berada di media sosial. Strategi tersebut ada yang secara sadar dilakukan agar dapat meningkatkan popularitas. Namun ada juga yang terbentuk dengan sendirinya dikarenakan peran yang ia tampilkan tidak jauh berbeda dengan kehidupan aslinya.

Strategi ini secara tidak langsung juga meningkatkan status sosial dari kreator konten. Para kreator konten mengemukakan bahwasannya dirinya merasa dengan adanya peningkatan status sosial ia juga diuntungkan secara materi dengan adanya hal tersebut. Dalam wawancara yang dilakukan, Willy mengungkapkan bahwa dirinya mendapatkan keuntungan materi ketika status sosialnya meningkat. Ketika ia melakukan kritik sosial, ia menjadi memiliki banyak pengikut yang menyukainya dan ingin berpenampilan sama dengannya. Dengan adanya hal tersebut, menjadikan merek-merek yang ingin mengiklankan produknya menggunakan dirinya sebagai seseorang yang memasarkan produknya. Kegiatan memasarkan atau mengiklankan produk tersebut kemudian menjadikan keuntungan bagi dirinya pribadi. Ia mengungkapkan sudah beberapa kali melakukan hal tersebut selama menjadi kreator konten kritik sosial.

Hal tersebut juga terjadi pada Rian Fahardhi, ia mengatakan adanya peningkatan status sosial yang didapatinya ketika menjadi kreator konten kritik sosial menjadikan dirinya lebih banyak diundang kedalam acara-acara tertentu sebagai pembicara. Hal tersebut dikarenakan dirinya dianggap sebagai orang yang kompeten dalam menjadi seseorang yang memberikan pandangan terkait kritikan sosial. Dalam wawancara yang dilakukan ia mengatakan:

“Kalo gue sih dengan adanya peningkatan status sosial gue tentunya memberikan keuntungan materil dan non-materil ya. Di materil tentu aja gue dapet keuntungan dari adanya undangan-undangan sebagai pameri yang tentunya dapet bayaran disitu. Sedangkan kalo dalam segi non-materil gue merasa diuntungkan ketika gue dikenal sama banyak orang, karena kalo kata pepatah ‘banyak teman banyak rezeki’, dan dengan gue dikenal kaya gini yaa gue jadi punya banyak teman. Gitu sih.” (Wawancara Rian Fahardhi, 2023)

Adanya pembentukan citra diri yang ditampilkan oleh kreator konten kritik sosial ternyata juga dipengaruhi oleh karakteristik yang ada pada disinhibisi *online*. Disinhibisi *online* memengaruhi bagaimana para kreator konten dalam membentuk citra dirinya. Serta membantu kreator konten untuk menciptakan dirinya yang lebih sempurna dikarenakan adanya karakteristik yang ada pada disinhibisi *online*.

Tentunya pembentukan citra diri tersebut tidak lepas dari adanya karakteristik dari disinhibisi *online*, yaitu Invisibilitas dan asingkronitas. Dimana dengan adanya karakteristik Invisibilitas dan Asingkronitas tersebut menjadikan para kreator konten memiliki waktunya tersendiri untuk merencanakan strateginya sebelum menampilkan dirinya ketika berada di media sosial. dengan adanya karakteristik dari Invisibilitas tersebut menjadikan para kreator konten untuk menjadi lebih leluasa dalam merencanakan perannya. Sedangkan dengan adanya asingkronitas, membuat kreator konten tidak perlu memperdulikan reaksi yang didapatkan, karena adanya rentang antara aksi dan reaksi yang didapatkan ketika menggunakan media sosial. Willy menjelaskan dalam wawancaranya:

“Dengan adanya di media sosial ini, saya jadi bisa ngebentuk karakter saya dengan lebih leluasa. Karena kalo saya di media sosial tentunya saya bisa jadi siapa aja, terserah saya mau nampilin apa. Dari situ saya bisa ciptain peran yang sebaik mungkin karena saya ga dilihat orang juga kalo misal lagi bikin video. Dan saya juga ga minder karena saya ga dapetin reaksinya secara langsung.” (Wawancara Willy Cilsboy, 2023)

Dari pernyataannya tersebut menunjukkan bahwa ketika ia melakukan perannya di media sosial. Adanya karakteristik Invisibilitas dan asingkronitas membantu Willy dalam menciptakan perannya dengan lebih leluasa. Ia jadi memiliki waktu untuk menyiapkan perannya sebelum tampil. Dan karena ia tidak mendapatkan perannya secara langsung menjadikan dirinya percaya diri untuk menampilkan peran yang telah ia buat.

BAB V

PENGARUH DISINHIBISI *ONLINE* TERHADAP KREATOR KONTEN

KRITIK SOSIAL

A. Peningkatan Rasa Percaya Diri Kreator Konten Kritik Sosial

Efek disinhibisi *online* memberikan peningkatan kepercayaan diri dari Kreator Konten ketika berada di depan panggung yakni di media sosial. Terdapat beberapa karakteristik dari efek disinhibisi *online* yang membantu para Kreator Konten dalam meningkatkan percaya dirinya ketika berada didepan panggung diantaranya adalah, Invisibilitas. Dalam jurnalnya Suler menjelaskan bahwa Invisibilitas adalah keadaan dimana seseorang merasa menjadi tidak terlihat ketika melakukan sesuatu di jejaring internet (Suler, 2004). Selain itu, Invisibilitas juga dapat mendorong seseorang untuk merasa tidak khawatir tentang penampilan atau suara mereka yang disampaikan di jejaring internet meskipun identitasnya diketahui oleh orang lain.

Hal ini masih memiliki kesamaan dengan yang dirasakan oleh Kreator Konten Willy Cilsboy. Seperti yang dinyatakan oleh Suler bahwa Invisibilitas juga dapat mendorong seseorang untuk merasa tidak khawatir tentang penampilan atau suara mereka yang disampaikan di jejaring internet meskipun identitasnya diketahui oleh orang lain. Willy Cilsboy juga merasakan hal yang sama, ia merasa lebih pede dengan penampilan dan cara berbicaranya dikarenakan ia merasa tidak terlihat. Dalam wawancara yang dilakukan, ia menyatakan:

“Betul mas, saya merasa lebih percaya diri ketika ngomongnya di depan kamera di bandingkan secara langsung. Karena ketika saya di kamera aja kadang saya masih belibet ngomongnya. Nah, kalau secara langsung kan malu juga ya mas, tapi karena kita ga terlihat ya kita pede aja. Kalau salah ya tinggal ulang, simple dan gaperlu malu kalo kita ngomongnya ga lancar.” (Wawancara Willy Cilsboy, 2023)

Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa adanya Invisibilitas atau tidak terlihat ini juga membantu Willy Cilsboy dalam menjadi lebih percaya diri ketika melakukan kritik sosial di media sosial. Hal tersebut membantu dirinya

yang memiliki masalah seperti berbicara yang tidak lancar. Dengan tidak terlihat tersebut menjadikan dirinya dapat memperbaiki cara bicaranya dengan membuat ulang konten yang ia buat jika ada salah kata ataupun masalah berbicara yang tidak lancar tersebut.

