

LATAR BELAKANG PENGGUNA AKUN ANONIM DI KALANGAN MAHASISWA (STUDI DESKRIPSI MAHASISWA UHAMKA PENGGUNA AKUN ANONIM INSTAGRAM)

PENULIS

¹⁾Titin Setiawati, ²⁾Vilya Dwi Agustini

ABSTRAK

Penggunaan identitas di sosial media terbagi menjadi tiga, yaitu *real life identity*, *pseudo identity* dan *new identity*. Dari ketiga jenis identitas ini biasanya seseorang pengguna sosial media akan menampilkan identitas yang ingin ditunjukkannya. Akun anonim adalah akun di dunia maya yang tidak menggunakan identitas asli pengguna atau pemilik akun. Ada beberapa alasan mengapa seseorang menggunakan akun anonim dalam kehidupan dunia mayanya. Penelitian ini berusaha mengungkap latar belakang penggunaan akun anonim di kalangan mahasiswa yang merupakan pengguna media komunikasi daring aktif. Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa secara sadar membuat akun anonim untuk berbagai kepentingan, diantaranya *stalking* dan leluasa untuk berkomentar di Instagram.

Kata Kunci

Akun Anonim, Identitas, Media Sosial

ABSTRACT

The use of identity in social media is divided into three types; real life identity, pseudo identity and new identity. Of these three identities, usually a social media users will display the identity they want to show. Anonymous accounts are accounts in cyberspace that do not use the real identity of the users or account owners. There are several reasons why someone uses an anonymous in their virtual life. This study seeks to uncover the background of the use of fake accounts among active users students of online communication media. This study found that students consciously create anonymous accounts for various purposes, including stalking and being free to comment on Instagram

Keywords

Anonymous Account, Identity, Social Media

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka
Jl. Limau II, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

KORESPONDENSI

Penulis
Email

Vilya Dwi Agustini
vilyadwi@uhamka.ac.id

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin cepat dan penyebaran jaringan internet yang masif, menjadi faktor pendukung perkembangan penggunaan media berbasis internet. Keberadaan internet secara tidak langsung menghasilkan sebuah generasi yang baru, yaitu generasi ne(xt). Generasi ini tidak bisa lepas dari kehidupan media daring termasuk media sosial. Ketika seorang membuat akun media sosial, maka ia secara sadar membangun identitas yang diinginkan yang merupakan salah satu kelebihan dari media daring. Karena identitas di media daring adalah identitas yang dikonstruksi, sehingga identitas tersebut tidak harus sesuai dengan identitas asli yang dimiliki. Media sosial memiliki fitur untuk mengatur data pribadi sesuai yang ingin ditampilkan pengguna.

Menurut Wood and Smith [1], secara garis besar, identitas yang digunakan seseorang dalam media daring dibagi menjadi tiga jenis, yaitu identitas asli disebut sebagai *real life identity* yaitu identitas sebenarnya, identitas yang tidak sebenarnya tetapi dalam beberapa hal masih dapat dikenal identitas aslinya atau *pseudo identity*, dan identitas baru yang berbeda sama sekali dengan identitas asli yang dimiliki disebut sebagai *new identity*.

Identitas dalam media daring, terutama media sosial, umumnya dapat dikenali dari nama, gambar profil, postingan berupa foto atau grafis, video maupun teks yang terbatas oleh durasi dan tempat. Sehingga, seseorang dapat leluasa menonjolkan beberapa detik konten yang dikonstruksi sedemikian rupa untuk menampilkan identitas yang diinginkan. Selain itu kecenderungan seseorang untuk menampilkan sisi terbaik dari dirinya merupakan pendorong untuk membuat akun media daring terutama media sosial yang menampilkan identitas tidak sebenarnya.

Pengguna media sosial juga sering memiliki akun kedua atau yang sering disebut juga dengan *alter account* yang memiliki kecenderungan untuk berbeda dengan akun pertama. Akun pertama biasanya menggunakan *real life identity*, atau *pseudo identity*. Sementara *alter account* sering kali menggunakan identitas baru atau *new identity*, sehingga tidak dapat dikenali lagi siapa pemilik akun yang sebenarnya, dengan kata lain akun kedua adalah akun palsu atau *fake account* atau akun anonim.

