

# Dampak Disinhibisi *Online* Pada Gen Z Dalam Membangun *Persona Online*

Okky Chavia<sup>1</sup>, Melisya Puspita Angrainy<sup>2</sup>, Muhammad Reza<sup>3</sup>, Razan Mursid Putra Andrian<sup>4</sup>, Dianingtyas Putri<sup>5</sup>,  
Annisa Fitriana Letari<sup>6</sup>  
Universitas Bakrie<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

*Corresponding email:* dianingtyas.putri@bakrie.ac.id\*

## Pengantar

Keberadaan media sosial dalam kehidupan sangat berperan, seperti dilansir dalam media *online* [binus.ac.id](http://binus.ac.id) yang berjudul “Dampak Media Sosial Terhadap Kehidupan di Era Digital” menyatakan bahwa segala interaksi yang dilakukan oleh manusia membutuhkan komunikasi agar berbagai aktivitas dapat berjalan lancar dan menghindari terjadinya miskomunikasi (Novitasari, 2024). Faktanya, di era sekarang ini ketika berkomunikasi tidak hanya dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka namun dapat dilakukan secara *online* juga. Dalam berkomunikasi terdapat etika yang harus dilakukan yakni dalam kehidupan bermasyarakat memiliki sistem yang mengatur mengenai tata cara manusia bergaul. Tata cara ini bertujuan untuk saling menghormati antar sesama, selain itu juga untuk menjaga kepentingan komunikator dengan komunikannya agar satu sama lain merasa senang (Ihsani & Febriyanti, 2021).

Selanjutnya, ketika kita menggunakan media sosial dalam berkomunikasi sering kali pengguna media hanya bisa mengoperasikannya namun pengetahuan akan literasi media tidak dimilikinya. Sehingga yang terjadi adalah tidak melakukan pengendalian diri yang cukup baik. Pengendalian diri merupakan salah satu aspek penting dalam interaksi sosial yang memungkinkan individu untuk menyesuaikan perilaku mereka sesuai dengan norma-norma dan harapan masyarakat.

Pengendalian diri membantu individu untuk menahan dorongan, merespons situasi dengan bijaksana, dan mempertahankan hubungan sosial yang sehat. Namun, dalam beberapa kondisi, individu dapat mengalami penurunan kontrol atau hambatan terhadap perilaku mereka, yang dikenal dengan istilah *disinhibisi*. Sedangkan, *online disinhibition effect* yaitu kegagalan individu untuk mengontrol tingkah lakunya di Internet (Voggeser, Singh, & Göritz, 2018). Individu sering kali bertingkah tidak seperti di dunia nyata ketika sedang aktif di dunia maya. Mereka seperti mengekspresikan diri mereka ketika terhubung dengan dunia maya dan tidak tertahan oleh aturan-aturan di dunia nyata. Meskipun begitu, sebetulnya hal tersebut bukanlah diri mereka, tetapi bagian dari diri jati mereka.

*Online disinhibition effect* juga merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan penurunan pengendalian psikologis, yang sering berfungsi untuk mengatur perilaku di lingkungan sosial *online*. Hal ini tercermin dalam hambatan perilaku yang berkurang, rendahnya penghormatan terhadap batasan perilaku saat berada di dunia maya, dan dapat diekspresikan dalam berbagai perilaku interpersonal *online* yang bisa positif atau negatif (Suler, 2004). Sejumlah faktor yang berpengaruh terhadap *disinhibition effect* termasuk anonimitas, *invisibility*, dan *asynchronicity*. Saat komunikasi di media sosial, orang-orang mengungkapkan lebih banyak informasi pribadi tentang diri mereka dibandingkan dengan komunikasi *face to face* (tatap muka). Faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut adalah anonimitas (yaitu mengurangi *self-awareness* kepada publik) dan meningkatkan *private self-awareness*. Suler (2004) mengungkapkan bahwa *disinhibition effect* memiliki dua dimensi, yaitu:

1. *Benign disinhibition* meliputi keterbukaan, kebaikan, dan kemurahan hati. Contoh: individu belum tentu mampu memulai diri percakapan di kehidupan nyata dan berusaha menguasai diri, tapi di dunia maya siapa saja dapat nyaman berbagai emosi melalui kata-kata.