Kreator Konten Rian Fahardhi juga mengemukakan hal yang sama, ia merasa bahwa dengan menyampaikan melalui media sosial ia merasa lebih percaya diri akan penampilannya dalam menyampaikan kritikan, hal itu disebabkan karena ketika ia melakukan kesalahan ia dapat mengulang pernyataannya tanpa harus malu. Dalam wawancara yang di lakukan Rian Fahardhi menyatakan:

“iya sih, karena ya dengan tidak terlihat itu gue jadi ngerasa pd karena kalau ada salah kata yaa kita tinggal ngulang, engga harus malu ketika kita ada salah kata yang mungkin bikin orang gagal paham.”
(Wawancara Rian Fahardhi, 2023)

Dari pernyataannya tersebut, ia juga mengungkapkan bahwa ia tak harus malu ketika melakukan kesalahan karena ia tidak dilihat oleh siapapun. Serta hal tersebut juga dilakukan untuk menghindari adanya kesalah pahaman ketika ada kesalahan dalam narasi yang disampaikannya.

Selain Invisibilitas, adanya asinkronitas dapat membuat para Kreator Konten dalam merasa lebih percaya diri dalam memberikan pendapatnya ketika sedang melakukan kritik sosial di media sosial. Menurut Suler dalam jurnalnya Asinkronitas merupakan suatu kondisi dimana seseorang tidak perlu secara terus menerus terhubung dengan orang lain, atau dengan kata lain kondisi dimana seseorang tidak akan mendapatkan reaksi secara langsung dari apa yang dilakukannya (Rochimah, 2020). Karena adanya rentang antara aksi dan reaksi tersebut kemudian mendorong seseorang untuk merasa percaya diri untuk melakukan sesuatu. Hal ini juga terjadi terhadap Kreator Konten Willy Cilsboy, ia mengungkapkan bahwa ia merasa lebih percaya diri ketika ia tidak mendapatkan reaksi langsung dari penontonnya. Pernyataannya di wawancara ia menyebutkan:

“ya itu tadi mas selain merasa aman jadinya juga ngerasa lebih percaya diri mas kalo ga dapet reaksinya secara langsung. Karena ketika saya bikin konten, kalo saya rasa apa yang saya sampein menurut saya masih wajar, ya saya pd aja. komennya gimana itu urusan belakangan, yang penting saya upload dulu.” (Wawancara Willy Cilsboy, 2023)

Dari pernyataan tersebut, Willy Cilsboy mengungkapkan bahwa ia lebih percaya diri ketika ia tidak mendapatkan reaksi langsung ketika menyampaikan kritiknya. Ia juga percaya diri dengan konten yang ia unggah ketika ia merasa bahwa apa yang ia sampaikan masih dalam batas wajar sehingga ia tidak terlalu memperdulikan bagaimana respon yang diberikan oleh para penonton kontennya.

Berbeda halnya dengan Kreator Konten Inspektur nguyen, meskipun terdapat keterlambatan reaksi, akan tetapi ia justru menunggu bagaimana reaksi yang diberikan oleh penontonnya terhadap konten yang ia buat. Ia merasa bahwa komentar dan reaksi yang diberikan oleh para penontonnya dapat menjadi masukan dan bahan pelajaran untuk dirinya sendiri. Dalam wawancara yang dilakukan ia mengungkapkan:

“saya kalo bikin konten PD aja sih mas. di sisi lain reaksi di media sosial ini justru saya tunggu-tunggu. Karena saya bisa mendapat reaksi yang beragam, dimana kita tahu bahwa di tiktok ini jangkauan kita dapat lebih luas, juga dapat menjangkau semua kalangan. Sehingga reaksi yang saya terima sangat bervariasi, ketika ada komentar yang berisi argumen berbobot juga saya pelajari baik itu mendukung atau kontra dengan saya.” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023)

Adanya reaksi yang tidak langsung diterima tersebut, menjadikan Inspektur Nguyen merasa lebih percaya diri ketika mendapatkan reaksi dari videonya. Karena dengan komentar yang diberikan oleh para penontonnya dapat ia jadikan pembelajaran dalam menyampaikan kritiknya.

Selain karakteristik Invisibilitas dan asinkronitas. Adanya karakteristik Introjeksi Solipsistik ini membantu para Kreator Konten dalam merasa lebih percaya dengan apa yang ia sampaikan di media sosial. Menurut Suler, Introjeksi Solipsistik adalah keadaan dimana seseorang merasakan suara atau

gambar orang lain dalam pikirannya ketika komunikasi secara *online* (Suler, 2004). Faktor ini terjadi dikarenakan kurang adanya isyarat visual dan verbal yang biasa didapatkan ketika berbicara secara langsung. Sehingga seorang pengguna akan menangkap pesan dengan suara yang ada di pikiran mereka sendiri dengan bertumpu pada gambaran perilaku, suara, dan tampilan orang lain di media sosial.

Sehingga, adanya karakteristik Introjeksi Solipsistik membantu para Kreator Konten dalam merasa lebih percaya diri terhadap konten yang dibuatnya. Terutama ketika mendapatkan reaksi dari penontonnya. Dalam wawancara yang dilakukan, Inspektur Nguyen menyatakan:

“Kalau saya sih karena reaksi yang diberikan melalui kolom komentar itu kita baca dalem hati pake nada kita sendiri, jadinya ya nganggepnya itu ngomong dengan baik-baik aja. Jadi ga terlalu mikirin sih bakalan dapet respon yang bakal gimana.” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023)

Dari pernyataannya tersebut dapat kita temukan bahwa dengan kurang adanya isyarat visual dan verbal yang biasa didapatkan ketika berbicara secara langsung, menjadikan Inspektur Nguyen untuk tidak terlalu memikirkan terkait reaksi yang diberikan oleh penontonnya. Ia menganggap semua yang memberikan komentar memberikannya dengan nada baik.

Sedangkan bagi Rian Fahardhi, ia lebih membebaskan kepada para penontonnya untuk memberikan komentar terhadap kritiknya di video. Bahkan ia juga menambahkan kata “debat tetap pakai adab ya” di akhir video untuk mengingatkan kepada para penontonnya untuk memberikan komentar dengan adab yang baik. Dalam wawancara yang dilakukan, Rian Fahardhi menyatakan:

“kalo gue sih pd pd aja yaa sama konten yang gue buat. Karena lagi lagi, gue juga merasa punya hak untuk berbicara. Dan penonton gue pun juga gue ajak berargumen lewat kolom komentar dengan ngomong debat tetap pake adab di akhir video. Harapannya juga penonton gue ngerti kalo yang gue lakuin ini mengkritik bukan menghujat” (Wawancara Rian Fahardhi, 2023)

Pernyataan tersebut menunjukkan Rian Fahardhi tetap merasa percaya diri dengan konten yang ia buat karena ia merasa bahwa ia juga memiliki hak untuk berbicara. Serta, ia juga percaya bahwa komentar-komentar yang diberikan adalah argumen yang dapat membuat para penontonnya juga mengerti akan kritikan yang ia lakukan.