Identitas di media sosial merupakan identitas yang sudah termodifikasi penggunaannya, sangat mungkin terjadi perbedaan antara dunia nyata dengan dunia maya. Fenomena ini kerap muncul karena dilatarbelakangi oleh kemudahan pengguna menciptakan identitas dirinya. Mulai dari pembuatan akun yang tidak memerlukan identitas, hingga beragam fitur untuk mengedit dan beraneka ragam filter.

Identitas mengacu pada karakter khusus individu atau suatu kelompok atau kategori sosial tertentu. Jadi identitas merupakan kategori tertentu untuk sebuah individu. Dan pembentukan identitas merupakan sebuah proses yang terjadi terus menerus. Stuart Hall [2] menyebutkan bahwa identitas bukan karena hal tersebut telah ada dalam individu tersebut sejak kelahirannya, melainkan ia muncul dan terbentuk dari mengumpulkan gambaran-gambaran di luar diri kita, "*by the ways we imagine ourselves to be seen by others*". Hal ini menggambarkan bahwa individu selalu dalam proses pencarian identitas karena pada dasarnya manusia tidak pernah berhenti dan selalu ada upaya untuk menggabungkan bagian-bagian dari aspek identitas. "*...to recapture this fantasized pleasure of fullness (plenitude)*".

Penelitian kali ini merupakan lanjutan dari penelitian yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya tentang akun pembelajaran daring yang kerap menggunakan identitas anonim[3]. Ada pula beberapa penelitian terdahulu yang menjadi tinjauan pustaka peneliti.

Pertama, dari Nuryatul Lailiyah [4] dalam Jurnal Ilmu Sosial UNDIP vol.15 no. 2 tahun 2016 dengan judul "*Presentasi Diri Nitizen dalam Konstruksi Identitas di Media Sosial dan Kehidupan Nyata*". Penelitian ini mencoba memahami penggunaan identitas dunia nyata dan identitas media sosial, menggunakan pendekatan kualitatif dengan cara FGD mencoba membagi narasumber menjadi dua grup yang hasilnya ada grup yang secara konsisten mengonstruksi identitas dan satu grup yang hanya pada waktu tertentu membentuk identitasnya.

Kedua, dari Primada Qurrota Ayun [5], "*Fenomena remaja menggunakan media sosial untuk membentuk identitas*" dalam ACADEMIA Channel, Vol. 3 No.2 Oktober 2015, hal 1-16. Penelitian ini melihat fenomena anak muda yang membuat gambaran dan mengekspresikan kehidupan sosialnya melalui sosial media. Menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teori identitas sosial, interaksi sosial dan ekologi media.

Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa remaja kerap mengekspresikan permasalahan pribadinya di sosial media.

Ketiga, Dinda Marta Almas Zakirah [6] dalam “*Media Sosial Sebagai Sarana Membentuk Identitas Diri Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya*”. Penelitian ini didasari dari banyaknya fenomena anak muda yang membentuk *image* sendiri di Instagram dan banyak dari mereka adalah mahasiswa Universitas Airlangga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik *indepth interview* dan observasi. Hasilnya dari narasumber ditemukan dari UNAIR membuat gambaran sendiri didalam Instagram pribadinya. Mereka melakukan edit foto, penyeleksian lokasi dan sudut ketika mengambil foto.

Dalam penelitian yang penulis lakukan, diketahui beberapa kemungkinan alasan seseorang menggunakan akun anonim. Bahwa, penelitian ini akan digunakan sebagai penelitian awal yang selanjutnya akan membuka penelitian lebih lanjut dan dalam tentang identitas sosial di media massa.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Metode kuantitatif karena hendak mengukur variabel-variabel dan tingkat hubungan pengaruh antara variabel satu terhadap yang lain. Sampel dalam penelitian ini menggunakan Slovin [7] dilihat dari mahasiswa aktif FISIP UHAMKA 1456 orang didapatkan sampel dengan rumus Slovin sebanyak 318. Menggunakan SPSS sebagai alat analisis melihat bagaimana pengguna media sosial menyikapi dan menggunakan akun anonim.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Erikson [8] menjelaskan identitas sebagai perasaan subjektif tentang diri yang konsisten dan berkembang dari waktu ke waktu. Dalam berbagai tempat dan berbagai situasi sosial, seseorang masih memiliki perasaan menjadi orang yang sama. Hingga, orang lain menyadari karakter individu tersebut dan dapat merespons dengan tepat. Internet adalah contoh yang paling kongkret dan komprehensif tentang multi-personalitas, memungkinkan penggunanya atau pemakainya menggunakan identitas yang diinginkan. Seseorang bisa dengan mudah mengungkapkan identitas dirinya dengan berbagai bentuk baik itu dari segi gerakan, emotikon yang digunakan dan percakapan [9].

