

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini di media sosial Twitter *fake account* menjadi tren. *Fake account* bersifat tergolong negatif, dilansir dari (Rahmatullah & Azhar, 2023) istilah ini dipergunakan untuk mendeskripsikan watak atau kepribadian lain yang ada dalam individu yang dibuat secara sadar sebagai bagian dari individu. Untuk menghentikan hal-hal fenomena tersebut tidak mudah karena *fake account* merupakan akun dengan identitas palsu. Pengguna Twitter yang sudah jutaan membuat sulit membedakan *fake account* dan akun asli. Arti dari *fake account* merupakan identitas jagat maya yang dibuat dan dimiliki oleh pengguna dengan tujuan mengelabui pengguna lainnya.

Second account atau *fake account (alter account)* banyak digunakan remaja untuk melepaskan dirinya dari tekanan untuk terus menampilkan foto serta profil yang sempurna. Menurut Nabila (2020) menyebutkan bahwa *second account* dapat digunakan untuk mengungkapkan diri seseorang yang sesungguhnya tanpa keinginan untuk terlihat sempurna, identitas tersebut dapat dikatakan sebagai identitas *pseudonym*, memiliki karakter berbeda dan sifat berbeda dari akun yang menggunakan identitas asli (Nabila et al., 2020).

Seseorang membuat *fake account* karena ingin menyembunyikan jati diri saat membangun relasi dengan pengguna Twitter lain. Hal ini dilakukan agar membuat orang tersebut lebih bebas dalam berekspresi dan berkreasi. Menurut (Indrawan et al., 2020) dalam jurnalnya mengartikan media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual.

Penelitian Maulidhina (2020) menyebutkan pengguna atau pemilik akun yang disebut dengan sebutan *user* menjadikan *fake account* sebagai tempat memperlihatkan bagaimana diri mereka yang sebenarnya, diri mereka yang

tidak pernah mereka perhatikan baik di akun media sosial lain ataupun di dunia nyata (Maulidhina, 2020). Penggunaan Twitter mengenai identitas merupakan suatu label yang sudah sangat melekat dan selalu ada pada diri manusia baik sebagai individu maupun sebagai bagian dari komunitas sosial.

Melalui identitas maka keberadaan diri akan dikenal baik sebagai individu maupun kelompok. kuatnya pengaruh yang ditimbulkan melalui representasi identitas, maka tidak mengherankan jika identitas digunakan sebagai pembentuk karakter kepribadian. Menurut Grayson (2017) menyatakan bahwa manusia memiliki “*identifying characters*” atau karakter yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi dirinya, namun karakter tersebut hanyalah sebagian dari identitasnya yang sebenarnya (Grayson & Hodges, 2017).

Gambar I. 1 Contoh Tweets Sensual Pengguna Fake Account



Sumber: Twitter

Pandangan buruk terhadap *fake account* tidak membuat pengguna akun ini beralih fungsi menjadi akun biasa, melainkan beberapa *user* menjadikan *fake account* sebagai tempat untuk menjalin hubungan dengan *user* lainnya melalui cara tetap saling berkomunikasi menggunakan identitas palsu. Dalam

penelitian Widayanti (2009), menemukan identitas secara singkat diartikan sebagai kesamaan dan perbedaan, mengenai aspek *personal* dan sosial, tentang kesamaan seseorang dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan.

Jenis identitas yang dipalsukan bisa berupa identitas gender, identitas seksual, identitas pribadi, identitas agama dan identitas nasional. Identitas yang paling sering dipalsukan dalam penggunaan *fake account* adalah identitas pribadi yang berupa nama, umur dan penampilan keadaan fisik seseorang. Setiap orang mempunyai identitas pribadinya masing-masing sehingga tidak akan sama dengan identitas orang lain (Widayanti, 2009).

Pemalsuan identitas tersebut dapat menimbulkan terjadinya ketidaksesuaian harapan dalam melakukan interaksi, Berdasarkan jurnal (Thaher et al., 2023) mengatakan harapan memang memandu perilaku dan memiliki efek yang terus menerus pada interaksi. Penting untuk menunjukkan bahwa harapan itu relevan dan memiliki efek yang bertahan lama. Efek dari harapan akan tetap ada selama interaksi berjalan dan mempengaruhi hasil bahkan dalam menghadapi komunikasi aktual yang kontradiktif, meskipun komunikasi yang sebenarnya lebih kuat.