Adanya karakteristik Invisibilitas, asinkronitas, dan Introjeksi Solipsistik tersebut menjadikan para Kreator Konten dalam merasa lebih percaya diri ketika mereka sedang berada di media sosial. Adanya perasaan tidak terlihat sehingga mereka tidak perlu merasa khawatir akan penampilannya, kemudian adanya keterlambatan reaksi dari asinkronitas yang membuat para Kreator Konten lebih percaya diri karena tidak mendapatkan reaksi yang langsung, serta solipsistik introjeksi yang membantu para Kreator Konten dalam merasa lebih percaya diri dengan tanggapan-tanggapan yang diberikan oleh penontonnya melalui kolom komentar.

B. Timbulnya Rasa Aman dalam Membuat Konten

Para kreator konten kritik sosial merasa lebih aman menyampaikan kritiknya ketika berada di media sosial dibandingkan ketika di dunia nyata. Hal tersebut ternyata berasal dari pengaruh efek disinhibisi *online* tersebut itu sendiri. Adanya hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan para Kreator Konten kritik sosial yang menyatakan bahwa mereka merasa lebih aman ketika menyampaikan kritik sosialnya ketika melalui media sosial. Dari beberapa faktor yang penulis tanyakan ketika melakukan wawancara, terdapat beberapa faktor dari efek disinhibisi *online* yang membantu para Kreator Konten dalam merasa lebih nyaman ketika menyampaikan kritiknya di media sosial. Diantaranya adalah Invisibilitas, Asinkronitas dan Minimalisasi Wewenang.

Yang pertama adalah adanya karakteristik Invisibilitas yang dirasakan oleh Kreator Konten. Adanya karakteristik Invisibilitas menjadi salah satu faktor yang dapat membuat para pengguna media sosial untuk merasa lebih aman dalam bersuara ketika berada di media sosial (Rochimah, 2020). Invisibilitas adalah keadaan dimana seseorang merasa menjadi tidak terlihat

ketika melakukan sesuatu di jejaring internet. Dengan adanya perasaan tidak terlihat tersebut menjadikan Kreator Konten merasa lebih aman ketika menyampaikan kritiknya di media sosial.

Hal ini dirasakan oleh Kreator Konten Inspektur Nguyen. Ia merasa lebih aman untuk melakukan kritikan melalui media sosial dikarenakan ia tidak akan mendapatkan kerugian secara langsung. Ia merasa lebih takut ketika menyampaikan secara langsung karena khawatir ia akan mendapatkan kerugian seperti serangan fisik ketika ia menyampaikan kritiknya secara langsung. Dalam wawancara yang dilakukan, ia menyatakan:

“Lebih takut secara langsung, karena memungkinkan untuk menyerang secara fisik. Sedangkan jika di media sosial kita kan tidak terlihat, jadinya paling hanya komentar-komentar, dan ancaman yang mungkin hanya diketik tanpa berpikir.” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023)

Pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa Kevin Nguyen merasa lebih berani ketika menyampaikannya di media sosial, dibandingkan ketika secara langsung dikarenakan adanya karakteristik tidak terlihat tersebut. Dengan adanya karakteristik tidak terlihat tersebut ia merasa bahwa ia akan lebih aman karena jika ada yang tersinggung ataupun tidak terima dengan kritikan yang dibuat setidaknya ia masih aman, dikarenakan ancaman yang didapatkan ketika melakukan kritik secara *online* tersebut pun tidak serta merta dapat langsung memberikan kerugian terutama di fisik, karena yang memungkinkan hanya ancaman-ancaman yang sifatnya verbal melalui kolom komentar maupun fitur pesan langsung.

Hal ini juga di dukung dengan adanya asinkronitas. Asinkronitas dapat membuat para Kreator Konten untuk merasa lebih aman dalam memberikan pendapatnya ketika sedang melakukan kritik sosial di media sosial karena tidak mendapatkan reaksinya secara langsung. Menurut Suler dalam jurnalnya Asinkronitas merupakan suatu kondisi dimana seseorang tidak perlu secara terus menerus terhubung dengan orang lain, atau dengan kata lain kondisi dimana seseorang tidak akan mendapatkan reaksi secara langsung dari apa yang dilakukannya (Suler, 2004). Karena adanya rentang antara aksi dan reaksi

tersebut kemudian mendorong seseorang untuk merasa nyaman untuk melakukan sesuatu. Hal ini juga terjadi terhadap Kreator Konten Willy, ia mengungkapkan bahwa ia merasa lebih nyaman ketika ia tidak mendapatkan reaksi langsung dari penontonnya. Pernyataannya di wawancara ia menyebutkan:

“lebih merasa aman sih mas kalo ga dapet reaksinya secara langsung. Karena ketika saya bikin konten, yaudah saya mikirnya *nothing to lose* aja. Kalopun nantinya saya dapet kritikan yang kurang bagus ya tinggal di apus aja” (Wawancara Willy, 2023)

Willy mengungkapkan bahwa ia merasa lebih aman karena ia tidak mendapatkan reaksi dari kritik sosialnya secara langsung. Karena ia juga tidak terlalu memikirkan terkait dari respon yang didapatkan ketika melakukan kritik sosial.

Kemudian adalah adanya karakteristik minimalisasi status dan figur otoritas. Sebuah studi tahun 2003 mencatat bahwa ketika di dalam jejaring internet, seseorang akan merasakan tidak ada status, prestise, kelas, dan daya tarik, yang menciptakan lingkungan yang aman dan berisiko rendah untuk terlibat dengan orang lain (Morahan-Martin & Schumacher, 2003). Dalam hal ini para Kreator Konten merasakan bahwa ketika mereka memberikan pendapatnya mereka tidak terlalu memikirkan akan dilihat oleh siapa, karena mereka merasa bahwa apa yang mereka lakukan adalah bentuk salah satu dari hak yang mereka miliki. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Rian Fahardhi dalam wawancara yang di lakukan. Ia menyatakan:

“pertama kita di sini sebagai warga sekitar biasa secara konstitusi Dilindungi dalam menyampaikan haknya dalam berpendapat di muka umum, jadi ya tentunya juga ngerasa aman dengan adanya hal itu. Tapi tetap ada batas-batas yang mana kita harus ngejaga ucapan dan perbuatan kita, nah itu yang harus dijaga sih” (Wawancara Rian Fahardhi, 2023)

Dari pernyataan tersebut ia menyatakan bahwa apa yang ia lakukan adalah bentuk penyampaian pendapat di muka umum. Sehingga hal tersebut menimbulkan rasa aman karena ia merasa setara dengan pengguna lainnya, tidak ada status maupun kelas yang perlu di perhatikan ketika ia memberikan

kritikannya melalui media sosial. Selain itu ia juga menambahkan bahwasannya ia juga merasa setara ketika memberikan pendapatnya di media sosial karena ia juga merupakan seorang warga sipil yang ingin memberikan pendapatnya. Dalam wawancara ia menambahkan:

“jadi emang kenapa hari ini gua percaya diri dalam menyampaikan aspirasi dan suara itu, karena gue merasa setara ya, semuanya setara apalagi kayak status kita sebagai warga sipil biasa dengan konsekuensi konstitusi tadi”

Adanya faktor minimalisasi status tersebut kemudian pada akhirnya dapat membantu Kreator Konten dalam menjadi merasa lebih aman dalam menyampaikan pendapatnya di media sosial. Karena dengan adanya faktor tersebut dapat memberikan rasa aman karena ia merasa dengan adanya perlindungan yang diberikan oleh konstitusi ketika menyampaikan suara ataupun kritikan menjadikannya juga merasa setara dengan para pengguna lainnya.