Media sosial adalah sebuah media yang isinya diciptakan dan didistribusikan melalui sebuah interaksi sosial. Media sosial merupakan sebuah aplikasi yang mengizinkan penggunanya berinteraksi dan memberikan timbal balik dengan sesama pengguna; membuat, mengedit dan membagikan berbagai informasi dalam berbagai bentuk. Dalam bidang keilmuan sosial, identitas itu dibentuk karena manusia memiliki kesadaran untuk membentuk dirinya sebagaimana yang ingin ditampilkan. Identitas yang dibentuk dalam media berbasis internet, bukanlah identitas yang terjadi diluar kendali. Tetapi, identitas yang dibentuk melalui kesadaran diri penggunanya. Dari sini kita mengetahui bahwa identitas adalah konsep diri, dan ia menentukan bagaimana kita melihat diri kita dan tempat kita di dunia

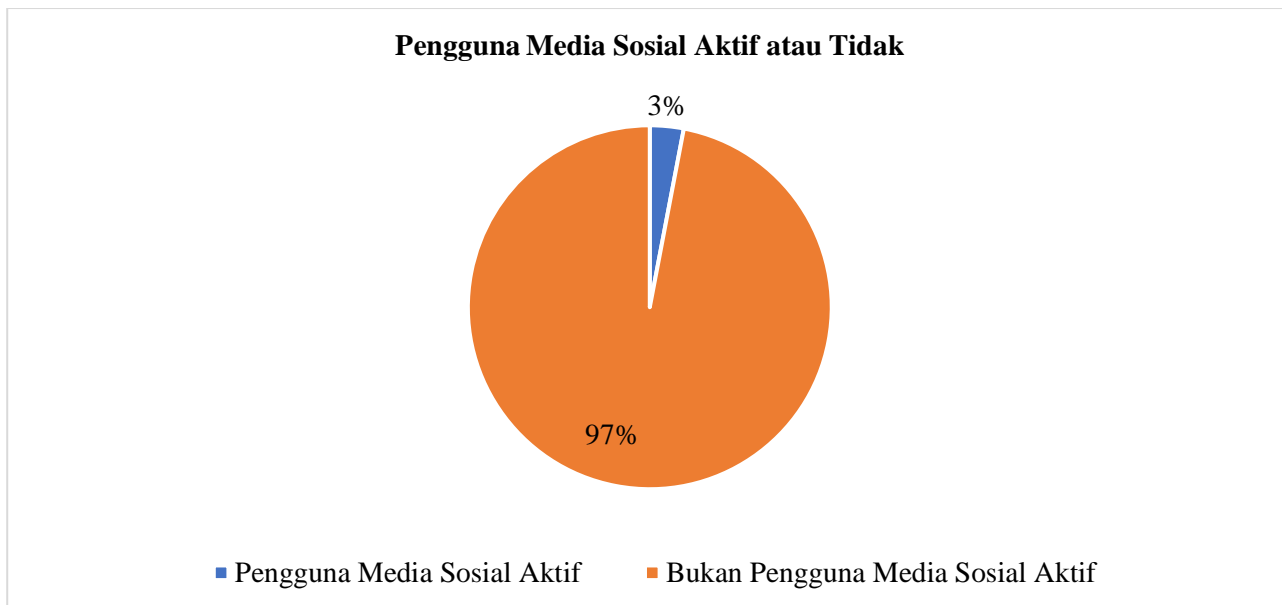
Dunia virtual menawarkan suatu bentuk yang berbeda, identitas kelompok yang lebih bebas, tidak terdesentralisasi, lebih cair, fleksibel dan selalu dalam proses (tiada berhenti). Maka dari itu siapa pun di dunia maya ini merasa imajinasi mereka sungguh telah tertuang dengan sempurna. Deskripsi yang selama ini hanya bisa berputar di otak masing-masing manusia mampu digambarkan sekaligus terwakili oleh “avatar” pilihan mereka di dunia *cyberspace*. Ruang sosial yang harus dihidupi tersebut menciptakan sebuah identitas. Identitas yang dimaksud tentu saja didapatkan dengan serangkaian kegiatan yang menyatakan seseorang telah eksis di sebuah akun media sosial. Identitas inilah yang saat ini sedang ramai dikejar oleh masyarakat agar terlihat eksis [10].

