

## **Anonimitas Netizen di Media Sosial :**

Dra. Dian Harmaningsih, M.Si; Dr. Susi Yunarti, M.Si; Wijayanti, SIP., M.IKom

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Email: [harmaningsihdian@gmail.com](mailto:harmaningsihdian@gmail.com) ; [susiyunarti@gmail.com](mailto:susiyunarti@gmail.com);  
[wijayanti21866@yahoo.co.id](mailto:wijayanti21866@yahoo.co.id)

### **Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena deindividuasi di dunia maya, khususnya di media sosial. Pertanyaan penelitiannya adalah mengapa netizen di media sosial banyak melontarkan komentar kasar di media sosial tentang vaksin covid -19? Penelitian ini menggunakan teori deindividuasi dari Gustav Le Bon metodenya deskriptif kualitatif untuk menganalisis berbagai komentar dari netizen di akun Facebook dan You tube. Pengumpulan data dilakukan pada periode November - Desember 2020. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa fenomena deindividuasi terjadi di media sosial, terutama oleh netizen dengan akun bukan nama sebenarnya atau menggunakan anonim. Sementara itu, netizen yang menggunakan nama yang cukup jelas cenderung memberikan komentar yang lebih sopan. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberanian untuk menggunakan kata-kata kasar dengan mengabaikan norma dan etika karena identitas mereka tidak diketahui oleh publik. Meski media telah menyarankan untuk berkomentar dengan jelas, tetapi tidak ada sanksi yang diterapkan, sehingga netizen memiliki kebebasan untuk berkomentar kasar dan merasa menjadi yang paling benar. Kondisi anonimitas inilah yang menjadi dasar kurangnya kesadaran diri seseorang. Kata kunci: Deindividuasi, Anonim, Komentar Netizen, Vaksin Covid-19, Media sosial.

### **Abstract:**

This study aims to explain about the phenomenon of deindividuation appears in cyberspace, especially in social media. The research question is why are netizens on social media making scathing comments about the COVID-19 vaccine? This study uses De-individuation theory - Gustav Le Bon and descriptive qualitative research methods by analyzing various comments from netizens on Facebook and You tube accounts. Data collection was carried out in the period November to December 2020. The results of the study revealed that the phenomenon of deindividuation occurs on social media, especially by netizens who use accounts that are not real names and anonym. Meanwhile, netizens who use self-explanatory names tend to make more polite comments. This phenomenon shows that the courage to use harsh words ignores norms and ethics that makes them think that their identity is unknown to public. Even the media has suggested to comment clearly, but no sanctions are applied, so netizens have the freedom to make harsh comments like He is the most correct. This condition of anonymity is the basis for a person's lack of self-awareness.

Keywords: Deindividuation, Anonymous, Netizen Comments, Covid-19 Vaccine, Social media.

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan media baru telah membawa seseorang ke sebuah dunia dimana kita seolah tidak berpijak pada suatu kenyataan, berada dalam dunia maya yang sangat luas tak terbatas. Banyak informasi berkembang

melalui media tersebut sejalan dengan realita yang terjadi pada kehidupan masyarakat sehari-hari, termasuk informasi seputar pandemi covid-19 yang tidak luput dari kehebohan para netizen yang ikut berpartisipasi dengan berbagai cara, mulai dari komen sampai berkreasi membuat meme dan video. Pandemi

covid-19 menjadi salah satu topik pembicaraan di dunia maya, baik di media sosial, *group chatting* bahkan pemberitaan media main stream yang bisa diakses secara online (*streaming*). Banyaknya netizen dalam memberikan analisis dan komentarnya semakin menunjukkan keterlibatan mereka sebagai warga dunia maya.

Pengguna internet di Indonesia adalah peringkat ke-5 terbesar di dunia dari kurang-lebih 4,66 miliar warga dunia yang mengakses internet. Sementara penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 202,6 juta orang atau sekitar 73,7% dari total populasi (*we are social-hootside, 2021*). Setiap hari para *digital native* tersebut menggunakan waktunya sekitar 37% atau sekitar 8 jam 52 menit untuk mengakses internet, termasuk dalam penggunaan media sosial. Ini terbukti dalam kehidupan di sekitar kita bagaimana mereka selalu asik dengan gadgetnya disetiap kesempatan dan dimanapun berada.

Para *digital native* menggunakan media sosial untuk beragam tujuan, mulai dari berinteraksi, berdiskusi maupun untuk sekedar bercanda. Sebagaimana yang dikatakan oleh Amofah-Serwaa & Dadzie, (2015) bahwa “*social media is an internet service which enable peoples to interact freely, share and discuss information about their life*”. Tidak mengherankan jika di media sosial berkembang kebebasan untuk menganalisis, berpendapat, memberikan tanggapan atau komentar mengenai isu-isu yang update, salah satunya informasi tentang seputar vaksin covid-19. Komentar itu tidak hanya dari orang-orang yang benar-benar paham dengan permasalahan tetapi mereka yang sebelumnya tidak pernah bersentuhan dengan dunia medis pun bisa ikut berkomentar dan memberikan pendapatnya.