Berdasarkan pembahasan diatas dapat ditemukan bahwa perasaan aman yang dirasakan oleh para Kreator Konten kritik sosial ketika berada di belakang panggung tersebut juga bersumber dari beberapa faktor yang ditimbulkan oleh efek disinhibisi *online*. Faktor faktor seperti anonimitas yang menimbulkan rasa aman karena adanya perlindungan atas data pribadi, kemudian adanya perasaan tidak terlihat yang membantu Kreator Konten untuk merasa lebih aman terhadap serangan yang disampaikan secara langsung, adanya faktor asingkronitas yang membuat para Kreator Konten dalam merasa bahwa apa yang mereka lakukan tidak akan mendapatkan reaksi secara langsung, serta adanya faktor minimalisasi status yang membuat para Kreator Konten merasa bahwa apa yang mereka katakan adalah salah satu hal yang sama dan setara dengan para pengguna media sosial lainnya sehingga tidak perlu khawatir akan adanya serangan hukum ketika mereka memberikan kritiknya di media sosial TikTok.

C. Kuantitas Materi yang Disampaikan

Efek Dishinbisi *Online* memberikan banyak pengaruh kepada Kreator Konten, mulai dari adanya perasaan aman Kreator Konten untuk menyampaikan kritik sosial, meningkatnya kepercayaan diri Kreator Konten dalam menyampaikan kritikan, hingga adanya kebebasan berupa menyampaikan kritik yang lebih banyak dilakukan dibanding ketika menyampaikan secara langsung. Banyaknya jumlah konten kritik sosial di tiktok dapat dibuktikan dengan adanya data mengenai jumlah konten kritik sosial yang telah diunggah oleh Kreator Konten kritik sosial.

Tabel 4 Tabel Jumlah Konten Kritik Sosial Kreator Konten Informan

No	Kreator Konten	Jumlah Konten Kritik Sosial	
		2022	2023 (Januari – Mei)
1	Rian Fahardi	215	91
2	Cilsboy	414	193
3	Xeronav / Inspektur Nguyen	208	73
Jumlah		837	345

Sumber: Akun TikTok @Rian Fahardhi, @Cilsboy, @Xeronav

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2022 terdapat 837 video kritik sosial yang diunggah oleh tiga Kreator Konten dalam satu tahun, sehingga dalam 365 hari maka terdapat 2 – 3 video kritik sosial yang diunggah di tiktok setiap harinya. Kemudian pada tahun 2023 pada kuartal pertama dan kedua, terdapat 345 video kritik sosial yang diunggah, sehingga rata-rata perhari terdapat 2 – 3 video kritik sosial oleh tiga Kreator Konten yang menjadi narasumber dalam penelitian ini.

Banyaknya video kritik sosial yang dihasilkan oleh Kreator Konten dapat dilihat dari beberapa Kreator Konten yang dapat mengunggah beberapa video dengan beberapa topik yang dibicarakan hanya dalam satu waktu.

Gambar 6 Konten Berbeda Inspektur Nguyen dalam Satu Hari yang Sama



Sumber: Akun TikTok @InspekturNguyen

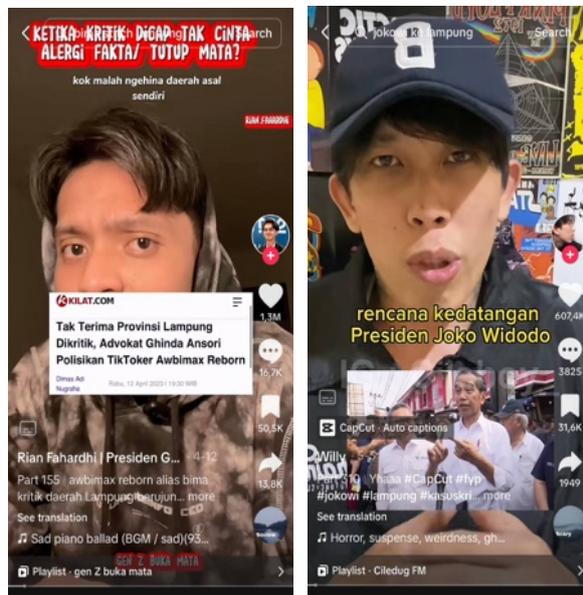
Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa Kreator Konten @xeronav bisa mengunggah dua video dengan pembahasan yang berbeda di hari yang sama, meskipun kedua video tersebut diunggah pada hari dan tanggal yang sama, namun kedua video tersebut mendapat respon yang cukup tinggi dari pengguna media sosial tiktok, seperti yang tertera bahwa kedua video tersebut disukai oleh lebih dari 40.000 pengguna.

Mengetahui hal tersebut, Efek Dishinbisi *Online* menjadi salah satu faktor adanya perbedaan jumlah penyampaian kritik sosial di tiktok dan secara langsung di dunia nyata. Terdapat beberapa karakteristik dari Efek Dishinbisi *Online* yang dapat dilihat disini, antara lain seperti Invisibilitas, Asinkronitas, Disosiatif Imagination, dan Minimalisasi Wewenang.

Pertama, karakteristik Invisibilitas. Seperti yang dijelaskan pada Bab sebelumnya bahwa karakteristik Invisibilitas adalah sebuah situasi dimana Kreator Konten merasa bahwa dirinya tidak mudah mendapatkan sorotan dari berbagai pihak, sehingga dengan adanya hal tersebut maka Kreator Konten

tidak khawatir dengan penampilan mereka saat membuat video kritik dan mengunggahnya di media sosial.

Gambar 7 Contoh Penampilan Kreator Konten Ketika Membuat Konten Kritik Sosial



Sumber: Akun TikTok @RianFahardhi, dan @Cilsboy

Gambar di atas menunjukkan dua video dari dua Kreator Konten yang berbeda yakni @rianfahardi dan @cilsboy, keduanya mengunggah video kritik sosial di akun masing-masing dengan penampilan seadanya. Hal ini memperlihatkan bahwa adanya karakteristik ivinsibilitas memberikan kenyamanan pada Kreator Konten untuk dapat membuat video kritik sosial dengan keadaan bagaimanapun, kapanpun, dan dimanapun. Sehingga hal tersebut menjadikan Kreator Konten dapat lebih leluasa menyampaikan kritik sosialnya tanpa mengkhawatirkan jumlah postingan yang dibuat dan diunggah.