Gambar I. 2 Contoh Tweets Sensual Pengguna Fake Account



Sumber: Twitter

Kebebasan dalam mengunggah *tweets* atau cuitan dalam media sosial Twitter ini menandakan terjadinya CMC yang merupakan sebuah proses komunikasi manusia melalui penggunaan dua atau lebih komputer yang melibatkan manusia dalam konteks tertentu. CMC mempelajari bagaimana

perilaku manusia dapat dibentuk melalui pertukaran informasi melalui media komputer serta internet. Dengan adanya internet, komunikasi dapat terjadi secara bebas dan manusia bisa berkomunikasi secara *interpersonal* atau bahkan secara massa.

Computer Mediated Communication (CMC) di media sosial disebabkan oleh setiap penggunaannya, hal ini biasa digunakan sebagai perluasan makna kata. Komunikasi yang berhubungan dengan bentuk perilaku individu untuk berinteraksi dengan individu lain memiliki keterkaitan dengan proses pergeseran budaya karena beda pemaknaan kata sering terjadi yang akhirnya dapat menentukan arah komunikasi selanjutnya.

Unggahan salah satu akun di Twitter bisa diartikan menjadi sebuah bentuk interaksi simbolik untuk menentukan langkah selanjutnya, menurut Mony (2015) dalam jurnalnya mengatakan situs jejaring sosial bisa membarui seseorang untuk lebih percaya diri dan tidak takut untuk mengemukakan pendapatnya dihadapan orang banyak atau secara pribadi. Seseorang sanggup menampilkan siapa dirinya, bagaimana pola pemikiran yang menciptakan dirinya untuk ditunjukkan kepada orang lain baik dalam dunia maya dan dalam kehidupannya. Melalui interaksi simbolik ini seseorang bisa memutuskan untuk melakukan pertemuan dengan orang tersebut atau tidak (Mony, 2015).

Proses perubahan masyarakat dalam intinya ialah perubahan norma-norma masyarakat karena perubahan norma dan proses pembentukan norma baru merupakan inti dari usaha mempertahankan persatuan hidup berkelompok (Astuti et al., 2021). Pendapat tersebut mempertegas argumen penulis bahwa inti dari perubahan yaitu terjadi dalam produk masyarakatnya yaitu budaya yang berisikan norma dan nilai-nilai yang luhur demi mempertahankan kelangsungan hidup berkelompok.

Ketidaksesuaian harapan juga bisa terjadi karena perbedaan ekspektasi budaya dalam berkomunikasi di media sosial, hal tersebut dapat menjadi penyebab komunikasi tidak lancar, timbul perasaan tidak nyaman atau

kesalahpahaman. Deddy Mulyana (2018) menyatakan kesalahpahaman yang terjadi dapat dikurangi bila sedikitnya mengetahui bahasa dan perilaku budaya orang-orang lain, dan memiliki sifat terbuka untuk menerimanya (Deddy Mulyana, 2018).

Ada tiga jenis pemakaian Identitas di Internet (*online*) menurut Rosenbach dan Schmund dalam jurnal Kalaloi (2019) mengkategorikan tiga yaitu nama asli (*orthonyms*), alias (*pseudonyms*), dan tanpa identitas (*anonymous*), beberapa sumber tidak membedakan antara nama samaran dan anonimitas. Penggunaan identitas dalam media sosial Twitter dibagi lagi berdasarkan unggahan dan komentar yang dibagikan. Akun ini dikenal dengan *personal account*, *cyber account*, *fan account*, *roleplay account* dan *alter account* (Kalaloi, 2019), seseorang secara umum menggunakan media sosial dengan identitas asli, berbeda dengan fenomena saat ini identitas palsu sering digunakan. *Alter account* sendiri bisa disebut sebagai *fake account*.

Salah satu cara untuk dapat beradaptasi dengan identitas yang ditutupi, dalam penelitian tentang pengungkapan diri *user* akun autobase Twitter @subtanyarl oleh (Mardiana & Zi'ni, 2020) mendapatkan hasil dari alasan penggunaan media anonim sebagai tempat untuk melakukan pengungkapan diri adalah kebebasan ketika melakukan keterbukaan tanpa takut identitasnya diketahui. Hasil umpan balik yang diterima berupa saran, dukungan dan motivasi yang memberikan efek pada pelaku pengungkapan diri merasa diperhatikan atau diperdulikan sehingga terpenuhi harapan atas kebutuhan dukungan moril, atas jawaban, rasa empati dan simpati dari orang lain yang aslinya dalam dunia nyata mereka tidak merasakan hal tersebut.