Masyarakat Indonesia tumbuh dari tradisi budaya dan etika dalam berperilaku, berinteraksi dan berkomunikasi dengan anggota masyarakat lainnya. Pada umumnya mereka lebih banyak menjaga rasa untuk mengungkapkan pikiran dan perasaannya. Namun kebebasan dunia maya tampaknya telah menggeser etika dan rasa terutama dalam berpendapat dan berkomentar di media sosial. Berdasarkan laporan Digital Civility Index (DCI) yang mengukur tingkat kesopanan digital pengguna internet dunia saat berkomunikasi di

dunia maya, menyebutkan bahwa netizen Indonesia berada di urutan terbawah se-Asia Tenggara (Kompas, 26 Februari 2021). Riset yang dirilis oleh Microsoft tersebut dapat diartikan warganet Indonesia dianggap paling tidak sopan se-Asia Tenggara.

Fenomena di dunia maya dimana identitas seseorang di media sosial bisa disamarkan membuat seseorang yang biasanya tidak punya keberanian untuk berkomentar atau menyampaikan pemikirannya, seakan mendapatkan saluran. Sebagian diantara mereka tidak peduli apakah komen atau pendapat yang disampaikan melalui media sosial merupakan sesuatu yang berkontribusi positif, bermanfaat atau sekedar menyampaikan kekesalan dan ketidakpuasan dengan cara-cara yang kurang sopan dan menyinggung melalui kata-kata kasar dan rendah.

Polarisasi di media sosial pun tak bisa dihindarkan, setuju-tidak setuju, suka-tidak suka, pemikiran ekstrim, komentar keras, mengelompok dengan sendirinya. Kita tidak akan sendiri ketika punya pendapat yang berbeda, apapun yang kita sampaikan kita bisa bersembunyi dibalik keberagaman sekaligus komentar sejenis yang juga dilakukan oleh orang lain. Maka istilah ‘netizen super beneer say’ mengemuka dan menjadi keniscayaan. Komentar negative yang disampaikan dengan kasar dan menyinggung tidak membuat seseorang takut dinilai sebagai individu tetapi lebih dilihat sebagai bagian dari masyarakat dunia maya. Apakah memang proses deindividuasi ini yang mendorong dan menumbuhkan keberanian anggota masyarakat untuk berkomentar dengan kasar atas suatu issue atau figure dan menjadi tidak perduli akan efeknya untuk dirinya sendiri.

## 2. METODOLOGI

Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif peneliti mencoba untuk menjelaskan dan menampilkan fakta secara objektif sesuai dengan temuan di lapangan tentang komentar netizen tentang pemberitaan vaksin covid-19 pada akun Facebook dan YouTube kementerian kesehatan. Temuan ini menjadi dasar untuk mendeskripsikan fakta dan fenomena komentar berita vaksin covid-19 dalam bentuk kata-kata. Data dalam penelitian ini adalah data tertulis

dari berita tentang vaksin covid-19 dan komentar dari netizen di akun FB dan Youtube Kemenkes yang dikumpulkan melalui komputer dan smartphone. Teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut; Pertama peneliti melakukan observasi dengan mengamati foto profil dan komentar netizen terhadap berita vaksin Covid-19 yang tayang di media sosial selama sebulan terakhir antara November hingga Desember 2020. Dilanjutkan dengan membaca status dan komentar netizen yang diketik dan diunggah di media Facebook atau YouTube. Selanjutnya, teknik dokumentasinya adalah dengan memotret status dan komentar netizen untuk mendapatkan bahasa tertulis tentang komentar yang tidak sopan dan tidak pantas pada sebuah berita. Teknik analisisnya menggunakan *anonymous behavior* dalam teori SIDE, menghubungkan bagaimana netizen menampilkan diri melalui foto profilnya untuk menunjukkan kepada pengguna akun yang berperilaku anonim memiliki peluang besar untuk menyampaikan ucapan kasar dan emosional. Teori SIDE mengangkat istilah anonim sebagai bagian dari perilaku deindividuasi. Douglas dan Mc Garty, yang menjelaskan dampak anonimitas di dunia maya, menggambarkan bagaimana pengguna akun yang berperilaku anonim memiliki peluang besar untuk menyampaikan ucapan kasar dan emosional (Chang, 2008).

### 3.LANDASAN TEORI

#### Teori Deindividuasi

*Deindividuation* adalah konsep yang telah dikembangkan untuk menjelaskan perilaku antisosial dalam kelompok dan terinspirasi oleh tulisan-tulisan Gustav Le Bon. Dia berpendapat bahwa orang kehilangan rasionalitas individu mereka pada saat berada dalam kelompok, dan cenderung kembali ke naluri binatang yang lebih rendah. Meskipun konsep ini dianggap spekulatif, mereka memiliki pengaruh besar pada upaya dalam psikologi dan sosiologi untuk menjelaskan perilaku orang banyak pada abad berikutnya. Konsep Le Bon diambil pada awal eksperimen terhadap psikologi sosial (Festinger et al dalam

Sundar, 2015) yang kemudian dikembangkan dalam tiga dekade berikutnya.