Karakteristik kedua dari Efek Dishinbisi *Online* yang mempengaruhi jumlah kritik oleh Kreator Konten di media sosial dibanding dengan di kehidupan nyata adalah karakteristik Asinkronitas. Asinkronitas merupakan sebuah kondisi dimana seseorang tidak perlu secara terus menerus terhubung dengan orang lain, atau dengan kata lain kondisi dimana seesorang tidak akan mendapatkan reaksi

secara langsung dari apa yang dilakukannya (Safitri, Rahmadhany, & Irwansyah, 2021). Adanya perasaan tersebut mempengaruhi konten kreator dalam membuat dan mengunggah video kritik sosialnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Inspektur Nguyen, dalam wawancara yang menyatakan:

“Jika dilihat dari kuantitas, saya lebih banyak berpendapat di sosial media, karena memang selain tidak membutuhkan effort berlebih, saya juga dapat mempublikasikannya lebih luas, mendapatkan berbagai macam respon tidak langsung yang dapat memperluas pengetahuan saya, serta dapat didengarkan beberapa kali oleh audiens.” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa jumlah konten yang dibuat lebih banyak dan lebih leluasa di sampaikan oleh Inspektur Nguyen karena ia merasa tidak membutuhkan usaha lebih dan merasa senang karena semakin banyak konten yang ia buat, maka semakin banyak pula respon tidak langsung yang ia dapat untuk memperluas pengetahuannya. Dengan adanya reaksi yang beragam serta jangkauan dapat lebih luas dan dapat menjangkau semua kalangan, maka reaksi yang ia terima sangat bervariasi. Hal tersebut membuat Inspektur Nguyen merasa nyaman dalam menyampaikan kritiknya di tiktok, di sisi lain Edmondstone (2016) menemukan bahwa ketika seseorang makin merasa nyaman, maka jumlah informasi yang akan dibagikan juga akan semakin meningkat terlepas dari adanya asinkronitas itu sendiri.

Karakteristik selanjutnya adalah Imajinasi Disosiatif, sebuah keadaan dimana Kreator Konten merasa bahwa mereka menciptakan tokoh atau permainan di dunia maya yang tanggung jawabnya dapat mereka atur dan sesuaikan sesuai dengan permainan yang mereka ciptakan. Hal tersebut menjadi salah satu karakteristik dari Efek Dishinbisi *Online* yang berpengaruh pada banyaknya jumlah unggahan kritik sosial oleh Kreator Konten karena Kreator Konten merasa bahwa mereka mampu membuat ruang dan mengatur batasannya sendiri.

Hal tersebut tentunya dirasakan oleh beberapa Kreator Konten, dimana mereka secara sadar menciptakan ruang-ruangnya sendiri di media sosial, kemudian memanfaatkan hal tersebut untuk dapat mengekspresikan diri sesuai

dengan apa yang mereka kehendaki. Ini dibuktikan oleh penjelasan dari Inspektur Nguyen yang menyatakan:

“Di media sosial saya dapat menciptakan sendiri kesempatan saya untuk berbicara, sedangkan di kehidupan nyata saya harus mencari kesempatan. Sehingga ketika tidak menemukan kesempatan, maka semua pendapat saya akan saya tuangkan di media sosial melalui video-video yang saya unggah” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023).

Melihat pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya kesempatan bagi para Kreator Konten untuk membuat ruang-ruangnya sendiri menjadi salah satu faktor bagi Kreator Konten untuk terus mengunggah video kritik sosial mereka tanpa harus memperlumahkan jumlah video yang diunggah. Kemudian hal tersebut juga diperkuat oleh penjelasan Rian Fahardi:

“Iya sejauh ini sih lebih banyak menyampaikan kritik lewat sosial media, karena ibarat permainan di media sosial gue punya ruangnya bebas yang bisa gue kendaliin, gue bisa kendaliin redaksinya, siapa yang terlibat, dan nyiptain batasan gue sendiri.” (Wawancara Rian Fahardi, 2023).

Penjelasan oleh Rian Fahardi tersebut memperkuat bahwa karakteristik Imajinasi Disosiatif dari Efek Dishinbisi *Online* berpengaruh pada jumlah kritik sosial yang disampaikan Kreator Konten di media sosial lebih banyak dibanding secara langsung di kehidupan nyata, karena di kehidupan nyata Kreator Konten tidak dapat menciptakan sendiri ruang-ruang yang dapat digunakan untuk menyampaikan kritiknya.

Karakteristik terakhir dari Efek Dishinbisi *Online* yang berpengaruh adalah karakteristik Minimalisasi Wewenang. Minimalisasi Wewenang di media sosial yang dijelaskan oleh (Morahan-Martin & Schumacher, 2003) adalah ketika seseorang merasakan tidak ada perbedaan status, prestise, kelas, dan golongan di media sosial, sehingga terdapat lingkungan yang aman dan berisiko rendah. Adanya minimalisasi wewenang ini juga dijelaskan dalam *Community Guidelines* pada Tiktok yang menjelaskan:

“*We aspire to unlock human imagination by enabling creative expression and being a source of entertainment and enrichment everywhere. We welcome people from around the world, as they come to TikTok to discover a diversity of ideas, creators, and products, and to connect with others in our community*” (Tiktok *Community Guidelines*, Maret 2023)

Berdasarkan adanya misi dari tiktok yang dijelaskan pada panduan komunitas tersebut, dapat dilihat bahwa tiktok memiliki tujuan agar semua orang di dunia memiliki kesempatan yang sama untuk menungkan kreativitas dan mendapatkan informasi seluas-luasnya di tiktok. Hal tersebut juga diperkuat oleh pendapat dari Rian Fahardi yang menyatakan bahwa setiap orang memiliki hak untuk mendapatkan wadah dalam menyampaikan pendapatnya.

“Setiap orang punya hak untuk menyampaikan pendapatnya, kita menyampaikan pendapat jangan sampai melarang atau bahkan membatasi orang menyampaikan pendapatnya juga, setiap orang memiliki pikirannya masing-masing, memiliki argumentasi yang jelas sesuai dengan konteks, jadi sosial media ini adalah salah satu wadah yang dapat digunakan setiap orang untuk menyampaikan pendapatnya”
(wawancara dengan Rian Fahardi, 2023)

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dilihat bahwa adanya minimalisasi wewenang mempengaruhi Kreator Konten dalam keputusannya terhadap jumlah konten kritik sosial yang dibuat, hal itu karena Kreator Konten merasa bahwa terdapat sedikit adanya intervensi dari figur otoritas di media sosial, tidak ada perbedaan golongan, kelas, dan status di antara pengguna internet, sehingga mereka dapat membuat dan mengunggah video mereka serta tidak memiliki batas jumlah video yang akan diunggah. Dan dengan adanya hal tersebut juga menjadikan para Kreator Konten kritik sosial di TikTok menjadi lebih banyak mempresentasikan dirinya ketika berada di media sosial TikTok.