Anonimitas merujuk pada sifat ketidakjelasan atau ketidakpastian identitas seseorang, dalam hal ini adalah identitas di media sosial. Dengan akun anonim, pemilik akun sering merasa lebih leluasa berinteraksi dalam media sosial. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia daring, anonim merujuk pada tanpa nama, tidak beridentitas, awanama. Dengan demikian, akun anonim adalah akun yang tidak

Penggunaan akun anonim atau akun yang tidak dapat dikenali identitasnya oleh masyarakat terutama kalangan remaja, adalah fenomena yang cukup marak dan menarik. Motif yang mendasari penggunaan akun anonim juga beragam. Penelitian ini berusaha mendeskripsikan motif atau alasan yang menjadi dasar penggunaan akun anonim di kalangan mahasiswa yang menjadi pengguna aktif media sosial.

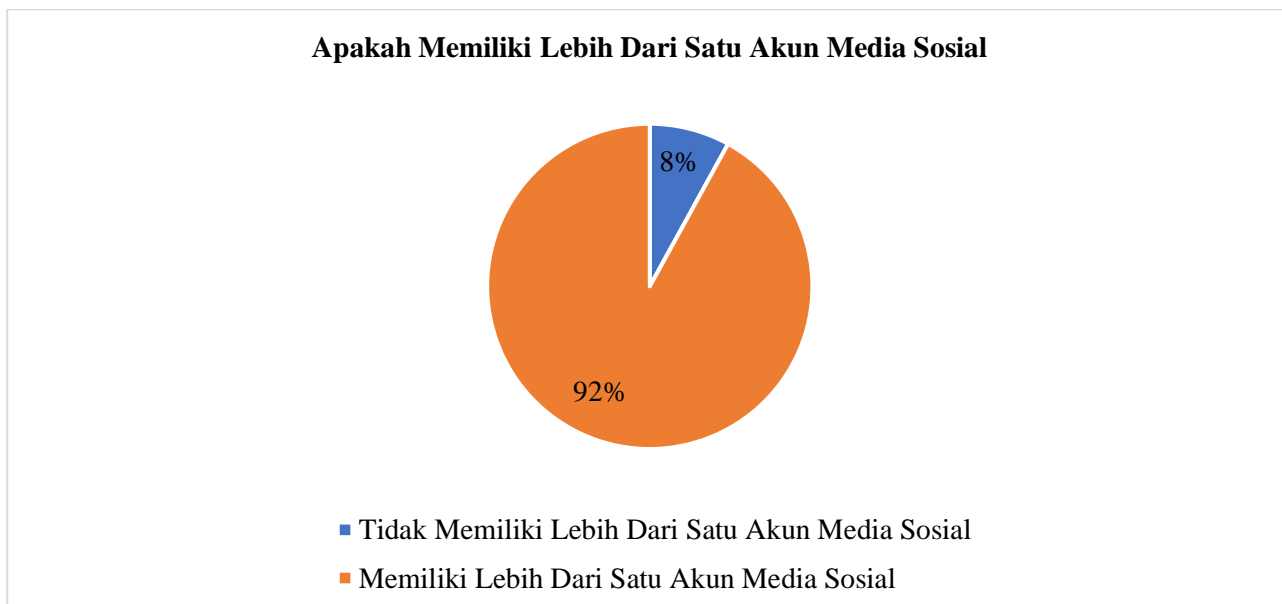
Responden adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Jakarta yang merupakan pengguna akun media sosial aktif dan menggunakan sosial sebagai sarana komunikasi dan sosialisasi dalam kehidupan sehari-hari. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1456 orang, dan jumlah sampel adalah 318 responden, dan dilakukan dengan *purposed random sampling*.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, sebanyak 97,8% atau sebanyak 311 orang adalah pengguna media sosial aktif dan sebanyak 3,5% atau 11 orang menyatakan bukan pengguna media sosial aktif.



