

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Makhluk sosial yang membutuhkan sesamanya untuk hidup berdampingan satu dengan yang lainnya adalah manusia. Manusia bisa bertahan hidup salah satu caranya dengan berkomunikasi dengan antar sesama. Di zaman yang sangat modern ini komunikasi bisa terjadi kapan saja dan dimana saja.

Internet merupakan sebuah teknologi baru yang dikembangkan agar individu satu dengan yang lainnya dapat saling berkomunikasi. Internet merupakan sebuah kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat modern ini, terutama di Indonesia (Sahin, 2017, h.123). Pengguna internet berdasarkan APJII pada tahun 2020 mencapai 175.4 juta.

Jaringan internet saat ini sangat memudahkan pengguna untuk mengakses media sosial. Media sosial merupakan sebuah situs jejaring sosial yang memberikan sebuah pengoperasian internet yang digunakan dengan menggunakan situs-situs yang berbentuk media (Mulawarman dan Nurfitri, 2017, h.15).

Media sosial merupakan sebuah ekspresi yang digunakan oleh individu dalam mencapai sebuah ekspresi yang dilakukan. Media sosial memberikan sebuah ruang privasi yang dimiliki oleh para individu dengan media sosial yang dimiliki. Media sosial merupakan sebuah media sosial yang diminati oleh orang banyak dengan *platform* yang sangat besar dengan 59% pada pengguna Instagram (Jackson, 2017,h.3).

Orang yang secara pasif mengikuti pengguna di media *daring*, mengalami adanya perbandingan sosial serta perasaan iri, hal ini menurunkan kepuasan mereka terhadap hidup (Hawi dan Samaha, 2016, h.3). Semakin tinggi tingkat kecanduan partisipan terhadap media sosial, semakin rendah tingkat kepuasan hidup mereka. Pengguna Instagram ingin pengikutnya melihat sisi terbaiknya. Hal ini akhirnya menimbulkan tekanan untuk selalu terlihat ideal dan sempurna di Instagram yang akan berdampak pada kepuasan hidup.”



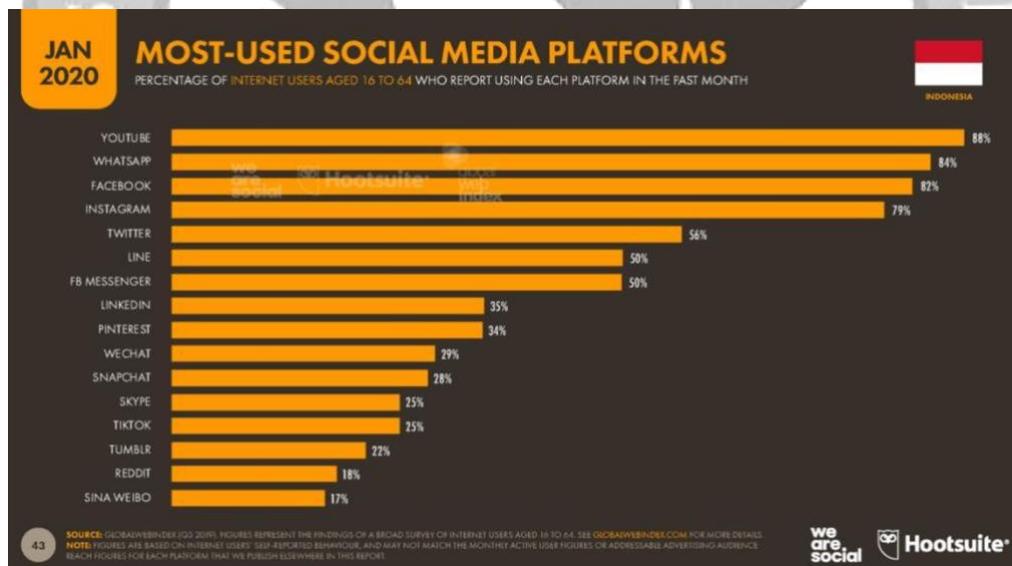
Gambar 1.1. Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2020

Berdasarkan gambar di atas penelitian dari *we are social* dalam Instagram *audience overview*, bisa dilihat bahwa jumlah pengguna Instagram dibulan januari 2020 sebanyak 63juta jiwa dan lebih didominasi oleh kaum perempuan namun tidak jauh berbeda dengan laki-laki.

Menurut Crowdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal menemukan bahwa dari penelitian yang melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun menunjukkan jumlah waktu yang dihabiskan penonton untuk mengakses internet

dan media sosial mencapai 6 jam 46 menit per hari, melampaui aktivitas mengakses media lainnya. Walaupun hanya dapat digunakan secara terbatas bahwa ini adalah perilaku seluruh khalayak di dunia, namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media tradisional tidak lagi menjadi media dominan yang diakses khalayak. Kebutuhan untuk menjalin hubungan sosial di internet menjadi alasan utama orang mengakses media. Kondisi ini tidak bisa diperoleh ketika masyarakat mengakses media tradisional (Mulawarman dan Nurfitri, 2017,h 50).

Instagram pernah menduduki pengguna media sosial terpopuler kedua setelah facebook, kini Instagram tidak lagi menduduki posisi kedua. Menurut data yang dilansir dari *we are social* pada januari 2020 instagram kini telah menduduki posisi keempat terpopuler di Indonesia dengan jumlah 79% dari jumlah populasi yang ada.