2. *Toxic disinhibition online effect* adalah perilaku negatif yang merupakan manifestasi perilaku agresif seseorang, yang ditampilkan ketika seseorang dalam keadaan *online*. Jenis perilaku ini seperti perilaku tidak sopan, komentar pedas, keterbukaan diri yang berlebihan, *toxic disinhibition* merupakan fenomena dari *online flaming* dan perilaku ekspresi emosi, yang sering melibatkan menyakiti orang lain atau bahkan citra dirinya sendiri tanpa perkembangan pribadi yang menguntungkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi *online disinhibition effect*:

1. *Dissociative anonymity*: Kesempatan yang dirasakan individu akan penyembunyian atau perubahan identitas asli mereka dan pemisahan tindakan dunia maya dengan dunia nyata.
2. *Invisibility*: Kondisi di mana individu merasa dirinya tidak dapat dilihat orang lain secara fisik atau tidak adanya tatap muka ketika berada di dunia maya
3. *Asynchronicity*: Cara komunikasi di dunia maya yang memungkinkan tertundanya respons dikarenakan adanya distorsi waktu, sehingga komunikasi tidak harus langsung terjadi.
4. *Solipsistic introjection*: Ketika sedang berkomunikasi di dunia maya, individu menggambarkan suara atau gambaran akan orang tersebut dalam imajinasinya
5. *Dissociative imagination*: Anggapan bahwa lingkungan online merupakan dunia maya yang tidak ada hubungannya dengan dunia nyata.
6. *Minimization of status and authority*: Kondisi di mana individu merasa bahwa di dunia maya tidak ada atau berkurangnya pengaruh status dan otoritas yang ada di dunia nyata.

Interaksi sosial manusia akan selalu diatur oleh aturan dan norma yang bertujuan untuk mengatur sikap dan perilaku ketika menentukan cara seseorang bertindak tersebut dapat diterima atau

tidaknya di lingkungan sosialnya (Stuart, 2021; Litt & Stock, 2011; Rimal & Real, 2005). Dengan kata lain, ketika ingin bertindak memang dibatasi dan batasan ini dapat menjadi suatu hambatan bagi diri seseorang. Sebab, telah disampaikan dalam kalimat tersebut bahwa sikap dan perilaku diatur dalam aturan dan norma-norma tertentu. Namun, saat seseorang menggunakan media internet yakni media sosial seseorang dapat berubah. Perubahannya adalah sulit mengendalikan perilaku menggunakan media sosial. Kondisi ini cenderung mengakibatkan individu mengalami disinhibisi *online*.

Kemudian, membahas *toxic disinhibition effect* yang dapat mempengaruhi perilaku buruk terhadap seseorang yang salah dalam menggunakan media sosial, sebagai berikut:

1. *Cyberbullying*
2. Meningkatnya Konflik Sosial
3. *Cyberstalking*
4. *Fake News*
5. Akun anonim

Dari lima *toxic disinhibition effect* apabila dikaitkan dengan kasus terkini bisa terlihat yaitu Fuji, di mana Fuji tidak henti-hentinya mendapat komentar pedas dari *netizen* bahkan bukan atas kesalahan atas dirinya sendiri. Kebanyakan akun-akun tersebut menggunakan identitas palsu atau anonim, sebab merasa bahwa tidak ada yang mengenali dan merasa aman ketika berkomentar jahat. Lalu pada pembahasan berikut, membahas tentang *benign disinhibition effect* salah satu aspek ODE, menggambarkan manifestasi positif dari fenomena ini, di mana orang merasa lebih bebas untuk mengungkapkan diri, membangun koneksi, dan terlibat dalam perilaku pro-sosial.

