

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, teknologi semakin mengalami kemajuan pesat, dan tak dipungkiri kehadiran internet menjadi semakin penting dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam bersosialisasi, persekolahan, bisnis, serta lain sebagainya. Jelas bahwasanya media sosial berdampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Seseorang yang memulai dari hal kecil bisa menjadi sukses di media sosial, begitu pula sebaliknya. Bagi masyarakat, terutama di kalangan remaja, media sosial telah menjadi candu yang menyebabkan penggunanya tak bisa melewati hari tanpa menggunakannya.

Aktivitas kita terhubung dengan teknologi utama Internet merupakan salah satu perkembangan teknologi yang saat ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia karena perkembangannya yang begitu pesat.

Menurut laporan yang diterbitkan oleh We Are Social hari ini, jumlah pengguna internet di dunia, termasuk Indonesia, mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya, dengan jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan akan mencapai 212,9 juta pada Januari 2023. Ini berarti sekitar 77% penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Pada Januari 2023, jumlah pengguna internet 3,85% lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 205 juta pada Januari 2022.

Karena pesatnya kemajuan teknologi informasi, internet telah menjadi media komunikasi yang paling penting di dunia. Karena jangkauan jaringan yang luas dan cepat di berbagai wilayah, masyarakat umum (pengguna internet) dapat dengan mudah mengakses informasi di dunia maya. (tempat terpencil). Meningkatnya jumlah pengguna internet di seluruh dunia telah menciptakan masyarakat virtual, sebuah peradaban yang tidak mengenal waktu dan tempat (batas wilayah) dan dapat berkomunikasi dengan orang-orang dari seluruh dunia. Internet telah berkembang menjadi saluran untuk pengetahuan dan komunikasi warga. (Arafah & Hasyim, 2019)

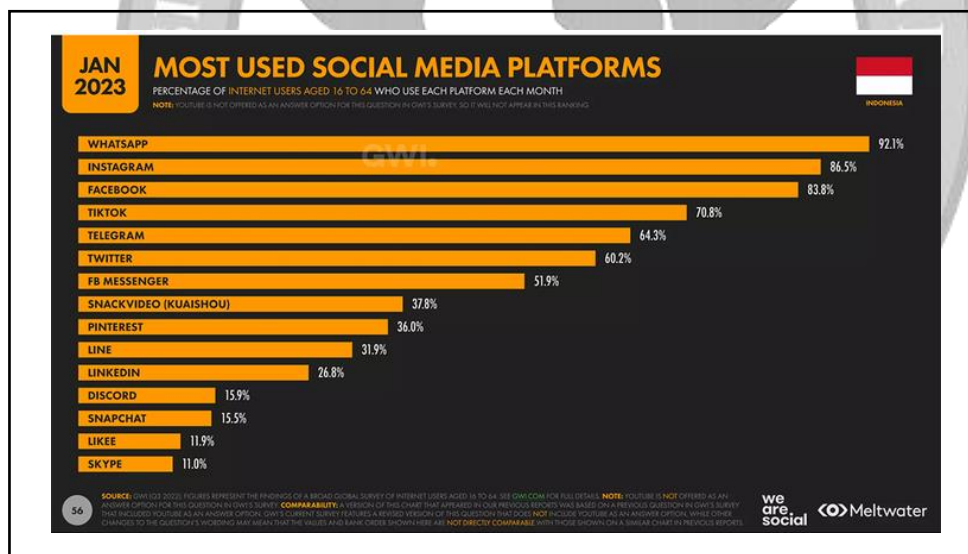
Perkembangan media sosial merupakan salah satu contoh bagaimana teknologi yang semakin berkembang dan modern termasuk dalam teknologi globalisasi menghasilkan berbagai kemudahan dalam komunikasi sosial.