Le Bon melanjutkan bahwa anonimitas dalam khalayak memicu hilangnya kesadaran diri, yang mana mengurangi hambatan dan meningkatkan kemungkinan munculnya perilaku antisosial. Analisis identitas sosial dari "efek *deindividuation*" adalah keluar dari teori *deindividuation* itu sendiri. Oleh karena itu, ketika kita mengacu pada "fenomena *deindividuation*" dan "efek *deindividuation*," kita mengacu pada sekelompok fenomena dan efek khusus yang perlu dijelaskan (yaitu, efek dari kelompok yang ditenggelamkan dan anonimitas) karena teori *deindividuation* klasik gagal untuk menjelaskannya.

Sebagaimana telah dijelaskan oleh Le Bon di atas bahwa fenomena berkumpulnya individu-individu ke dalam suatu kelompok akan menyebabkan terjadinya proses berkurangnya kesadaran terhadap identitas diri sehingga seseorang akan mengalami perubahan perilaku yang berbeda dibandingkan dengan perilaku kesehariannya. Individu yang mengalami perubahan perilaku ini cenderung bersikap sesuai dengan norma-norma yang dianut dalam suatu kelompok. Hal ini bisa juga terjadi dalam dunia maya ketika orang-orang merasa menjadi bagian dari kelompok yang kemudian berperilaku berbeda dari kesehariannya. Hasil penelitian Zhang dan Kizilcec (2014) menunjukkan bahwa orang akan memilih opsi sharing publik atau anonim dalam merespons sebuah konten. Kedua opsi pada media sosial ini dapat mendorong partisipasi dari mereka yang takut terhadap privasinya, di sisi lain orang dapat mengkomunikasikan pesan normatif dengan mengubah identitas dan identifikasinya di ruang publik online.

Argumen dasar teori *deindividuation* sebenarnya dikristalisasikan menjadi dua elemen mengenai efek anonimitas, yaitu: (1) yang dapat mengurangi akuntabilitas sosial kepada orang lain, dan (2) tenggelam dalam kelompok untuk mengurangi kesadaran diri (*self-awareness*). Kedua hal ini diprediksi menghasilkan pengurangan batasan pada perilaku antinormatif atau antisosial, meskipun dengan cara yang berbeda (Prentice-Dunn & Rogers dalam Sundar, 2015). Karena perilaku antinormatif yang berasal dari berkurangnya tanggung jawab adalah perilaku sadar, hanya berkurangnya kesadaran diri yang pada

akhirnya disebut dengan “kondisi *deindividuation*” (Prentice-Dunn & Rogers dalam Sundar, 2015). Penelitian Wicaksono dan Irwansyah (2017) menunjukkan bahwa akun anonim berita gossip selebriti memiliki peran yang cukup signifikan antara lain memiliki daya tarik dibandingkan dengan akun berita gossip selebriti “resmi, gejala turunya tingkat “self-regulation” terhadap posting berita yang dipublikasikan, dan perilaku anonim suatu kelompok akan mempengaruhi tingkat “self-awareness” terhadap individu dalam kelompok tersebut. Menurut Febriyanti dan Puspita (2018) konten-konten yang terkandung dalam komentar netizen rata-rata hanya komentar yang tidak membangun dan banyak berisikan konten membully, seakan-akan dialah yang paling benar dan orang yang menjadi trending topik dalam redaksi tersebut adalah orang yang salah. Vladimirov et.al (2021) menyebutnya dengan konsep *adressivity* dan diakronitas untuk mengkonseptualisasikan fitur-fitur media sosial yang mendorong keluhan ke arah lebih agresif.

## Media Baru

Saat ini media baru telah membawa perubahan besar di berbagai bidang kehidupan. Menurut Lev Manovich (Liliweri, 2017) *new media* didefinisikan sebagai media yang berbasis teknologi computer dimana penyebaran informasi dilakukan melalui website, computer, blue-ray disk dan lain-lain. Media ini dibuat dalam upaya meningkatkan jangkauan dan efisiensi komunikasi manusia, sehingga memudahkan dalam mengakses informasi dari segala arah tanpa batas (*borderless*). Dengan hadirnya media baru, dunia terasa menjadi kecil karena orang dengan mudah mengetahui banyak hal yang terjadi di berbagai belahan dunia. Konsep *global village* yang diperkenalkan Mc. Luhan semakin nyata. Informasi yang diperoleh dari media baru diperlukan sebagai bagian dari tuntutan hidup dan sebagai penunjang kehidupan manusia.

Ketertarikan orang terhadap media baru karena keunggulan yang dimilikinya berbeda dengan media konvensional yang berkembang sebelumnya, diantaranya variabilitas, modularitas, dan transcoding (Manovich dalam Liliweri, 2017). Setiap orang dapat menghasilkan gambar dan suara sesuai dengan versinya. Variabilitas ini dimungkinkan karena

digitalsasi. Modularitas memungkinkan orang untuk membuat berbagai konten, karena media digital memiliki berbagai komponen diskrit, dalam arti komponen terpisah tetapi setiap saat dapat diatur atau digabungkan dalam representasi data numerik. Sementara transcoding adalah proses yang memungkinkan pengguna untuk lebih mudah menerjemahkan apa yang mereka lakukan ke dalam format yang berbeda, terutama didukung oleh proses yang terkomputerisasi.

