

# BAB 1

## PENDAHULUAN

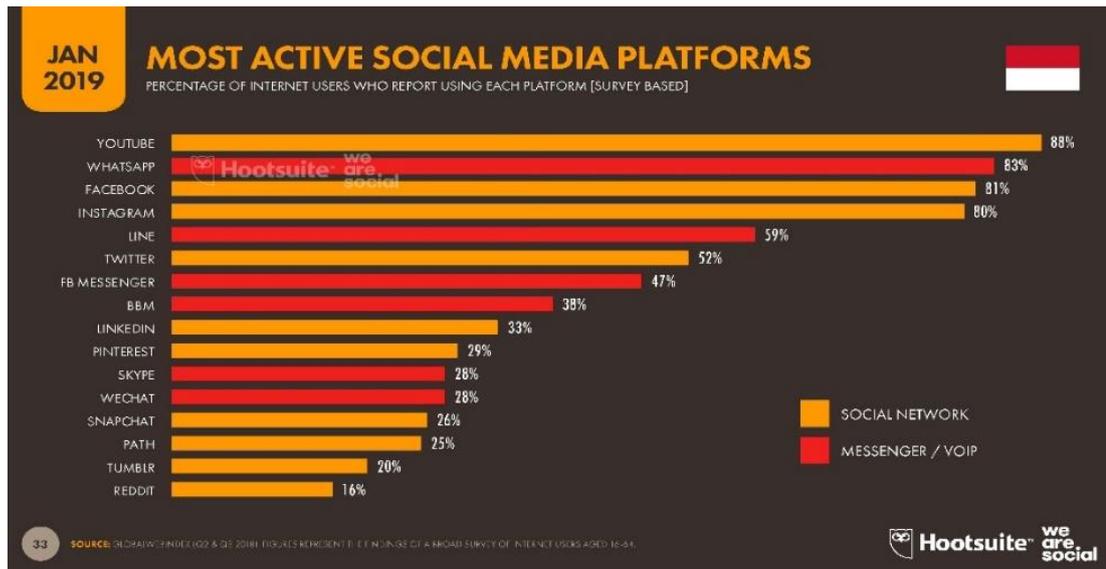
### 1.1 Latar Belakang

Setiap manusia dituntut untuk bersosialisasi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, itulah mengapa manusia disebut sebagai makhluk sosial. Hal itu yang akhirnya mendorong setiap orang untuk melakukan interaksi sosial. Interaksi Sosial adalah hubungan-hubungan antara orang perorangan, antara kelompok manusia, atau antara orang perorangan dan kelompok manusia (Sudariyanto, 2010, h. 21). Melalui interaksi sosial tersebut, akan terjalin komunikasi dan hubungan antar individu dengan yang lainnya.

Seiring dengan perkembangan zaman, kini interaksi sosial menjadi lebih mudah dilakukan di mana saja dan kapan saja karena Teknologi, Informasi dan Komunikasi juga semakin berkembang pesat. Perkembangan Teknologi, Informasi, dan Komunikasi tersebut berdampak pada banyak hal, salah satunya adalah *new media*. *New media* secara eksklusif merujuk pada teknologi komputer yang menekankan bentuk dan konteks budaya yang mana teknologi digunakan, seperti dalam seni, film, perdagangan, sains dan diatas itu semua internet (Mabruri, 2018, h. 270). Salah satu jenis *new media* adalah media sosial.

Di era saat ini, media sosial memiliki pengaruh yang signifikan bagi aspek-aspek kehidupan manusia. Mulai dari pencarian dan penerimaan informasi, bertukar informasi, berbisnis, hingga bersosialisasi juga dapat dilakukan melalui media sosial. Tak heran media sosial menjadi digandrungi oleh banyak orang dari berbagai kalangan. Berdasarkan hasil riset *We Are Social* yang dirilis pada bulan Januari 2020, masyarakat Indonesia menghabiskan waktu bersosial media selama 3 jam 46 menit per hari. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki ketertarikan dan menaruh perhatian besar pada media sosial.





**Gambar 2. Data Most Active Social Media Platforms di Indonesia (Januari 2020)**

Sumber : teknoia.com

Sedangkan berdasarkan hasil riset *We Are Social* yang dirilis pada bulan Januari 2020, jangkauan (*reach*) Twitter di Indonesia menempati peringkat delapan di dunia dengan jangkauan 10 juta audiens.