Gambar 1. Pengguna Media Sosial Aktif

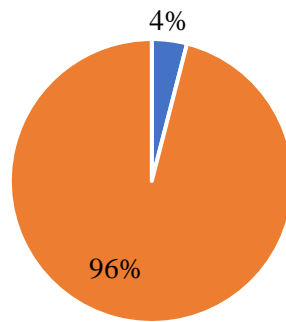
Sementara untuk kepemilikan akun media sosial, mayoritas responden menyatakan mereka memiliki akun media sosial lebih dari satu. Sebanyak 92,8% atau 295 orang menyatakan mereka memiliki lebih dari satu akun media sosial, dan sisanya sebanyak 8,2% atau 26 orang menyatakan tidak memiliki akun media sosial lebih dari satu akun.



Gambar 2. Kepemilikan Akun Sosial Media

Penggunaan akun media sosial yang memiliki identitas asli masih dilakukan oleh sebagian besar responden. Dari sini bisa dilihat bahwa akun media sosial dengan identitas asli masih mendominasi. Responden sebagian besar menyatakan bahwa mereka memiliki akun media sosial dengan identitas asli, yaitu sebanyak 96,2% atau sebanyak 306 orang dan sebanyak 4,1% atau 13 orang menyatakan mereka tidak memiliki akun media sosial yang menggunakan identitas asli.

Persentase Pemilik Akun Media Sosial yang Menggunakan Identitas Asli

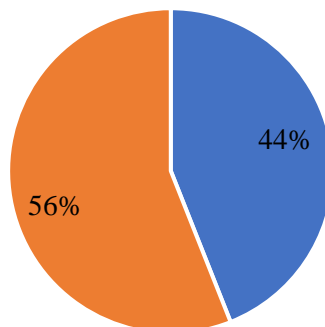


- Jumlah Responden yang Memiliki Akun dengan Identitas Asli
- Jumlah Responden yang Tidak Memiliki Akun dengan Identitas Asli

Gambar 3. Jumlah Pengguna Media Sosial Aktif

Sementara sebanyak 45,3% atau 144 orang responden menyatakan mereka memiliki akun anonim yang tidak menggunakan identitas yang sebenarnya, dan sebanyak 56,6 orang atau 180 orang menyatakan tidak memiliki akun media sosial dengan identitas yang tidak sebenarnya.

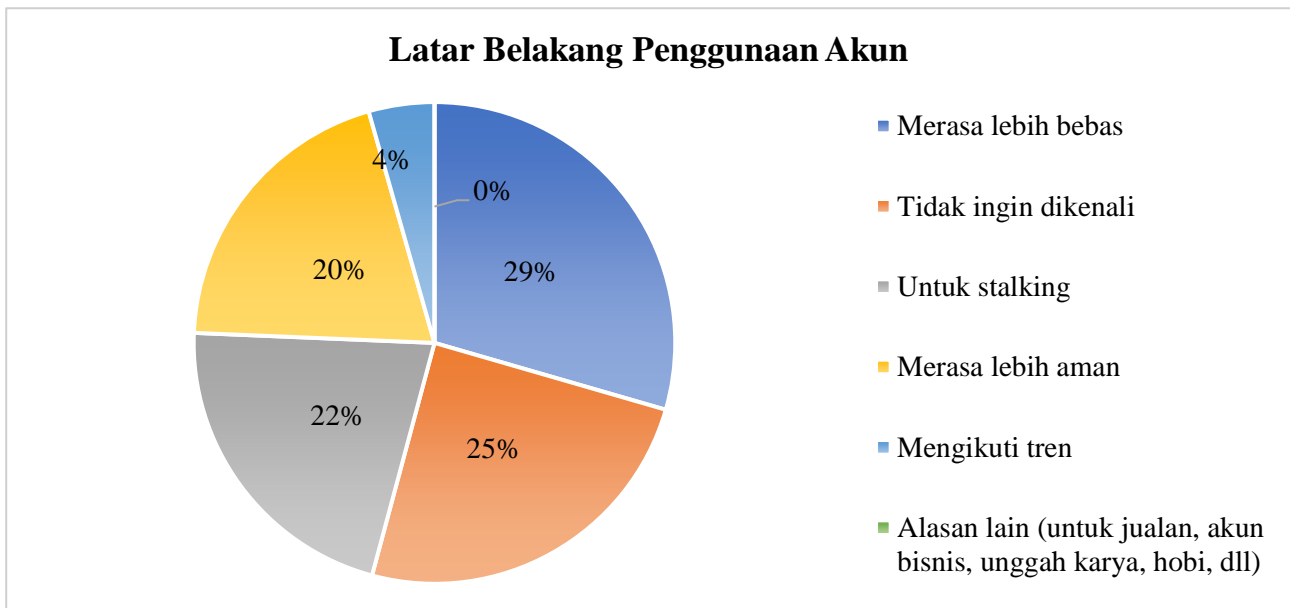
Persentase Pemilik Akun yang Tidak Menggunakan Identitas Sebenarnya