Media baru mengacu pada kombinasi teknologi yang sudah ada sebelumnya menjadi teknologi yang memiliki fungsi berbeda dalam menyampaikan dan menerima informasi interaktif dan menjadi ritual baru bagi masyarakat. Media ini erta kaitannya dengan keberadaan media online sebagai terobosan media dalam format digital yang memiliki jangkauan luas dan multi fungsi.

## Media sosial sebagai saluran informasi vaksin covid-19

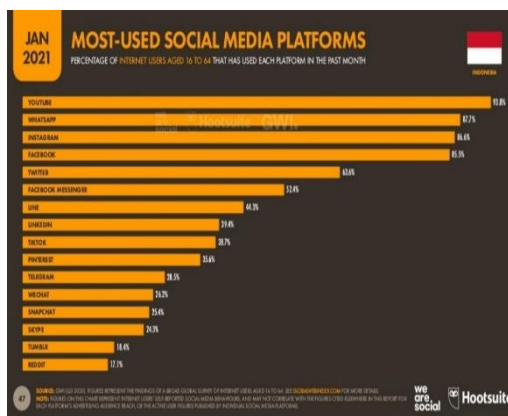
Media sosial adalah layanan internet yang memungkinkan orang berinteraksi dengan banyak orang, berdiskusi dan saling berbagi pesan. Menurut Joe Cothrel (Liliweri, 2014) dalam artian luas media sosial merupakan suatu bentuk platform online dimana pengguna dapat memindahkan konten yang bersumber dari wordpress, sharepoint, youtube, facebook, twitter dan lainnya. Dalam arti sempit, media sosial mencakup saluran konten dimana pengguna dapat memproduksi pesan.

Kehadiran media sosial memungkinkan manusia saling berbagi wawasan, pengetahuan, perspektif satu sama lain. Karena kelebihanya, media sosial kini menjadi bagian yang hamper tak terpisahkan dari kehidupan kita. Media ini memiliki beberapa karakteristik salah satunya menarik dan unik, karena memungkinkan adanya kebersamaan antara sumber dan penerima dalam bentuk konten. Tidak mengherankan jika jumlah pengguna media sosial meningkat dari waktu ke waktu.

Menurut Surahman (2016), media sosial sebagai media baru menawarkan kecepatan dan kebaruan informasi dan interaksi sosial lebih kompleks. Sebenarnya kebaruan dalam fitur media sosial muncul karena adanya interaksi antara individu satu dengan yang lain, inilah yang membedakan media lama dengan media baru. Interaksi antar individu menjadi semakin

kompleks, karena media sosial merupakan seperangkat praktik komunikasi yang sifatnya “many to many”. Beberapa peneliti mengatakan media sosial menyebabkan peningkatan modal sosial dan kesejahteraan, sementara yang lain menyebutkan ini mengorbankan privasi (Hogan dan Melville, 2015).

Berdasarkan laporan digital global 2021 (We are Social- Hootsuite) pengguna aktif media sosial dunia saat ini mencapai 4,20 miliar orang yang berarti lebih dari separuh penduduk bumi menggunakan media sosial. Di Indonesia jumlah penggunaanya sebanyak 170,0 juta orang, sekitar 61,8% dari jumlah penduduk Indonesia. Pengguna berusia 16 hingga 64 tahun pada setiap platform ditunjukkan oleh grafik berikut ini:



Gambar 1. Penggunaan sosial media  
Sumber : hootsuite, wearesocial

Dari grafik di atas terlihat bahwa platform terbanyak penggunaanya adalah youtube, whatsapp, instagram dan facebook. Tentu hal ini menjadi fenomena menarik jika kita melihat lebih jauh tren pengguna yang semakin tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Youtube dan facebook merupakan situs web berbagi video (video sharing) yang saat ini menjadi saluran bagi para penggunanya, dimana mereka dapat mengunggah, menonton, berbagi klip video, sekaligus menyediakan kolom komentar. Saat ini youtube dan facebook banyak dipakai oleh institusi pemerintah sebagai saluran alternatif untuk menyampaikan informasi resmi. Salah satunya informasi terkait vaksin covid-19 dari situs web kementerian kesehatan.