#	COUNTRY / TERRITORY	REACH	▲ QOQ	#	COUNTRY / TERRITORY	REACH	▲ QOQ
01	U.S.A.	59,350,000	+0.6%	11	SPAIN	7,500,000	-4.6%
02	JAPAN	45,750,000	-2.7%	12	FRANCE	7,445,000	+2.7%
03	U.K.	16,700,000	+0.7%	13	CANADA	6,880,000	0%
04	SAUDI ARABIA	14,350,000	-2.6%	14	PHILIPPINES	6,625,000	-5.1%
05	BRAZIL	12,150,000	+0.4%	15	THAILAND	6,545,000	-3.2%
06	TURKEY	11,800,000	-3.2%	16	AUSTRALIA	6,230,000	-3.3%
07	INDIA	11,450,000	-4.9%	17	SOUTH KOREA	5,700,000	+0.9%
08	INDONESIA	10,645,000	-0.2%	18	GERMANY	5,245,000	+4.4%
09	RUSSIA	9,460,000	-4.2%	19	ARGENTINA	4,955,000	-4.4%
10	MEXICO	9,450,000	+1.1%	20	MALAYSIA	3,855,000	+1.4%

### Gambar 3. Data Twitter *Reach Rankings* (Januari 2020)

Sumber : teknoia.com

Kedua data tersebut dapat membuktikan bahwa meski Twitter sempat turun pamor karena kemunculan jejaring sosial lainnya, namun Twitter tetap disukai oleh para penggunanya. Terlebih Twitter kini memiliki banyak fitur menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya seperti *thread*, *bookmark*, *list*, ikuti topik, dan lain sebagainya.

Selain fiturnya yang menarik dan mudah digunakan, kebebasan pengguna dalam mengelola akunnya juga menjadi alasan mengapa Twitter masih digandrungi oleh banyak orang. Kebebasan tersebut akhirnya berdampak pada kemunculan beberapa jenis akun di Twitter seperti *personal account*, *fan account*, *roleplayer account*, *alter account*, *business account*, dan *cyber account*. *Cyber Account* merupakan akun suka-suka, artinya pemilik akun memiliki kebebasan dalam hal memposting *tweet*, memakai *avatar*, menggunakan nama di akun tersebut, dan lain sebagainya (bukugue, 2018). Namun biasanya identitas sang pemilik akun tidak diumbar atau tetap dirahasiakan.



**Gambar 4. Contoh Profil Cyber Account**

Sumber : twitter.com

Umumnya seorang pengguna *cyber account* saling berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama pengguna *cyber account* lainnya. Interaksi antar pengguna *cyber account* sama saja layaknya akun biasa, seperti saling berbalas *mention*, menyapa *mutual* dengan memposting *tweet*, berkomunikasi melalui *direct message*, dan lain sebagainya. Namun yang menjadi menarik adalah mereka berinteraksi dan berkomunikasi dibalik akun *cyber account* yang bisa disebut sebagai akun *pseudonym*.

Meskipun begitu, banyak dijumpai hubungan *virtual* yang dijalin oleh antar pengguna *cyber account* bisa berlanjut dalam kehidupan nyata. Salah satu pengguna *cyber account* mengaku bahwa pertemanan yang ia jalin bersama pengguna *cyber account* lainnya, sudah mencapai tahap saling mengenal satu sama lain secara pribadi dan ada keinginan untuk bertemu secara langsung.



**Lee Kalee** @ [redacted] · 1 hari

Membalas @ssefnum

Sudah tau rl masing-masing, tapi karena masih C word jadi belum sempat meet up.



**Gambar 5. Pengakuan Pengguna *Cyber Account***

Sumber : twitter.com

Berdasarkan fenomena hubungan virtual antar pengguna *cyber account* yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai bagaimana proses perkembangan hubungan antar pengguna *cyber account* berdasarkan tahap-tahap teori penetrasi sosial. Selain itu, karena pada dasarnya hubungan yang terjalin antar pengguna *cyber account* terjadi melalui komunikasi digital dan biasanya di awal pengenalan identitas asli mereka tidak diumbar, peneliti juga akan meneliti terkait motivasi mereka dalam melakukan pengungkapan diri.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana proses penetrasi sosial yang terjadi antar pengguna *cyber account*?
2. Apa motivasi pengguna *cyber account* untuk melakukan pengungkapan diri dalam proses penetrasi sosial?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan peneliti melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui proses penetrasi sosial antar pengguna *cyber account*.

2. Untuk mengetahui motivasi pengguna *cyber account* untuk melakukan pengungkapan diri dalam proses penetrasi sosial.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Tidak hanya memiliki tujuan, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai kalangan. Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Akademis

Untuk memperluas penggunaan Teori Penetrasi Sosial (*Social Penetration Theory*) dalam konteks komunikasi *digital*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam bidang Ilmu Komunikasi. Serta hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber rujukan atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang komunikasi *digital*.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk membantu peneliti dalam menyusun skripsi, maka diperlukan sistematika penulisan. Berikut sistematika penulisan dalam penelitian ini.

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi uraian penelitian terdahulu, konsep-konsep, teori penelitian, dan kerangka pemikiran digunakan untuk membantu peneliti melakukan penelitiannya.

##### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi uraian mengenai metode dan pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data, penentuan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

##### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi analisis berupa gambaran dan jawaban dari permasalahan yang diteliti dalam penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab terakhir, yang berisi kesimpulan dan saran dari peneliti mengenai penelitian yang telah dilakukan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisikan referensi-referensi yang berasal dari buku, jurnal, artikel online, dan lain sebagainya, yang berguna untuk melengkapi data-data dalam proses penelitian.

## **LAMPIRAN**

Berisikan data-data pendukung penelitian, yakni berupa transkrip wawancara, coding, dan dokumentasi wawancara.