Beberapa tujuan dari jalannya kampanye ini yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran dan mengedukasi masyarakat tentang perbedaan perilaku dan kepribadian dalam diri yang ditunjukkan dalam dunia nyata dan dunia maya.
2. Menginspirasi individu untuk menunjukkan kepribadian yang lebih konsisten dan autentik di kedua dunia.

3. Membantu individu dalam memahami dampak dari perbedaan perilaku *interpersonal* yang ditunjukkan.

Mengetahui dampak disinhibisi dapat memengaruhi berbagai aspek maka, secara teoritis manfaat yang bisa disampaikan ialah:

1. Perilaku Adaptif vs. Simulasi: Di dunia nyata, perilaku sering kali merupakan respons langsung terhadap situasi fisik dan sosial yang nyata. Di dunia maya, perilaku sering kali merupakan simulasi dari respons yang mungkin tidak sama dengan dunia nyata, karena terpengaruh oleh faktor-faktor seperti anonimitas, jarak sosial, atau perasaan aman.
2. Pembentukan Identitas vs. Identitas Digital: Di dunia nyata, identitas seseorang sering kali terbentuk melalui pengalaman dan interaksi yang mendalam dengan orang lain. Di dunia maya, identitas digital sering kali lebih fleksibel dan dapat dirancang ulang sesuai keinginan individu atau kebutuhan saat itu.
3. Kepribadian Diri vs. Kepribadian Diprogram: Kepribadian dalam dunia nyata cenderung lebih stabil dan konsisten, karena terbentuk oleh interaksi sosial langsung dan pengalaman hidup yang beragam. Di dunia maya, seseorang dapat memilih untuk memanifestasikan bagian-bagian tertentu dari kepribadian mereka, yang dapat berubah atau tidak mencerminkan keadaan sebenarnya.

Sedangkan, manfaat secara praktisnya adalah:

1. Persepsi dan Representasi Diri: Di dunia maya seperti media sosial, seseorang bisa lebih mudah mengendalikan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Ini dapat mengubah perilaku mereka untuk menyesuaikan dengan citra yang ingin mereka proyeksikan, yang mungkin berbeda dengan perilaku mereka di dunia nyata.
2. Interaksi Sosial: Interaksi di dunia maya sering kali lebih terfokus pada aspek-aspek tertentu dari kepribadian seseorang, seperti penampilan fisik atau ketertarikan tertentu, sementara di dunia nyata interaksi sosial cenderung lebih

holistik dan melibatkan aspek-aspek lain seperti bahasa tubuh dan ekspresi wajah.

3. Kesehatan Mental: Penggunaan yang berlebihan atau interaksi yang intens dengan dunia maya dapat mempengaruhi kesehatan mental seseorang, seperti meningkatkan perasaan cemas atau rendah diri karena perbandingan sosial yang tidak realistis atau kritik yang intens dari orang lain.

### **Kaitan Adiksi Internet Dengan *Online Disinhibition Effect***

Adiksi internet adalah ketergantungan yang berlebihan pada penggunaan internet hingga mengganggu kehidupan sehari-hari, termasuk pekerjaan, hubungan sosial, dan aktivitas fisik. Ini dapat melibatkan berbagai aktivitas *online* seperti media sosial, permainan video, belanja *online*, atau *browsing* tanpa tujuan. Selanjutnya adalah mengaitkan adiksi internet dengan efek disinhibisi ini terhadap kepribadian ganda seseorang, faktanya tidak sedikit saat ini yang menggunakan media internet secara berlebihan, sehingga menimbulkan dampak buruk bagi penggunaanya.

Seperti yang diketahui pengguna internet sekarang ini lebih condong FoMO (*Fear of Missing Out*) terhadap hal-hal baru, akan tetapi dari adiksi internet ini membuat banyak orang yang menggunakan sosial media tidak memiliki etika, contohnya kebanyakan pengguna internet saat ada kasus tertentu atau konten kreator yang mereka tidak suka pasti mereka akan memberikan hujatan, bahkan ada yang sampai melakukan *doxing* secara terang-terangan.