Penelitian dalam penggunaan media sosial Twitter juga diteliti sebelumnya melalui penelitian (Panjaitan et al., 2020) dengan tujuan untuk menemukan dan menjelaskan fenomena penggunaan akun *pseudonym* di Twitter terhadap identitas pribadi *user*. Penelitian ini terfokus pada motivasi dari penggunaan akun *pseudonym* sebagai identitas individu. Hasil yang didapatkan menjelaskan bahwa dengan menggunakan akun *pseudonym*,

pengguna merasa dirinya hanya berada sendiri dan tidak harus berurusan dengan orang yang dikenali di dunia nyata. *User* bebas berekspresi tanpa rasa ragu dengan menggunakan akun *pseudonym* dengan tindakan yang tidak dibatasi.

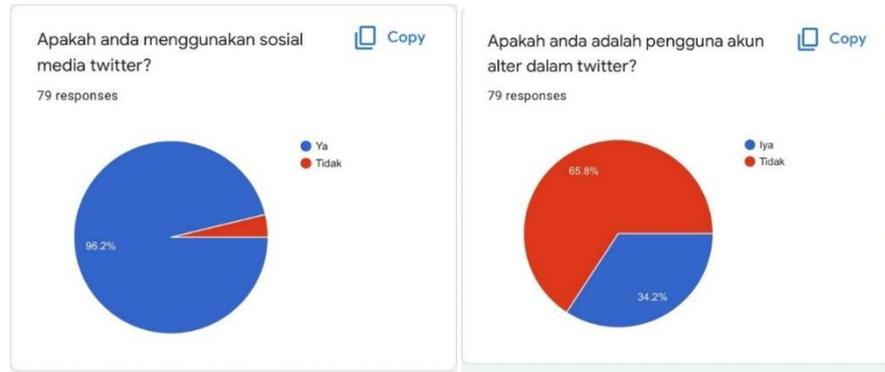
Penelitian yang menggunakan media Twitter juga diteliti sebelumnya melalui penelitian (Nur Apriliani et al., 2015) dengan mendapatkan hasil temuan penelitian membuktikan adanya pengaruh penggunaan Twitter terhadap keterbukaan diri mahasiswa. Artinya tingkat keterbukaan diri mahasiswa dapat jelaskan dengan tinggi atau rendahnya intensitas mahasiswa dalam menggunakan Twitter sebagai media penyampaian informasi kepada khalayak.

Penelitian selanjutnya dalam penggunaan platform Tiktok yang diteliti oleh (Nur Hidayah, 2021), Hasil penelitian menunjukkan bahwa presentasi diri yang ditampilkan dr. Richard Lee dan dr. Reza Gladys sebagai seorang dokter ahli kecantikan yang cerdas memiliki harapan agar para pengikutnya memiliki persepsi yang sama atau memahami menerima presentasi serta pesan yang disampaikan.

Terdapat bentuk ketidaksesuaian harapan yang ditemukan, dengan melakukan berkomentar di luar topik yang dibahas, tidak memahami pesan yang disampaikan, dan membantah atau tidak menyetujui hal tersebut. Pelanggaran-pelanggaran tersebut diberikan nilai imbalan yang berbeda-beda, yaitu pelanggaran positif bervalensi tinggi, pelanggaran negatif bervalensi tinggi, dan pelanggaran negatif bervalensi rendah.

Survey lanjutan tentang penggunaan *fake account* di Indonesia dilakukan oleh peneliti untuk memperkuat data karena sampai saat ini belum adanya data yang menyatakan penggunaan *fake account* di Indonesia. Pra-riset dengan skala kecil disebarakan melalui berbagai media seperti Instagram, Whatsapp, dan Line, dimana pada survey tersebut diisi dari berbagai kalangan dan berbagai wilayah di Indonesia.