## Netizen dan aktivitasnya di media sosial

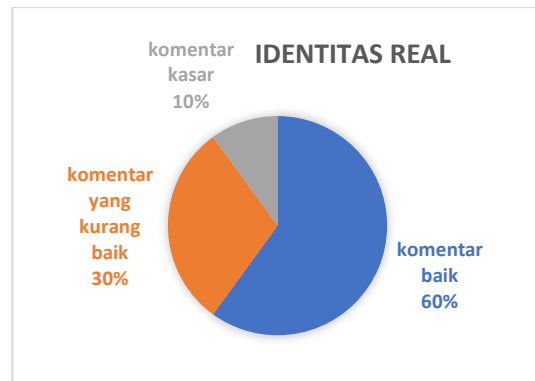
Netizen adalah sebutan bagi “internet word community” atau warganet, yaitu orang-orang yang aktif menggunakan internet untuk berkomunikasi. Pengguna internet memiliki karakteristik beragam dari segi usia, pendidikan, status sosial ekonomi dan lainnya. Keaktifan mereka dalam media sosial salah satunya ditunjukkan dengan menyuarakan pendapat atau komentarnya terkait dengan konten yang ada di media sosial. Terkait dengan penelitian ini, yang dimaksud dengan netizen adalah pengguna, pembaca, penonton media sosial yang mengungkapkan pendapat dan perasaannya dalam mengomentari informasi atau berita tentang vaksin covid-19.

## 4. Hasil dan Pembahasan

Hasil pengamatan peneliti pada akun Facebook dan YouTube, menunjukkan bahwa media online menyediakan ruang bagi publik pembaca untuk berinteraksi dengan memberikan komentar pada postingan berupa informasi atau berita. Terkait fenomena deindividuasi dapat dilihat pada kolom komentar warganet di akun Facebook dan YouTube kementerian kesehatan, ditemukan banyak akun anonim yang menggunakan nama tidak jelas diantaranya '@garongbansos', '@Jsun', '@kipas angin ayam bakar', '@Dedi back'. Beragam komentar pedas dan negatif terkait pemberitaan vaksin covid-19 dilontarkan oleh warganet dengan akun anonim. Sangat berbeda dengan komentar yang diberikan oleh netizen yang namanya jelas. Komentar yang diberikan mayoritas cukup baik dan lebih positif. Akun non-anonim seperti, '@Marco', '@Herlambang', '@Erdiansyah', '@Ernawati', '@Resa K', '@Zabon', '@Lukas', '@albanna', '@the korteks', '@tengil fals', '@surya senja', '@hamba allah', '@aulia J', '@wayan jp', '@Lukman', '@sholeh', '@ikaputri', '@Fearless', '@yudhanto', '@yeni ok', '@zo zo', '@natasya', '@B sekebon', '@Nike', '@yoyok'.

Berdasarkan penelitian di akun Facebook dan YouTube Kementerian Kesehatan tentang informasi terkait vaksin covid -19, ditemukan perbedaan komentar antara netizen dengan identitas “asli” dan netizen dengan identitas

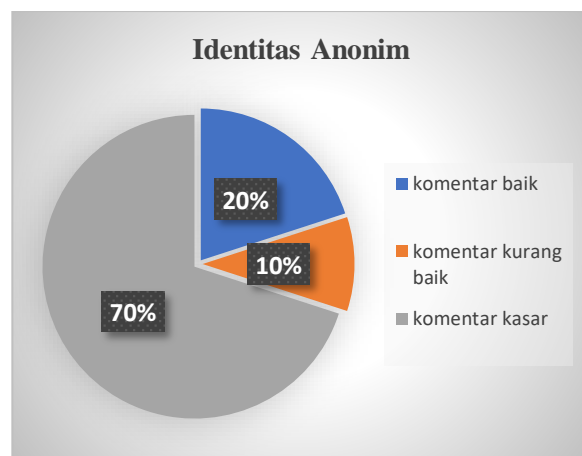
“anonim”. Dari segi psikologis dapat dipahami bahwa akun netizen yang menggunakan identitas anonim cenderung memiliki interaksi komunikasi yang negatif, pilihan kata-kata kasar dan cenderung sebagai pelampiasan rasa marah. Mereka melakukan itu semua karena merasa tidak mudah dikenali dan diidentifikasi orang lain. Sementara itu, akun dengan identitas "asli" memiliki tingkat komunikasi yang lebih positif dan bertanggung jawab dalam memberikan pendapat atau komentarnya terkait informasi vaksin covid-19. Pilihan kata yang mereka gunakan juga lebih sopan.



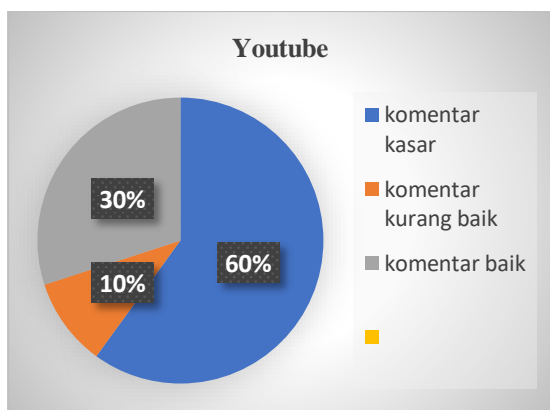
Gambar 4. Deskripsi komentar netizen real