Maka dari itu, sangat berkaitan dengan para pecandu internet saat ini di mana di internet mereka memiliki sisi positif dan negatifnya dalam menggunakan internet. Sebab dalam kecanduan internet ini pun banyak orang yang sebelumnya, jarang interaksi di dunia nyata akan tetapi sekarang aktif berinteraksi dalam dunia maya.

## Implementasi Adiksi Internet Dalam Kampanye

Adiksi internet adalah ketergantungan yang berlebihan pada penggunaan internet hingga mengganggu kehidupan sehari-hari, termasuk pekerjaan, hubungan sosial, dan aktivitas fisik. Ini dapat melibatkan berbagai aktivitas *online* seperti media sosial, permainan video, belanja *online*, atau *browsing* tanpa tujuan.

Dalam penggunaan internet yang berlebihan ini membentuk terjadinya *online disinhibition effect* dimana orang merasa lebih aktif dan mengikuti kehidupan di dunia maya dibandingkan dunia nyata. Adiksi internet ke dalam materi *online disinhibition effect*, dimana penulis melakukan *live* Instagram, membahas perilaku kepribadian ganda seseorang yang berkaitan dengan adiksi internet dalam menggunakan media sosial, kelompok kami juga melakukan penyampaian materi, Q&A, dan ditambah adanya *study case* tentang pengguna internet dan media sosial. Berikut pendapat *audience* dari kegiatan *live streaming* Instagram:

*“Materinya cukup baik untuk anak-anak gen Z, karna sekarang juga kan masanya sudah modern anak-anak zaman sekarang juga udah hampir merasa mengenal internet, materi yang dibawakan tentang kepribadian ganda seseorang dalam media dan dunia maya, terlebih lagi seperti game online itu sangat realistis sama anak-anak zaman sekarang. Kedepannya juga bisa jadi pelajaran untuk anak-anak gen Z agar lebih bisa mengontrol diri dalam penggunaan internet dan media sosial.” – H.*

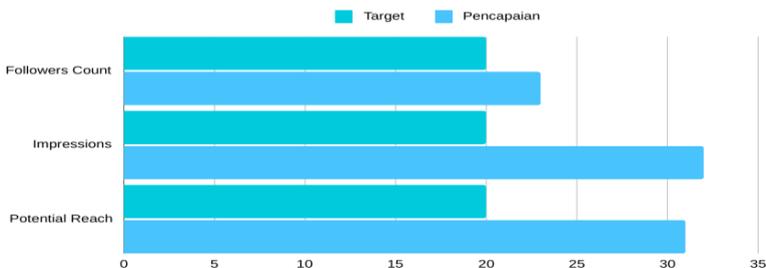
*“Awalnya, saya merasa lebih nyaman berbagi dan berinteraksi secara online. Anonimitas membuat saya lebih terbuka. Namun, karena saya merasa lebih diterima dan bisa menjadi diri sendiri, saya mulai menghabiskan lebih banyak waktu di dunia maya. Akhirnya, saya sadar bahwa saya menjadi kecanduan dan sulit melepaskan diri dari internet” – D.*

“Di awal, internet memberi saya ruang untuk mengekspresikan diri dengan cara yang tidak bisa saya lakukan di kehidupan nyata. Namun, rasa nyaman ini membuat saya semakin bergantung pada dunia maya. Saya mulai menghindari interaksi sosial langsung dan lebih memilih menghabiskan waktu online, hingga saya menyadari bahwa saya sudah kecanduan dan mulai kehilangan kendali atas waktu saya” - A.

## ***Pemenuhan Key Performance Indicators***

### 1. *KPI Reach*

Target awal dalam *KPI Reach* yaitu 20 pengikut untuk *followers* Instagram dan 20 penonton dalam tayangan *live* instagram, serta 20 total potensi kunjungan. Untuk total target yang telah kami hasilkan yaitu untuk *followers* mencapai 23 pengikut dan 30 lebih penonton yang turut serta dalam *live* yang kami lakukan dan 31 total potensi kunjungan yang didapat. Dalam memenuhi *KPI Reach*, seluruh indikator telah memenuhi 90% dari target yang telah ditentukan.