D. Disinhibisi *Online* Jinak Pada Kreator Konten Kritik Sosial

Efek Disinhibisi *Online* tidak hanya mendorong para pengguna media sosial untuk melakukan hal buruk saja ketika di media sosial, akan tetapi juga mendorong para pengguna media sosial untuk melakukan hal baik ketika berada di media sosial atau Efek Disinhibisi *Online* Jinak. Dalam jurnalnya Suler (2004) mengatakan Efek disinhibisi *online* jinak adalah fenomena di mana orang merasa lebih nyaman untuk mengekspresikan diri mereka secara *online* dengan cara yang mungkin tidak mereka lakukan dalam kehidupan nyata. Ini dapat memiliki hasil positif seperti pengungkapan diri, dukungan emosional, dan perilaku prososial. Misalnya, beberapa orang mungkin membagikan

perasaan pribadinya atau meminta bantuan di platform media sosial dengan lebih mudah daripada dalam situasi tatap muka. Efek disinhibisi *online* jinak dapat dipengaruhi oleh faktor situasional seperti anonimitas, tembus pandang, dan kurangnya kontak mata (Rochimah, 2020).

Adanya efek disinhibisi *online* juga memberikan pengaruh positif terhadap para Kreator Konten kritik sosial. Hal tersebut dapat kita lihat dari beberapa pernyataan Kreator Konten kritik sosial yang menunjukkan adanya pengaruh positif yang dirasakan selama menggunakan media sosial TikTok. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Rian Fahardhi yang menyatakan bahwa meskipun hal tersebut ia tidak rasakan secara langsung, akan tetapi setelah menyadarinya ternyata memang hal tersebut memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap keberaniannya dalam menyampaikan kritiknya di media sosial. Dalam wawancara yang dilakukan ia mengatakan:

“sebelumnya sih emang gue ga sadar kalo ternyata hal ini ada dan berpengaruh buat gue, tapi setelah wawancara ini justru gue sadar, kalo ternyata faktor-faktor tadi tuh juga berguna buat gue terus menyampaikan kritikan di media sosial. Dan buat gue terus berani dalam menyampaikan kritikan gue di media sosial.” (Wawancara Rian Fahardhi, 2023)

Pernyataan tersebut memperlihatkan Rian Fahardhi menyebutkan bahwasannya ia sebelumnya tidak sadar terkait adanya efek disinhibisi *online* tersebut. Setelah melakukan wawancara ternyata ia menyadari bahwa karakteristik-karakteristik yang ada pada efek disinhibisi *online* juga membantunya untuk terus menyampaikan kritiknya dan menjadi lebih berani dalam menyampaikan kritiknya di media sosial.

Hal ini tidak jauh berbeda dengan yang dirasakan oleh Inspektur Nguyen, ia merasa bahwa dengan adanya hal tersebut menjadikannya merasa lebih berani dalam menyampaikan kritiknya di media sosial TikTok. Serta dengan semakin terbiasa melakukan kritik sosial, menjadikannya lebih percaya diri karena mendapatkan banyak dukungan dari apa yang ia kritik dan suaranya di media sosial. Dalam wawancara yang dilakukan ia mengatakan:

“Di awal melakukan hal ini, saya merasa banyak keraguan, takut dibully, takut salah bicara, dll. Namun semakin terbiasa saya

melakukan kritik di media sosial dan saya tahu bahwa saya mendapat banyak dukungan, saya menjadi semakin berani dan leluasa untuk melakukan kritik sosial media di tiktok, namun tetap ada dalam batasan-batasan.” (Wawancara Inspektur Nguyen, 2023)

Pernyataannya tersebut ia semakin berani ketika sudah terbiasa dengan dunia media sosial, terlebih ketika ia mendapatkan banyak dukungan yang diberikan oleh para penontonnya. Hal tersebut menjadikannya lebih berani dan lebih leluasa meskipun masih dalam batasan-batasan tertentu.

Meskipun yang disampaikan adalah bentuk kritikan terhadap suatu instansi ataupun orang tertentu, akan tetapi hal tersebut merupakan bentuk kepedulian para Kreator Konten terhadap pihak yang di kritik agar dapat membenahi hal yang di kritik tersebut. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Willy Cilsboy, dalam wawancara yang dilakukan ia menyatakan:

“sebenarnya tujuan saya tuh positif mas. tujuannya emang biar pihak yang saya kritik nih bisa lebih baik lagi dari sebelumnya, bukan bermaksud buat menjelekkkan ataupun menghujat mereka. Nah dengan adanya hal-hal kaya tidak terlihat, anonim segala macam tadi tuh, jadi membantu saya makin berani mas. Karena kan saya juga ga terlihat, jadi ngapain takut? saya juga nyampein hal yang bener dan dengan baik-baik” (Wawancara Willy Cilsboy, 2023)

Dari pernyataan Willy Cilsboy tersebut, ia menegaskan bahwa ia melakukan kritik sosial dengan tujuan positif, yaitu dengan harapan pihak yang dikritik dapat melakukan yang lebih baik di kemudian harinya, dan dengan adanya karakteristik yang ada pada efek disinhibisi *online* membantu dirinya untuk menjadi lebih berani dalam melakukan hal tersebut.

Berdasarkan ketiga pernyataan diatas dapat kita simpulkan bahwa Efek Disinhibisi *Online* yang dirasakan oleh para Kreator Konten kritik sosial tersebut merupakan Efek Disinhibisi *Online* Jinak. Yang mana hal tersebut membantu para Kreator Konten kritik sosial dalam melakukan hal baik, bukan mendorong untuk melakukan hal yang buruk ketika berada di media sosial (Anggarani & Amalia, 2021). Adanya Efek Disinhibisi *Online* Jinak ini membantu para Kreator Konten kritik sosial tersebut untuk merasa lebih berani dalam menyampaikan kritiknya, lebih leluasa dalam menyampaikan kritiknya, serta lebih percaya diri terhadap penampilannya di media sosial.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan data penelitian yang telah dikumpulkan dan dianalisis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kreator konten kritik sosial menempatkan media sosial TikTok sebagai panggung depan untuk melakukan pertunjukan kepada khalayak umum. Berbagai setting dilakukan seperti mensetting penampilan yang mendukung perannya. Serta mensetting tata bahasanya agar seperti seseorang warga sipil yang sedang memberikan keresahannya. Selain itu persiapan juga dilakukan oleh para kreator konten kritik sosial untuk menampilkan yang terbaik ketika berada di depan panggung. Kemudian, para kreator konten juga melakukan strateginya sendiri agar citra diri yang ditampilkan di media sosial dapat maksimal. Strategi yang dibuat merupakan komposisi dari apa yang ia lakukan di kehidupan nyata, serta apa yang ia tampilkan di media sosial. Dan Pola disinhibisi *online* yang ada pada kreator kritik sosial memengaruhi dalam bagaimana mereka menampilkan diri mereka ketika berada didepan panggung, kemudian memengaruhi bagaimana mereka mempersiapkan diri ketika berada di belakang panggung, serta memengaruhi bagaimana kreator konten dalam mengatur strategi dalam menampilkan citra dirinya dimedia sosial.
2. Disinhibisi *Online* yang dirasakan oleh Kreator Konten kritik sosial mempengaruhi perilaku para Kreator Konten untuk menjadi lebih percaya diri, membuat Kreator Konten menjadi merasa aman, dan menjadikan para kreator konten untuk lebih banyak mempresentasikan diri mereka di media sosial TikTok. Serta Efek disinhibisi *online* yang dirasakan oleh para Kreator Konten kritik sosial tersebut merupakan Efek Disinhibisi *Online* Jinak. Dimana Efek Disinhibisi *Online* Jinak tersebut mendorong para Kreator Konten untuk terus melakukan hal-hal positif yang mereka lakukan ketika berada di media sosial TikTok.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis memberikan saran yang harapannya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, di antaranya:

1. Bagi Kreator Konten Kritik Sosial di TikTok

Penulis berharap Kreator Konten kritik sosial yang melakukan kritiknya di media sosial TikTok dapat lebih meluaskan sayapnya untuk memberikan kebermanfaatan di media sosial lainnya. Karena peneliti menemukan ada Kreator Konten yang hanya melakukan kritiknya di media sosial TikTok.