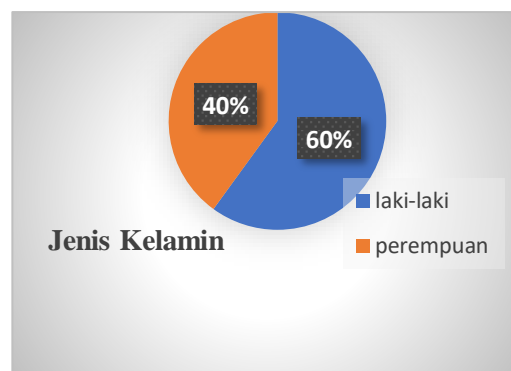
Gambar 2. Deskripsi Komentar netizen di Facebook



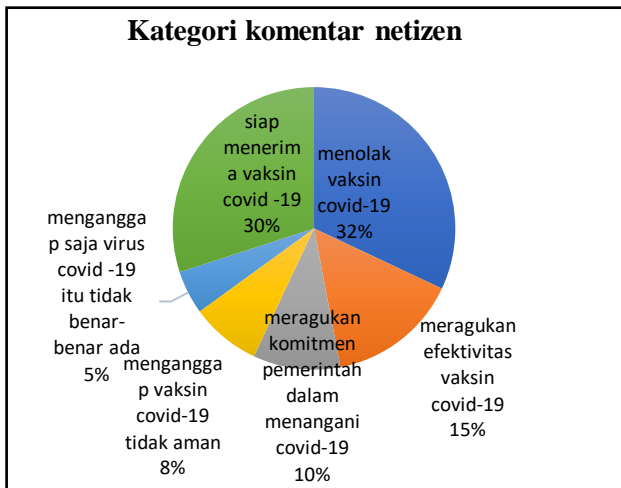
Gambar 5. Deskripsi komentar netizen anonim



Gambar 3. Deskripsi komentar netizen di Youtube



Gambar 6. Deskripsi jenis kelamin netizen



Gambar 7. Deskripsi komentar netizen tentang vaksin covid-19

Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa *social media is an internet service which enable peoples to interact freely, share and discuss information about their life (Amofah et.al, 2015)*, menurutnya media sosial memungkinkan para warganya untuk berinteraksi, berbagi dan mendiskusikan informasi tentang kehidupan mereka. Ini berarti orang punya kebebasan berkomentar di media sosial (FB dan YouTube), karena itu orang bisa dengan mudah melampiaskan amarah, ketidakpuasannya dengan memposting kata-kata yang tidak semestinya digunakan oleh orang yang berbudaya.

Berita tentang vaksin covid-19 yang dipublikasikan oleh kementerian Kesehatan di akun media sosial seharusnya menjadi ruang untuk menuangkan ide atau gagasan, namun tidak ternyata justru berubah fungsi sebagai ajang bagi warganet untuk menyampaikan makian, hinaan, dan penggunaan kata-kata kasar. Hal ini dapat terjadi seperti yang dikemukakan oleh Festinger (dalam Chang, 2008) bahwa deindividuasi merupakan hasil dari pengekanan terhadap perilaku yang diinginkan individu tetapi bertentangan dengan norma sosial. Fenomena deindividuasi ini menekankan pada peleburan individu terhadap kelompok yang membuat individu kehilangan identitas, diri dan mengakibatkan individu berperilaku agresif atau menyimpang dari perilaku sosial. Lebih lanjut, Diener (Chang, 2008) juga menjelaskan bahwa kondisi

anonimitas dalam suatu kelompok dapat mengurangi kesadaran seorang individu. Semakin besar grup, semakin besar kemungkinan untuk menjadi anonim. Kondisi anonimitas ini melindungi individu dari perilaku yang tidak patuh pada norma. Jadi, kita bisa mengamati bagaimana akun anonim cenderung memberikan komentar kasar di kolom komentar berita tentang kebijakan pemerintah terkait vaksin covid-19. Mereka yang menggunakan akun anonim ini merasa bebas untuk memberikan komentar negatif karena tidak dikenal. Nama yang tidak biasa adalah akun anonim seperti @garongbansos, @kipas angin, @fearless, @BSakebon, @zozo dan lain-lain. Kesadaran netizen yang membuat akun anonim dalam komunikasi berbasis komputer seperti yang digunakan dalam membuat komentar di kolom berita tentang kebijakan pemerintah mengenai vaksin covid-19, menurut Reicher (dalam Li, 2010) disebabkan oleh adanya 3 faktor-faktor deindividuasi individu, yaitu: group immersion, yaitu meleburnya individu menjadi kelompok-kelompok sehingga individu tidak lagi melihat dirinya sebagai identitas diri tetapi sebagai identitas sosial; anonimitas, yaitu kondisi identitas pribadi individu yang tidak dapat diidentifikasi dan hilangnya identitas (kesadaran diri dan pengaturan diri), yaitu hilangnya kesadaran diri dan pengendalian diri yang merupakan salah satu faktor sehingga seseorang mengalami deindividuasi. Beberapa akun anonim di akun Facebook dan YouTube mungkin cenderung merasa lebih aman dalam mengungkapkan komentarnya di media online karena tidak akan merusak citra diri atau hubungannya dengan seseorang, berbeda dengan akun yang memiliki nama yang jelas. Fenomena ini menjadi bukti bahwa akun anonim tidak ingin dirinya dikenali. Pemberitaan tentang kebijakan pemerintah tentang vaksin covid-19 di media sosial seperti objek sasaran yang banyak diperhatikan netizen. Sifat pembaca/penonton media online sebagai masyarakat maya impersonal yang mirip dengan keramaian menjadi alasan netizen yang memiliki akun anonim berani memberikan berbagai komentar negatif bahkan kasar karena identitasnya sulit dikenali sehingga dapat dengan bebas mengelak dari



tanggung jawabnya sebagai makhluk sosial. yang harus mengutamakan norma kesopanan dalam berkomunikasi.