Gambar I. 3 Survey Pengguna Akun Twitter



Sumber: Pra-riset peneliti 2022

Pra-riset tersebut menunjukkan bahwa 96,2% dari 79 menggunakan media sosial Twitter dan 34,2% diantaranya sebagai *user fake account*. Keberadaan Twitter yang telah digunakan secara luas oleh berbagai lapisan masyarakat dapat dilihat sebagai sebuah refleksi yang baik dimana keberadaan Twitter dapat mempresentasikan apa yang sedang menjadi tren pembicaraan dan hal apa yang sedang menarik untuk dibahas. Kebiasaan masyarakat untuk berpendapat atau memberikan tanggapan terhadap postingan tweet seseorang.

Keterbukaan diri dalam media sosial Twitter oleh kaum minoritas atau golongan sosial yang jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan kelompok lainnya juga diteliti oleh (Siwi & Febriana, 2022) dalam penelitiannya yang berjudul *Hyperreality* dan *self-disclosure* kaum homoseksual di Twitter menghasilkan jawaban dari orang-orang yang mengalami penolakan di masyarakat dalam mengungkapkan diri melalui *alter account*.

Tweets berupa *recruitment process* sebuah perusahaan yang dirasa kurang berkenan, seputar kegiatan sehari-hari, *cover music* dan sebagian besar ungkapan mengenai keluhan terhadap pekerjaan atau pendidikan yang sedang ditempuh. Penelitian ini mendapatkan hasil pengungkapan diri seputar fisik paling biasa dilakukan sama halnya dengan penyakit yang diderita atau tentang bentuk tubuh mereka. Semua informan yang didapatkan mengatakan

pernah mengunggah foto telanjang dada mereka di Twitter. Alasan digunakannya *fake account* dikarenakan takut identitasnya diketahui meskipun *tweets* yang dibuat tidak jauh berbeda dengan *user* Twitter lainnya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan (Retasari Dewi, 2018) terhadap *alter akun* yang berjudul Dramaturgi dalam Media Sosial: *Second Account* di Instagram sebagai *Alter Ego*. Penelitian ini membahas adanya penggunaan dua akun di dalam media sosial instagram yang menunjukkan kepribadian di dunia nyata dan kepribadian dalam media sosial atau penggunaan internet. Kepribadian di dunia nyata diperlihatkan melalui akun utama sedangkan kepribadian yang lain ditunjukkan dengan akun anonim.

Penelitian lainnya yang dilakukan (Maulani & Priyambodo, 2021) bertujuan buat mengungkap lebih lanjut bentuk pengungkapan diri dan keterangan apa saja yang diungkapkan *user fake account*, termasuk pencerahan terkait kebiasaan pada berperilaku pada media sosial. Metode penelitian yang dipakai merupakan pendekatan kualitatif menggunakan contoh penelitian studi masalah, pada hal ini masalah kelompok. Pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara semi terstruktur dan observasi. Teknik analisis data analisis tematik dan validasi data memakai triangulasi data.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengungkapan diri dalam *user alter account* secara holistik terbatas. Kebanyakan *user fake account* menghindari keterangan yang bisa menyebutkan bukti diri dirinya secara terang-terangan, tetapi mempunyai pencerahan kebiasaan dan berani mengungkapkan keterangan atau nilai eksklusif yang bersifat argumentatif. Cara pengungkapan diri yang diberikan berbeda pada setiap orang. Media sosial yang digunakan juga menjadi alasan adanya perbedaan dalam hal keterbukaan diri.

Hasil penelitian terdahulu juga dilakukan oleh (Afiyah, 2021) dengan judul Perubahan Budaya Komunikasi Dalam Masyarakat Mengenai Seksual di media sosial Twitter. Metode penelitian yang dipakai merupakan

pendekatan kualitatif menggunakan contoh penelitian studi, hasil temuannya mengatakan bahwa kekerasan seksual di Twitter merupakan isu yang permisif untuk dibahas oleh warganet. Perubahan budaya komunikasi di media sosial dalam persepsi yang ditunjukkan warganet mengenai kekerasan seksual di Twitter yaitu sebagian besar toleran dan tidak toleran, bentuk-bentuk persepsi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keterlibatan media sebagai penyedia informasi, peran lembaga berwenang, gurauan yang menjurus pada kekerasan seksual.

Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh (Sarkawi, 2016) dengan menggunakan pendekatan kualitatif menggunakan contoh penelitian studi kasus, dari hasil temuannya mengatakan perubahan budaya sosial meliputi perubahan fungsi kebudayaan dan perilaku manusia dalam masyarakat dari keadaan tertentu ke keadaan yang lain, membuat hal ini mengandung arti bahwa perubahan yang terjadi meliputi perubahan sosial dan budaya di masyarakat, serta menghasilkan keadaan baru bagi manusia.

