

Ketidaksesuaian Harapan Melalui *Computer Mediated Communication* Pada Studi Kasus Pengguna *Fake Account* Di Twitter

Kevin Krisna Tambunan

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstrak

Penggunaan media sosial salah satunya yaitu *fake account*, realitasnya komunikasi yang dilakukan melalui dunia maya seringkali terjadi pemalsuan identitas diri. Pemalsuan identitas memungkinkan sering terjadinya ketidaksesuaian harapan dalam berinteraksi. Tujuan penelitian untuk mengetahui terjadinya ketidaksesuaian harapan pengguna *fake account* di Twitter dan proses *Computer Mediated Communication* (CMC) dalam penggunaan *fake account* di Twitter. Penelitian menggunakan teori CMC. Setiap interaksi dengan orang baru, individu memiliki harapan pribadi yang menghasilkan dampak komunikatif apabila harapan tersebut tidak sesuai. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data penelitian diperoleh melalui proses observasi, dokumentasi dan wawancara kepada 6 pengguna aktif *fake account* yang memiliki pengalaman dengan pengguna *fake account* lainnya. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa para informan membuat *fake account* karena ingin mengetahui dan mencoba mengekspresikan apa yang dirasakan. Adanya kebebasan diri tanpa harus diketahui orang lain. Alasan dari terjadinya ketidaksesuaian harapan karena kecewa terhadap pengguna *fake account* saat berinteraksi di media sosial dengan kebohongan dan penggunaan identitas palsu.

Kata kunci: Komunikasi, *Fake Account*, Ketidaksesuaian Harapan, CMC

Discrepancies in Expectations Through Computer-Mediated Communication in Case Studies of Fake Account Users on Twitter

Kevin Krisna Tambunan

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstract

One of the uses of social media is fake accounts, in reality, communication through cyberspace often occurs forgery of self-identity. False identity allows frequent mismatch expectations in interactions. This research aims to examine the discrepancy between the expectations of users of fake accounts on Twitter and the process of Computer-Mediated Communication (CMC) in using fake accounts on Twitter. Research using CMC theory. In every interaction with new people, individuals have personal expectations that produce a communicative impact if these expectations are not appropriate. This study used qualitative research methods. Research data was obtained through a process of observation, documentation, and interviews with 6 active fake account users who have experience with other fake account users. The results of the study concluded that the informants created fake accounts because they wanted to know and tried to express what they felt. The existence of self-freedom without having to be known by others. The reason for the discrepancy in expectations is because of disappointment with fake account users when interacting on social media by playing and using fake identities.

Keywords: Communication, Fake Account, Violation of Expectations, CMC