Tidak sedikit komentar yang dibuat oleh netizen anonim yang keluar dari konteks pemberitaan dalam mengungkapkan kebencian dan kemarahan dalam komentarnya. Meski begitu, ketika warganet menggunakan nama eksplisit, tidak selalu dapat diasumsikan bahwa nama itu benar apa adanya. Temuan ini sejalan dengan tulisan Maria Konnikova, seorang psikolog Rusia-Amerika, dalam kolomnya di *New Yorker* berjudul 'The Psychology of Online Comment', yang juga mengkaji keprihatinan psikolog klasik tentang komunikasi non-tatap muka yang dimediasi oleh teknologi sebelumnya, seperti surat dan telepon, hingga media sosial. Masalah yang muncul adalah menurunnya kemampuan seseorang dalam memahami gerak tubuh nonverbal, nada bicara, hingga konteks. Tanpa hal-hal tersebut, kata Konnikova, merujuk pada sejumlah penelitian, orang akan mudah menjadi impersonal, dan menciptakan komunikasi yang dingin. Situasi ini, terutama di negara-negara yang menjunjung tinggi kebebasan berpendapat, menjadi salah satu faktor yang mendorong warganya untuk lebih ekspresif dalam berpendapat — termasuk dalam mengomentari postingan warganet lainnya. Konnikova juga menyoroti bagaimana anonimitas berkontribusi pada agresivitas seseorang dalam berkomentar. Ia menyinggung sejumlah penelitian yang mengungkap bagaimana anonimitas menyebabkan orang melepaskan beban moral sehingga bisa lebih terbuka sekaligus berani berpendapat. Alhasil, netizen lain pun merasa berhak menanggapi secara agresif. Situasi ini seperti lingkaran setan, karena komentar balasannya sama atau bahkan lebih agresif (<https://tirto.id/m-why-many-grumpy-people-on-the-internet-dhhl>). Sebagian besar komentar netizen terpantau dalam penelitian ini baik di akun Facebook maupun YouTube bahwa mereka tidak begitu memahami kebijakan pemberian vaksin covid-19 yang akan ditetapkan dalam kebijakan pemerintah sebagai upaya menghadapi pandemi Covid-19. Beberapa netizen bahkan menganggap upaya pemerintah dalam mengatasi pandemi dengan rencana pemberian vaksin covid-19 kepada masyarakat hanyalah tindakan yang dianggap memiliki unsur bisnis untuk kepentingan sekelompok orang.

Sekelompok kecil warganet masih meragukan keseriusan pemerintah dalam menangani pandemi covid-19. Jika ditelaah lebih lanjut, ada kecenderungan netizen hanya mendasarkan komentarnya pada asumsi yang tidak bisa dibenarkan. Berdasarkan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa netizen pria yang menggunakan YouTube dan Facebook (60%) lebih banyak daripada netizen wanita dalam menggunakan kedua media sosial. Dari segi usia juga menunjukkan bahwa mayoritas warganet berusia antara 25-34 tahun hingga usia 35-44 tahun, dimana usia tersebut merupakan usia kelompok produktif yang kondisi sosial ekonominya paling banyak terkena dampak COVID. Pandemi -19 serta kelompok yang sangat rentan menderita Covid -19 karena mobilitas yang relatif tinggi guna memenuhi kebutuhan keluarganya. Realitas warganet dengan kondisi seperti itu, seharusnya bisa bersikap rasional, namun hal ini tidak banyak terlihat pada komentar warganet di akun Facebook atau YouTube, justru komentar warganet yang terkesan emosional dengan menuliskan kata-kata tidak sopan. Sama sekali tidak mencerminkan nilai-nilai budaya timur yang dijunjung tinggi oleh masyarakat Indonesia. Fenomena deindividuasi pada komentar netizen pada pemberitaan tentang vaksin Covid -19 menjadi bukti adanya “*no-self regulation*” dan proteksi diri yang tinggi pada akun anonim sehingga mereka lebih berani memberikan komentar negatif. Indonesia merupakan salah satu negara yang telah memiliki UU ITE tahun 2016 yang mengatur tentang perilaku interaksi di dunia maya dan pelaksanaannya telah diatur oleh pemerintah. Penerapan UU ITE memuat ancaman pidana bagi pelaku yang menyebarkan konten pornografi, penghinaan dan pencemaran nama baik, pemerasan, ancaman atau ujaran kebencian, namun tidak semua orang memahami UU ITE ini. Netizen yang menggunakan akun anonim sulit untuk dilacak dan diidentifikasi, meskipun pada kenyataannya pemerintah telah memiliki perangkat untuk melacak akun yang terdeteksi digunakan untuk menebar kebencian atau kejahatan di dunia maya.