Dampak lain dari perubahan budaya sosial adalah munculnya budaya berbagi yang berlebihan dan pengungkapan diri (*self disclosure*) di dunia maya, budaya ini muncul dan terdeterminasi salah satunya karena hadirnya media sosial yang memungkinkan secara perangkat siapa pun dapat mengunggah apa saja. Hal tersebut menjadi sebuah budaya yang pada akhirnya memberikan penaburan terhadap batas-batas antara ruang pribadi dan ruang publik.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Oktaviana et al., 2021) mempunyai kesamaan dengan penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian yang dipakai pendekatan kualitatif menggunakan contoh penelitian studi kasus, mendapatkan hasil penelusuran virtual menunjukkan bahwa kata estetik telah mengalami perluasan makna. Kata estetik tidak sekadar bermakna indah tetapi juga berarti ungkapan kelucuan, ekspresi sindiran, dan pujian penampilan fisik. Penyebab perluasan makna adalah penggunaan kata estetik pada caption, cuitan, komentar, dan tagar oleh pengguna Twitter dan

TikTok. Motivasi penggunaan kata estetik, disebabkan mengikuti tren, keisengan, dan candaan. Budaya berkomunikasi di media sosial berperan penting dalam perluasan makna kata dan penciptaan kata-kata baru.

Penelitian sebelumnya tentang budaya komunikasi dilakukan oleh (Fauzi, 2017) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan contoh penelitian studi kasus, hasil temuannya menunjukkan terjadinya perubahan budaya komunikasi di era konvensional ke era media baru, yakni dari komunikasi *face to face* melalui *computer mediated communication*. Bagi *digital natives* budaya komunikasi yang terbentuk yaitu budaya *texting* dengan membangun nilai kedekatan emosional dan kemudahan dalam menyampaikan informasi, serta menganut norma kecepatan, hiburan, kustomisasi dan kebebasan, dari hal tersebut bisa dikatakan perubahan budaya juga terjadi karena perkembangan teknologi yang semakin canggih.

Penelitian relevan mengenai presentasi diri akun Instagram di akun utama dan *alter akun* dilakukan oleh (Pamungkas & Lailiyah, 2019) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dari hasil temuannya menunjukkan panggung depan yang digunakan pada akun utama dan panggung belakang yang digunakan pemilik pada *fake account*-nya, sehingga membentuk identitas yang berbeda pada setiap akunnya. Pada *fake account* di Instagram, pemilik akun tidak sembarangan mengizinkan orang lain melihat dan mengikut *fake account*-nya dan hanya menjalin hubungan dengan orang-orang yang benar-benar dirasa telah mengenal dirinya secara *personal*.

Penelitian sebelumnya juga di dilakukan oleh (Hesadiwana & Syafrini, 2022) dengan menggunakan metode penelitian yang dipakai merupakan pendekatan kualitatif menggunakan contoh penelitian studi kasus, dari hasil temuan nya menyebutkan ada beberapa motif remaja menggunakan *fake account* (akun kedua) di media sosial Instagram, yaitu: motif kenyamanan, motif mencari informasi, motif ekonomi dan motif promosi. Hal tersebut

sesuai dengan motif berbeda-beda yang dimiliki dari para informan untuk mulai menggunakan *fake account*.

Penelitian sebelumnya yang sejenis dilakukan oleh (Nainggolan, 2021) dengan menggunakan metode penelitian yang dipakai pendekatan kualitatif, dari hasil yang ditemukan pengelolaan kesan dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial. Selain itu bisa dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk menampilkan kesan khusus bagi *audiens*, hal tersebut sejalan dengan para informan yang mengatakan *fake account* untuk menyembunyikan identitas asli dan mendapatkan kesan yang maksimal terhadap lawan bicaranya sehingga menyebabkan ketidaksesuaian harapan.

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian bertemakan *fake account* yang telah dilakukan sebelumnya, hasil penelitian yang didapatkan berbeda-beda, salah satunya dalam mengungkapkan diri di media sosial Twitter ada yang memperlihatkan diri secara secukupnya saja, menghindari informasi yang menjelaskan identitasnya dan berbohong akan identitas aslinya. Dalam hal motif, Setiap pengguna mempunyai motif atau maksud sendiri dalam menggunakan *fake account*. Pengguna *fake account* dapat menampakkan siapa dirinya, bagaimana pola pemikiran yang menciptakan dirinya untuk ditunjukkan kepada orang lain dalam media sosial dan dalam kehidupannya.