2. Bagi Pengguna Media Sosial Secara Umum

Penulis berharap para pengguna media sosial secara umum tidak terpengaruh oleh efek disinhibisi *online* terutama kearah efek disinhibisi *online* beracun, sehingga tingkat keramahan pengguna media sosial di Indonesia dapat meningkat dan menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap penelitian selanjutnya dapat mengkaji terkait efek disinhibisi *online* dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif sehingga terdapat distingsi pada hasil penelitian. Harapannya penelitian ini dapat menjadi referensi atau rujukan bacaan untuk melakukan penelitian di masa mendatang yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Method, Serta Research & Development)*. Jambi: PUSAKA JAMBI.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ritzer, G., & Stepnisky, J. (2018). *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2021). *Sosiologi Komunikasi (Vol. Edisi Kedua)*. (B. M. Miyadi, Ed.) Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Kencana.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. Jakarta.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial Jilid 1 (Vol. 1)*. Jakarta: Erlangga.

Artikel Jurnal

- Suler, J. (2004). Online Disinhibition Effect. *Cyber Psychology & Behavior*, 321-326.
- Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah. (2021, Januari 31). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis, Vol.3 No.1*, 1-9.
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis Self-Presenting Dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman Pada Tampilan Instagram Mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Vol. 1, No. 2*, 173-187.
- Mutia, T. (2017, Desember). Generasi Milenial, Instagram Dan Dramaturgi : Suatu Fenomena Dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Islam. *Jurnal An-Nida': Jurnal Pemikiran Islam, 41*(No.2), 240-251.

- Ramadhani, N., & Putra, R. D. (2017, September). Komik Strip Sebagai Media Kritik Sosial: Studi pada Akun Instagram @Komikin_ajah. *CoverAge: Journal of Strategic Communication, Vol. 8, No.1*, 26-38.
- Purwaningrum, P. W., Saifullah, A. R., & Sudana, D. (2020, Desember). Meme Sebagai Cerminan Berpikir Kritis Warganet Di Ruang Siber (Kajian Semiotik Pragmatik). *Deiksis, Vol. 12 No. 03*, 270-279.
- Sofian, A., & Khadafi, M. R. (2022, April 28). Visualisasi Kreasi Humor Covid-19: Pengawasan Penanganan Covid-19 Oleh Milenial Di Ranah Virtual. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial, vol 6 (2022)(issue 1)*, 92-109.
- Rini, L. N., & Manalu, R. (2020, Desember). Memahami Penggunaan Dan Motivasi Akun Anonim Instagram Di Kalangan Remaja. *Interaksi Online, Vol. 9(No. 1)*, 85-97.
- Anggarani, F. K., & Amalia, F. (2021). Disinhibisi *Online* sebagai Mediator Hubungan antara Kebingungan Identitas dan Cyberbullying pada Remaja. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan, Vol. 11(No. 2)*, 116-127.
- Watie, E. D. (2011, Juli). Komunikasi dan Media Sosial. *THE MESSENGER, Volume III(No. 2)*, 1-7.
- Hollenbaugh, E. E., & Everett, M. K. (2013). The Effects of Anonymity on Self-Disclosure in Blogs: An Application of the *Online* Disinhibition Effect. *Journal of Computer-Mediated Communication, 18(1)*, 283-302.
- Lefler, N. L., & Barak, A. (2015). The benign *online* disinhibition effect: Could situational factors induce self-disclosure and prosocial behaviors? *Journal Of Psychosocial Research on Cyberspace, 9(2)(3)*, 1-19.
- Scott, R. A., Stuart, J., & Barber, B. L. (2021). Contemporary friendships and social vulnerability among youth: Understanding the role of *online* and offline contexts of interaction in friendship quality. *Journal of Social and Personal Relationships, 9(1)*, 1-38.
- Barak, A., Hen, L., Boniel-Nissim, M., & Shapira, N. (2008). comprehensive review and a meta-analysis of the effectiveness of Internet-based

psychotherapeutic interventions. *Journal of Technology in Human Services*, 26(2-4), 109-160.

Cheung, C. M., Nabity-Grover, T., & Thatcher, J. B. (2020, June 28). Inside Out And Outside In: How The COVID-19 Pandemic Affects Self-Disclosure On Social Media. *National Library of Medicine*, 55(1), 1-25.

Scott, C. E., & Turner, J. S. (2007). Bringing Theory To Research On Computer-Mediated Comforting Communication. *Computers in Human Behaviour*, 23, 985-998.

Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003, November). Loneliness And Social Uses Of The Internet. *Computers in Human Behavior*, 19(6), 659-671.

Skripsi dan Thesis

Edmondstone, C. (2016). An Investigation Into Asynchronicity As A Contributing Factor To Self And Social Perceptions Of Online Self-Disclosure. *Electronic Theses And Dissertations*, University Of Windsor.

Pradhana, T. A. (2019). Self-Presenting Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya) . *Skripsi*.

Rochimah, N. S. (2020). Hubungan Antara Anonimitas Dengan Benign Online Disinhibition Effect Pada Generasi Z Di Surabaya. *Skripsi*.

Yuliana, T. (2021). Tik Tok Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Remaja. *Skripsi*.

Data Online

Curry, D. (2023, May). *Social App Report*. Business of Apps: <https://www.businessofapps.com/data/> Diakses pada 2 Juni 2023.

Iqbal, M. (2022, November 11). *TikTok Revenue and Usage Statistics (2022)*. Business of Apps: businessofapps.com. Diakses pada 23 Januari 2023.

Microsoft. (2020). *Digital Civil Index & Our Challenge*. Microsoft: www.microsoft.com. Diakses pada 11 November 2022.

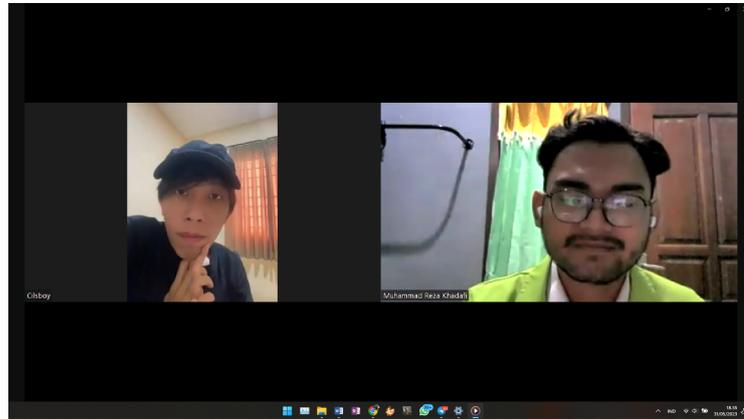
Insider. (2021). *History of Mark Zuckerberg*. Insider:
<https://www.businessinsider.com/history-of-mark-zuckerberg-2010-4>.