Gambar 1. Pencapaian *KPI Reach*

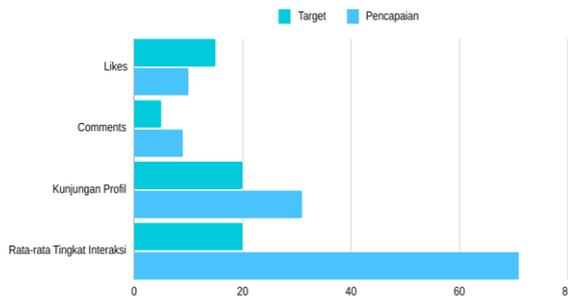
Sumber: Olahan Penulis

Untuk mencapai target *KPI Reach* yang telah ditentukan, strategi yang digunakan yaitu menyebarkan *link* akun Instagram kepada teman-teman serta mengajak langsung

orang-orang terdekat dan lingkungan untuk turut serta dalam kegiatan kampanye ini.

## 2. KPI Interaksi Media Sosial

Target awal dari KPI Interaksi Media Sosial kampanye ini yaitu 15 *total likes* di setiap konten dan 5 *comments* di setiap konten serta 20 kunjungan profil dan rata-rata tingkat interaksi. Untuk total pencapaian, target tidak semua bagian terpenuhi yaitu total *like* hanya mencapai rata-rata 10, *comments* pada saat melakukan *live* terdapat 9 interaksi setiap minggunya namun untuk *postingan* tidak ada, selanjutnya untuk kunjungan profil mencapai total 31 dan rata-rata interaksi yaitu 71.



Gambar 2. Pencapaian KPI Interaksi Media Sosial  
Sumber: Olahan Penulis

Untuk mencapai target KPI interaksi media sosial yang telah ditentukan, strategi yang digunakan yaitu menyebarkan *link postingan* melalui media sosial tim kepada teman-teman serta mengajak langsung orang-orang terdekat dan lingkungan untuk turut serta dalam kegiatan kampanye ini.

## 3. KPI Kepuasan *Audience*

Berikut komentar *audience* dari program kampanye yang telah dilakukan:

Tabel 1. Komentar Kepuasan *Audience*  
Sumber: Olahan Penulis

<i>Audience</i>	Komentar
A	<p><i>Saya menemukan bahwa di chat room, saya bisa lebih ekspresif dan humoris dibandingkan dalam interaksi langsung, saya merasa lebih nyaman berbagi pengalaman pribadi saya yang mungkin tidak akan saya ungkapkan dalam percakapan tatap muka. Rasanya seperti ada dinding pelindung yang memungkinkan saya untuk lebih jujur dan terbuka. Namun kadang-kadang saya juga melihat diri saya menjadi lebih mudah marah dan berkata kasar ketika berdebat tentang topik yang kontroversial.</i></p>
H	<p><i>Di media sosial, saya pernah mengatakan hal-hal yang sebenarnya tidak saya maksudkan karena merasa anonim. Kemudian, saya menyesalinya ketika menyadari bahwa kata-kata saya telah menyakiti orang lain. Anonimitas itu membuat saya lupa akan tanggung jawab sosial.</i></p>
D	<p><i>Ketika berkomunikasi melalui pesan teks, saya tidak perlu khawatir tentang ekspresi wajah atau bahasa tubuh. Ini membuat saya lebih nyaman berbagi cerita pribadi yang mungkin tidak saya bagikan dalam percakapan tatap muka. Berinteraksi di media sosial membuat saya merasa seperti berada di dunia lain. Saya bisa menjadi diri saya sendiri tanpa merasa dihakimi oleh orang-orang di sekitar saya</i></p>

Hasil dari *review* komentar kepuasan *audience*, dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui kegiatan kampanye ini peserta menyadari pemanfaatan anonimitas, tapi belum bertanggung jawab atas perilaku mereka.