Ketidaksesuaian harapan bisa terjadi jika adanya ketidaksesuaian dalam persepsi yang sama atau memahami menerima presentasi serta pesan yang disampaikan. kesalahpahaman yang terjadi dapat dikurangi bila sedikitnya mengetahui bahasa dan perilaku budaya orang-orang lain, dan memiliki sifat terbuka untuk menerimanya. Perubahan budaya komunikasi di media sosial Twitter sebagian besar memiliki persepsi masing-masing antara toleran dan tidak toleran. Budaya Komunikasi terus mengalami perubahan.

Populernya penggunaan *fake account* dalam aplikasi Twitter di Indonesia saat ini, membuat peneliti semakin tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai sosok dibalik akun tersebut. Belum adanya penelitian yang menjelaskan bagaimana pengalaman dalam hal ketidaksesuaian harapan apa

saja yang terjadi dalam pertemuan dengan pengguna *fake account*, menjadi alasan peneliti dalam melakukan penelitian Ketidaksesuaian harapan Melalui *Computer Mediated Communication* Pada Studi Kasus Pengguna *Fake Account* Di Twitter.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian menjadi dua kategori:

1. Apa yang melatarbelakangi terjadinya ketidaksesuaian harapan pengguna *fake account* di Twitter?
2. Bagaimana proses *computer mediated communication* dalam penggunaan *fake account* di Twitter?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Secara umum, untuk mengetahui latar belakang terjadinya ketidaksesuaian harapan pengguna *fake account* di Twitter
2. Secara khusus, untuk mengetahui proses *computer mediated communication* dalam penggunaan *fake account* di Twitter.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian diharapkan dapat dijadikan referensi dan wawasan bagi peneliti maupun pihak lain dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam penelitian kualitatif mengenai analisis ketidaksesuaian harapan yang terjadi terhadap *fake account* melalui media sosial Twitter dengan adanya *computer mediated communication*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk memberikan informasi dan masukan yang relevan agar lebih berhati-hati dan lebih bijak dalam bersosial media, terutama mengungkapkan diri dalam *fake account* di media sosial Twitter kepada pengguna lain dan masyarakat umum dengan latar belakang penggunaan *fake account* dan informasi mengenai ketidaksesuaian harapan yang dilakukan *fake account* dalam *computer mediated communication* sehingga bisa membuat perkembangan Twitter menjadi salah satu media sosial yang umum digunakan oleh masyarakat Indonesia.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I LATAR BELAKANG

Bab ini berisi latar belakang masalah yang membahas mengenai permasalahan dan urgensi penelitian, rumusan masalah dalam penelitian ini mengenai latar belakang, keterbukaan diri pengguna *fake account* dengan identitas palsu dalam *computer mediated communication*, tujuan penelitian ini untuk mengetahui latar belakang penggunaan *fake account* dengan identitas palsu dan proses pembukaan diri yang dilakukan oleh *user* dalam *computer mediated communication*. manfaat penelitian terbagi menjadi dua yaitu akademis dan praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi konsep penelitian mencakup budaya komunikasi, kontak sosial, interaksi sosial, *self-disclosure* dan Twitter. Teori penelitian ini menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian kualitatif, pendekatan penelitian yang digunakan berupa Studi Kasus Intrinsik, Teknik Pengumpulan Data yang berasal dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder, Penentuan *Key Informan* dan Informan yang merupakan pengguna aktif *fake account* dengan karakteristik masing-masing *user*. Teknik analisis data menurut Moleong, teknik keabsahan data berupa triangulasi sumber, waktu dan lokasi penelitian dilakukan melalui media sosial Twitter.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai temuan data penelitian yang berasal dari wawancara dan observasi terfokus, yang telah dianalisis berdasarkan teori yang digunakan dan menjadi jawaban untuk rumusan masalah penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari bentuk ketidaksesuaian harapan yang terjadi melalui *computer mediated communication* dalam *fake account* serta saran yang terbagi menjadi dua yaitu secara praktis dan teoritis sebagai penutup pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi referensi pendukung dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, dan referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisikan data pendukung yang diperlukan untuk penelitian ini.