- Memiliki Akun Anonim yang Tidak Menggunakan Identitas Sebenarnya
- Tidak Memiliki Akun Anonim dengan Identitas Tidak Sebenarnya

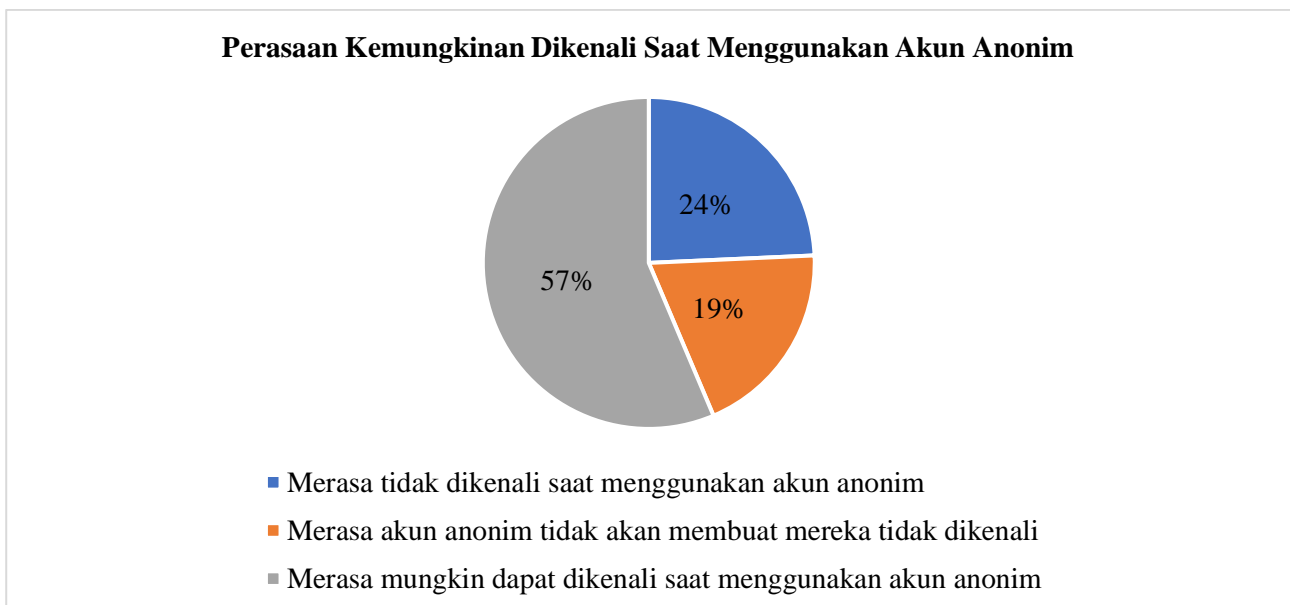
Gambar 4. Persentase Penggunaan Identitas

Untuk latar belakang atau motif penggunaan akun media sosial anonim, responden memiliki alasan yang beragam. Latar belakang paling banyak adalah sebanyak 93 orang atau 32,1% yang menyatakan merasa lebih bebas ketika menggunakan media sosial anonim, kemudian sebesar 26,9% atau 78 orang menyatakan tidak ingin dikenali, sementara 68 orang atau 23,4% menyatakan menggunakan akun anonim untuk *stalking*. Sebanyak 63 orang atau 21,7% menyatakan mereka merasa lebih aman ketika menggunakan akun anonim, sementara 14 orang atau 4,8% menyatakan hanya mengikuti tren. Sisanya sebanyak 52 orang atau 17,9% menyatakan alasan lain diantaranya adalah tidak memiliki akun anonim, karena memakai akun bisnis, hanya untuk iseng, hanya sebagai hobi, menggunakan akun anonim untuk karya, dan menggunakan akun anonim untuk berjualan.