#### 4. KPI Live Instagram

Kampanye ini melakukan kegiatan *live* instagram sebanyak 3 kali dan pembuatan konten *feeds* Instagram untuk melakukan interaksi atau pendekatan kepada para target serta untuk penyampaian materi yang dibawakan. Selama melakukan *live*, kampanye ini memiliki target-target yang sudah ditentukan sehingga adanya strategi yang dilakukan untuk menarik *audiens* di Instagram. Meskipun target selama kegiatan *live* tidak tercapai selama 100%, namun yang dihasilkan sudah mendekati dari target yang ditentukan.

*“Materinya sangat menarik dan relevan. Saya jadi mengerti mengapa orang-orang, termasuk saya, cenderung lebih terbuka saat didunia maya dibandingkan di dunia nyata” – Di.*

*“Saya baru saja menonton Live Instagram dualisma persona yang membahas online disinhibition effect dan itu sangat menarik! Saya senang mendapatkan lebih banyak informasi tentang fenomena ini dan bagaimana hal itu dapat mempengaruhi perilaku saya di internet” – De.*

*“Saya sangat senang menonton live Instagram dualisma persona yang membahas tentang dampak negatif dari online disinhibition effect! Saya jadi belajar banyak tentang hal, dan saya bahkan bertukar cerita dalam beberapa diskusi yang menarik dengan orang lain saat join ke live instagram dualisma persona” – Bo.*

## Kesimpulan

Adanya kegiatan yang mengangkat tema *online disinhibition effect* ini, menjadi ladang informasi yang sangat penting untuk lingkungan sekitar dan orang lain. Meskipun kampanye ini baru berjalan, namun sudah bisa menarik perhatian dari orang-orang. Mengikuti rangkaian kegiatan kampanye ini juga menambahkan pengetahuan terhadap orang lain dan memberikan gambaran lebih jelas mengenai dampak-dampak yang dihasilkan oleh ODE. Kegiatan ini juga mengajak orang-orang agar lebih paham lagi bagaimana perilaku diri sendiri dan orang lain ketika di sosial media dan dunia nyata. Secara keseluruhan, efek disinhibisi *online* memfasilitasi kondisi di mana adiksi internet dapat berkembang dan berlanjut, terutama karena pengurangan hambatan sosial, anonimitas, dan ketiadaan konsekuensi langsung.

Sebagai sesama pengguna internet dan media sosial, lebih baik kita saling mengingatkan untuk menjaga etika dan mengontrol diri terhadap penggunaan internet agar tidak selalu ketergantungan dengan internet.

## Daftar Pustaka

- Kusumo, P., & Jatmika, D. (2020). Adiksi internet dan keterampilan komunikasi interpersonal pada remaja. *Psibernetika*, 13(1).
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2015). The benign online disinhibition effect: Could situational factors induce self-disclosure and prosocial behaviors?. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 9(2).
- Mardani, A. (2013). Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas: Perubahan Perilaku Konsumsi dan Kontestasi Tanda di Dunia Maya. *Jurnal Sosiologi*.
- Prasetya, A., Retnasary, M., & Azhar, D. A. (2022). Pola perilaku bermedia sosial netizen Indonesia menyikapi pemberitaan viral di media sosial. *Journal of Digital Communication and Design (JDCODE)*, 1(1), 1-12.

- Sari, B. A. K. (2024). Dampak Toxic Disinhibition Behavior Dalam Penggunaan Fitur Pesan Anonim (Ngl Link) Di Media Sosial Instagram Terhadap Social Performance Dan Self Esteem Pada Remaja (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Stuart, Jaimee, Riley Scott. (2021). The Measure of Online Disinhibition (MOD): Assessing perceptions of reductions in restraint in the online environment. *Computers in Human Behavior*, 114. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106534>
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & behavior*, 7(3), 321-326.