Diakses pada 15 Mei 2023.

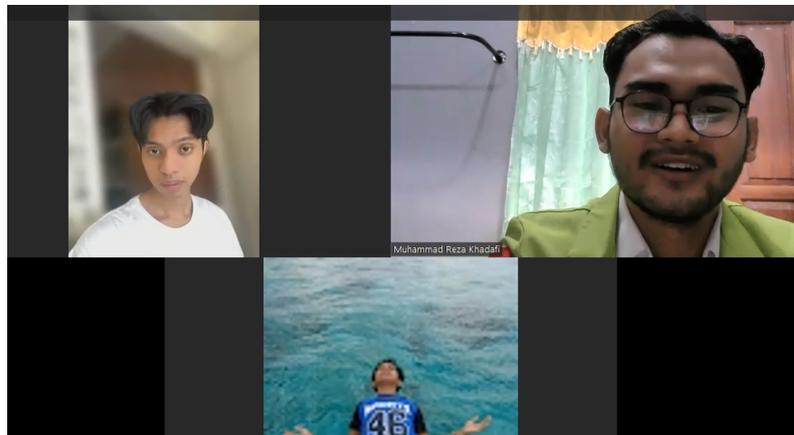
META. (2022). *Meta Company Info*. Meta: https://about.meta.com/company-info/?utm_source=about.facebook.com&utm_medium=redirect. Diakses

pada 15 Mei 2023.

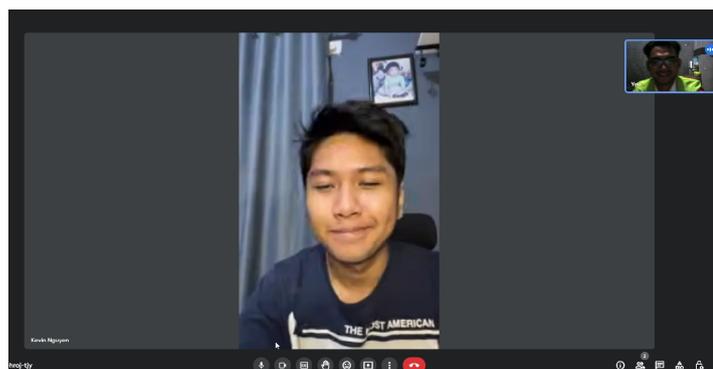
LAMPIRAN



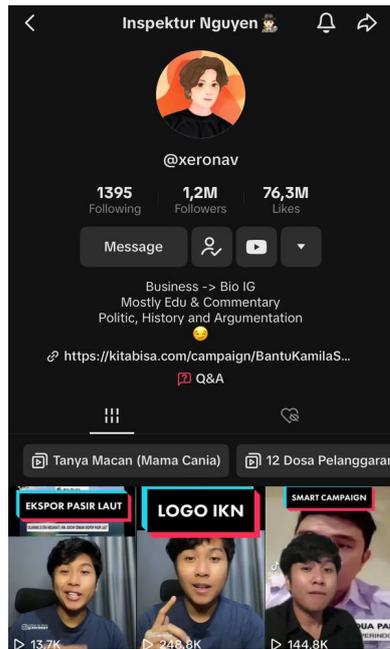
(Wawancara dengan Willy Cilsboy)



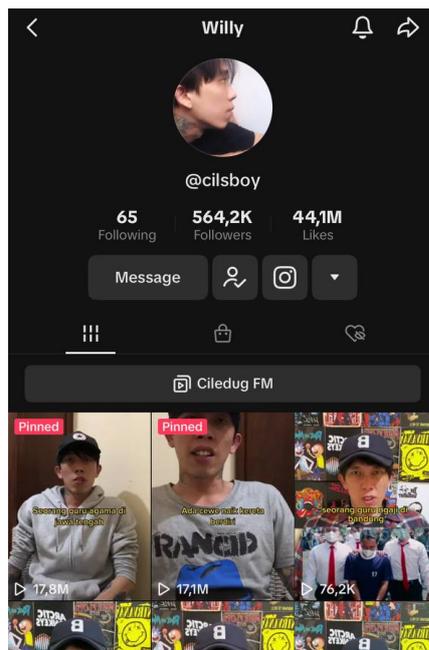
(Wawancara dengan Rian Fahardhi)



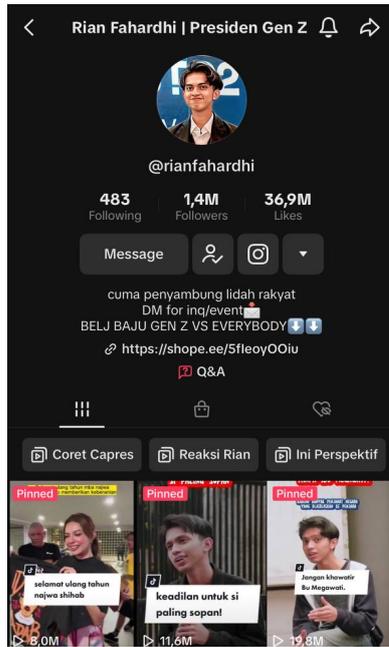
(Wawancara dengan Inspektur Nguyen)



(Akun TikTok Inspektur Nguyen)



(Akun TikTok Willy Cilsboy)



(Akun TikTok Rian Fahardhi)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

Nama : Muhammad Reza Khadafi
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 05 Juli 2001
Agama : Islam
Alamat : Jalan PLN Duren Tiga, Gang H. Asmawi, Rt.06/01,
No. 30, Kel. Duren Tiga, Kec. Pancoran, Jakarta
Selatan, DKI Jakarta
Email : rezakhdf.rk@gmail.com
No. HP : 085155141499

B. Riwayat Pendidikan

2007 – 2013 : MI Al-Falah Pancoran
2013 – 2016 : MTs Raudhotul Ulum
2016 – 2019 : MA Al-Khairiyah

C. Pengalaman Organisasi

2020 – 2021 : Anggota Departemen Jaringan dan Komunikasi - HMJ Sosiologi
2020 – 2021 : Anggota Biro Media Pergerakan - PMII Rayon FISIP UIN Walisongo
2021 – 2022 : Ketua - HMJ Sosiologi UIN Walisongo Semarang
2021 – 2022 : Wakil Ketua Rayon – PMII Rayon FISIP UIN Walisongo
2021 – 2022 : Wakil Kepala Bidang Hubungan Masyarakat - HMJB UIN Walisongo
2021 – 2022 : Kepala Departemen PSDM – FKJMU UIN Walisongo Semarang
2021 – 2022 : Anggota Bidang Pelatihan dan Pendelegasian – UKM FORSHA
2022 – 2023 : Mentri Kementrian Dalam Negeri – DEMA FISIP UIN Walisongo
2023 – 2023 : Mentri Kementrian PSDM – DEMA UIN Walisongo Semarang