Gambar 5. Latar Belakang Penggunaan Akun

Sebanyak 23,6% responden atau 69 orang menyatakan bahwa mereka merasa tidak bisa dikenali sama sekali ketika menggunakan akun anonim, sebanyak 55 orang atau 18,8% menyatakan akun anonim tidak akan membuat mereka tidak dikenali, dan sebanyak 160 orang atau 54,8% menyatakan mereka mungkin tidak akan dikenali ketika menggunakan akun anonim.



Gambar 6. Perasaan Kemungkinan Dikenali

Sementara latar belakang mengapa kalangan mahasiswa banyak yang menggunakan akun anonim cukup beragam, mulai karena ingin bebas, merasa lebih aman, menggunakan akun untuk *stalking*, mengikuti tren, hingga menggunakan akun hanya untuk berjualan. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa penggunaan akun anonim di kalangan remaja terutama mahasiswa adalah hal yang marak.

IV. PENUTUP

Dari penelitian yang sudah dilakukan, menemukan bahwa besar mahasiswa Uhamka adalah pengguna media sosial aktif dan sebagian besar memiliki lebih dari satu akun media sosial. Untuk penggunaan identitas asli, sebagian besar masih memiliki akun dengan identitas sebenarnya, meskipun sebagian besar diantara mereka juga memiliki akun yang anonim alias tidak menggunakan identitas sebenarnya.

Jawaban atas pertanyaan dan tujuan penelitian. Simpulan dipaparkan dalam satu paragraf, bukan point-point, dan diungkapkan bukan dalam kalimat statistik. Simpulan dilengkapi dengan satu paragraf saran hasil penelitian.

REFERENSI

- [1] A. F. W. Matthew J. Smith &, *Online Communication; Linking Technology, Identity, & Culture*, 2nd ed. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2005.
- [2] R. Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, 1st ed. Jakarta: Kencana Media Grup, 2014.
- [3] Titin Setiawati & Vilya D Agustini, "Identitas Mahasiswa dalam Media Pembelajaran Daring," *Komunikata57*, vol. 02, no. 02 (2021), 2021, [Online]. Available: <https://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/komunikata57/issue/view/27>.
- [4] N. Lailiyah, "PRESENTASI DIRI NETIZEN dalam KONSTRUKSI IDENTITAS di MEDIA SOSIAL dan KEHIDUPAN NYATA," *J. ILMU Sos.*, vol. 15, no. 2, p. 103, Nov. 2016, doi: 10.14710/jis.15.2.2016.103-110.
- [5] Primada Qurota Ayun, "Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial Dalam Membentuk Identitas," *J. Channel*, vol. Vol. 3 no., 2015, [Online]. Available: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51489718/jpkomunikasidd150586-with-cover-page-v2.pdf%0A%0A>.
- [6] D. M. A. Zakirah, "Media Sosial Sebagai Sarana Membentuk Identitas Diri Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya," *J. Kopis Kaji. Penelit. dan Pemikir. Komun. Penyiaran Islam*, vol. 2, no. 2, pp. 91–101, Jul. 2020, doi: 10.33367/kpi.v2i2.1116.
- [7] Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press, 2010.
- [8] E. H. Erickson, *Identitas dan Siklus Hidup Manusia; Bunga Rampai 1*, Eight Edit. New Jersey: Prentice Hall, 1989.
- [9] A. U. F. & A. Syamsuddin, "Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial : Studi Mengenai Enografi Virtual Melalui Vlog," *J. Komun. KAREBA*, vol. Vol 7 No., 2018, [Online]. Available: <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/6167%0A%0A>.
- [10] Dessy Trisilowati, "Eksistensi Dan Identitas Di Media Baru." <https://media.neliti.com/media/publications/106602-ID-eksistensi-dan-identitas-di-media-baru.pdf%0A%0A>.