## Kesimpulan

Pemberitaan tentang vaksin covid-19 oleh kementerian Kesehatan di akun media



sosialnya, Facebook dan YouTube, menimbulkan fenomena deindividualisasi bagi para warganet. Hampir semua berita yang dimuat selalu mendapat banyak komentar positif maupun negatif dan kasar. Netizen yang menggunakan akun anonim memiliki kecenderungan untuk memberikan komentar negatif dengan kata-kata yang tidak sopan atau bahkan kasar dibandingkan dengan netizen yang menggunakan nama yang jelas.

Meski akun netizen menggunakan nama yang jelas, tidak bisa dikatakan nama itu asli karena bisa juga nama akun palsu. Netizen yang menggunakan nama akun yang tidak jelas atau anonim merasa bebas untuk berkomentar karena anonimitas memberikan rasa aman. Seperti di keramaian, seseorang merasa semakin tidak dikenal, semakin berani ia membuat pernyataan atau perilaku yang menyimpang dari norma sosial, dalam hal ini melontarkan komentar negatif dan kasar. Masyarakat juga belum paham tentang UU ITE 2016, sehingga perlu sosialisasi yang lebih intens agar masyarakat bisa lebih cerdas dalam memahami dan memanfaatkan media online sebagai sumber berita.

## Saran

1. Setiap netizen diharapkan memiliki kesadaran untuk menjaga kata-kata yang diucapkan di media sosial karena ruang publik dan dengan polisi cyber akan mudah untuk melacak nama akun.

2. Selain itu, media FB dan YouTube saat ini banyak diakses oleh anak-anak sehingga komentar yang bersifat kasar akan menjadi contoh yang tidak baik bagi anak-anak yang secara tidak sengaja membuka akun media sosial tersebut. 3. Diperlukan kesadaran publik bahwa sebagai masyarakat virtual mereka tetap memiliki tanggung jawab untuk berkomunikasi secara santun dengan sesama pembaca. Jika netizen ingin menyampaikan kritik terhadap kebijakan pemerintah, sebaiknya menggunakan bahasa yang sopan karena Facebook atau YouTube sekarang menjadi ruang publik.

## Daftar Pustaka

- Amofah-Serwaa, N & Dadzie, P. S. (2015). *Social media use and its implication on child behaviour: A study of a basic school in Ghana*. International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments, vol 3. No 1. p. 49-62.
- Chang, J. (2008). *The role of Anonymity in deindividuated behaviour: comparison of deindividuation theory and the social identity model of deindividuation effect*. Journal of Semantic Scholar.
- Febriyanti, Syafrida Nurrachmi & Ririn Puspita Tutiasri. (2018). *Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial*. Jurnal Ilmu Komunikasi. vol 1. no.1.
- Hogan, Bernie & Joshua Melville. (2015) *Social media*. International Encyclopedia of the social and behavioral science (second edition). p. 421-425
- Kaiping Zhang & Ren'e F. Kizilcec. (2014). *"Anonymity in Social Media: Effects of Content Controversiality and Social Endorsement on Sharing Behavior"*. Proceeding of the International AAAI Conference on Web and Social Media.
- Kompas.com. *Netizen indonesia paling tidak sopan se-asia tenggara. Kata pengamat ada 3 penyebabnya*. edisi 26 Februari 2021
- Lea, Martin & Russell Spears (2015). *Knowing Me, Knowing You: anonymity effects on social identity process within group*. university of Amsterdam
- Li, B.K. (2010). *The theories of deindividuation*. Claremont: Claremont McKenna collage.
- Liliweri, Alo. (2017). *Komunikasi antar personal*. Jakarta: Kencana.
- Omernick, E & Sood, S.O. (2013). *The Impact of anonymity in online communities*. International Conference on social computing . Virginia IEEE. p. 1-10.
- Sundar, S. Shyam. (2015). *The handbook of the psychology of communication Technology*. UK: Joh Willey and Son Ltd.
- Supratman L.P. (2018). *Penggunaan media sosial oleh digital native*. Jurnal ilmu komunikasi, Vol.15 No. 1. p. 47 – 60

Tirto.id."Mengapa banyak orang galak di internet?"

"<https://tirto.id/mengapa-banyak-orang-galak-di-internet-dhhl>.

Vladimirou, Dimitra, Juliane House, Daniel Z. Kádár. *Aggressive complaining in social media*. Journal of Pragmatic -Elsivier, volume 77, May 2021, p. 51-64.

Wicaksono, Ari & Irwansyah. (2017). *Fenomena deindividuasi dalam Akun anonim berita gosip selebritis di media sosial instagram*. Profetik Jurnal Komunikasi. Vol. 10. No.02.