Gambar 1.2. Pengguna Sosial Media Terpopuler Januari 2020

Pada umumnya, *user* atau pengguna Instagram yang mempunyai 2 akun terdiri dari akun yang mewakili diri yang sebenarnya dan menampilkan image ideal yang ia ingin bangun di mata masyarakat. Jadi orang memiliki *second account* sebagai

upaya untuk mengekspresikan dirinya. Biasanya akun yang mendeskripsikan dirinya sendiri, maka pengguna akun akan lebih bebas mengekspresikan dirinya sendiri apa adanya, sedangkan akun yang lebih ingin menjaga image atau citra di mata masyarakat akan lebih memilih foto bagus-bagus saja dan lebih banyak *likes*. Hal ini menjadi fenomena kepemilikan *multiple account* di kalangan remaja saat ini sehingga menarik untuk diteliti (Dewi dan Janitra, 2018, h 342).

*Second account* ini sebagai identitas yang sama sehingga antara pemilik *first account* dan *second account* adalah orang yang sama tetapi memiliki *followers* yang berbeda dalam foto-foto yang diupload. Motif penggunaan *second account* Instagram tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan hidup. Hal ini diikuti oleh analisis pada masing-masing indikator yang memiliki hasil berbeda-beda, terdapat empat indikator yang memiliki pengaruh positif lemah terhadap kepuasan hidup, dua indikator memiliki pengaruh negatif lemah terhadap kepuasan hidup, serta indikator yang tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan hidup (Rahma, 2020, h 2).

Menurut Maulana (Maulana, 2009, h. 81) Perilaku adalah “Perilaku seseorang dapat berubah jika terjadi ketidakseimbangan antara dua kekuatan di dalam diri seseorang”. Perilaku yang dimaksud Maulana ialah perbuatan seseorang jika terjadi ketidakseimbangan

## 1.2. Identifikasi Masalah

Hampir seluruh mahasiswa memiliki akun Instagram, pengguna Instagram bisa saja mengekspresikan dirinya sendiri apa adanya dan dilain pihak juga menjaga

*image* nya kepada publik sehingga hal ini memicu munculnya *second account* di Instagram.

Dion (2016, h.1) menyebutkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara peningkatan perasaan iri dengan menurunnya kepuasan hidup dan kepercayaan diri bagi orang yang menggunakan media sosial. Maka dari itu karena adanya peningkatan perasaan iri dan menurunnya kepuasan hidup seseorang bisa membuat akun kedua untuk mengekspresikan apa yang mereka rasakan agar lebih percaya diri.

Instagram sangat mudah dijangkau dan juga sangat mudah untuk mengakses hanya dengan mempunyai *email* hanya dengan membuat *email* baru sudah bisa membuat *account* Instagram. Biasanya seseorang memiliki *second account* adalah sebagai ajang untuk mengekspresikan diri.

Perilaku pengguna *second account* menjadikan akun tersebut tempat mereka berkreasi ataupun melakukan aktifitas apa saja yang dapat memuaskan kepuasan hidup karena di main account adanya rasa kekecewaan dalam memungkah.

Sekarang ini di Instagram (IG) sering sekali ditemui akun-akun anonim dengan *username* yang unik, biasanya akun tersebut adalah *second account* seseorang. Dalam penggunaannya *second account* ternyata marak sekali digunakan oleh individu milenial ini, *second account* dilakukan untuk *spam*. *Spam* merupakan sebuah status yang digunakan oleh anak milenial dalam mengungkapkan apa yang sedang dirasakan.

Subjek dalam penelitian ini ada 3 yaitu @jeromepolinrubyjanerenebaebae, @crunchbelly, @pecintababii. Peneliti memilih subjek penelitian ini lebih sering mengunggah kehidupannya di *second account* daripada di akun pertamanya.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Bagaimana pengungkapan diri pengguna *second account* Instagram di kalangan mahasiswa?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui pengungkapan diri pengguna *second account* Instagram.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu :

#### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya di bidang kajian terhadap penggunaan media sosial.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian dapat memperluas pengetahuan pembaca, dan manfaat untuk masyarakat agar lebih *aware* dalam memahami penggunaan *second account*.

## 1.6. Batasan Penelitian

Untuk membatasi ruang lingkup masalah pada penelitian ini supaya tidak terlalu kompleks atau tidak terlalu luas, maka penelitian ini perlu dilakukan pembatasan penelitian. Hal ini juga bertujuan supaya masalah dan fokusnya lebih lebih terarah dan tersistematis untuk menjawab masalah yang ada. Beberapa

batasan masalah dalam penelitian ini adalah ruang lingkup hanya meliputi informasi seputar perilaku *second account* pengguna Instagram. Pada penelitian ini menggunakan 3 subjek yang memiliki *second account*, yaitu mahasiswa karena hampir seluruh mahasiswa memiliki Instagram dan memiliki akun kedua.

Subjek Penelitian pertama bernama Arnold, subjek kedua Vivian Lie, subjek ketiga Viven. Alasan peneliti memilih mereka menjadi subjek penelitian adalah peneliti melihat bahwa mereka lebih aktif di *second account* daripada di *main account*, selain itu keempat subjek tersebut memiliki lebih dari 700 pengikut dan merupakan mahasiswa yang aktif kehidupan sosialnya di Instagram terutama di *second account*.

## 1.7. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca memahami isi dari skripsi ini, maka disusun dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

### **BAB II OBJEK PENELITIAN**

Meliputi landasan teori, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### **BAB III TINJAUAN PUSTAKA**

Menjelaskan mengenai konsep konsep dasar sebagai acuan dalam pemahaman untuk menganalisis permasalahan penelitian

### **BAB IV METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian ini penjelasan tentang metode yang digunakan dalam penelitian ini. Seperti sumber data, Teknik pengumpulan data, unit analisis, keabsahan data dan analisis .

### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti.

### **BAB VI PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian penutup dari skripsi ini, yang menyajikan kesimpulan-kesimpulan serta saran-saran yang relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