Media sosial, seperti namanya, digerakkan oleh interaksi sosial di sekitar konten yang disediakan oleh layanan online. Jejaring sosial, misalnya, memudahkan individu untuk terhubung satu sama lain dan berbagi gambar dan multimedia, artikel berita, konten Web, dan berbagai informasi lainnya. Dalam skenario penggunaan yang paling umum dari layanan ini, orang membuka Facebook untuk mendapatkan informasi terbaru tentang teman, kerabat, dan kenalan mereka, dan untuk berbagi sesuatu tentang kehidupan mereka dengan mereka. Sebagai contoh, di Twitter, karena hubungan mengikuti tidak harus dibalas, pengguna dapat mengetahui apa yang dipikirkan, dibagikan, atau dikomunikasikan oleh pengguna lain. Meskipun koneksi di antara para pengguna bisa saja ada, tujuannya adalah

untuk membuat penemuan konten dapat dikelola oleh para pengguna dan membuat pembuatan konten . (Szabo et al., 2019 h.16)

Sosial adalah metode yang efektif dan efisien untuk mengkomunikasikan informasi kepada banyak orang . Media sosial sebagai media dengan dinamika sosial yang kuat dan kemampuan untuk terhubung dengan orang-orang dari semua lapisan masyarakat (Rahadi, 2017)

Penggunaan media sosial di Indonesia saat ini makin meningkat. Artikel Databoks berjudul We Are Social menyebutkan bahwa, terdapat 10 media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia pada tahun 2023 . Media-media sosial tersebut adalah WhatsApp, Instagram, TikTok, FaceBook, SnackVideo, Telegram, Pinterest, Discord, FB Messenger.



Gambar 1.1 Sosial media yang paling banyak di gunakan di Indonesia 2023

Komunikasi online dan interaksi jarak jauh dimungkinkan oleh media sosial. Media sosial kini sedang mengalami perkembangan pesat, dan berbagai aplikasi media sosial bisa dipergunakan untuk melakukan komunikasi. Dalam masyarakat

sekarang ini, komunikasi dapat terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Aplikasi media sosial sering digunakan sebagai alat komunikasi.

(Permana & Sutedja, 2021)

Media sosial memiliki peranan penting sebagai serana dalam pengekspresian diri untuk para penggunanya selain itu juga mengundang siapa pun yang berkepentingan supaya berpartisipasi dengan memberi umpan balik terbuka, berkomentar, dan berbagi informasi secara cepat dan tanpa batas. Tidak diragukan lagi, media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap eksistensi seseorang (Putri et al., 2016) .

Aplikasi Instagram menjadi salah satu media yang populer di Indonesia. Ini terlihat dari jumlah pengguna Instagram di Indonesia yang mencapai ratusan juta orang.

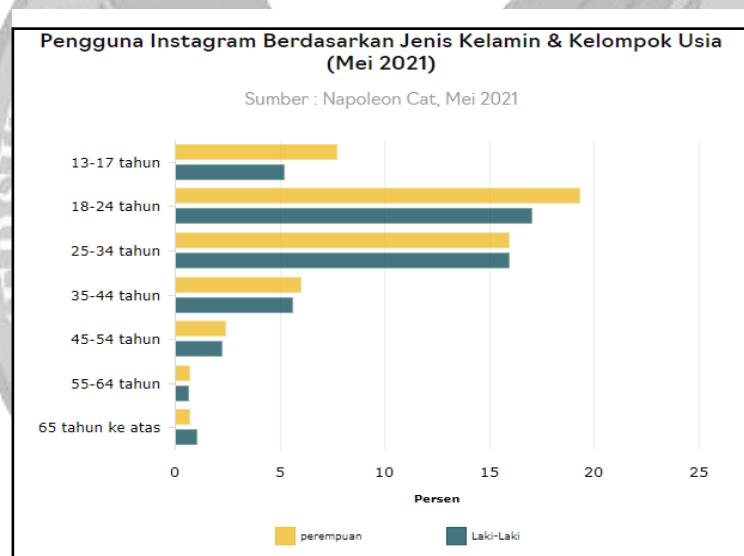


Gambar 1.2 jumlah pengguna Instagram di Indonesia 2018-2023

Menurut data Napoleon Cat, ada 106,72 juta pengguna Instagram di Indonesia sampai Februari 2023. Jumlah tersebut mengalami peningkatan 12,9% dibanding bulan sebelumnya dengan jumlah 94,54 juta pengguna.

Pengguna media sosial dapat dengan bebas berkomentar dan menyalurkan pandangannya, tidak ada batasan tempat atau waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka inginkan. (Ferlitasari, 2018)

Menurut statistik yang diunggah oleh Napoleon Cat pada Mei 2021, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia berusia antara 18 hingga 24 tahun, menyiratkan bahwa Generasi Z atau pelajar mendominasi.



Gambar 1.3 pengguna Instagram berdasarkan jenis kelamin dan kelompok usia
Sumber : Napoleon Cat 2021

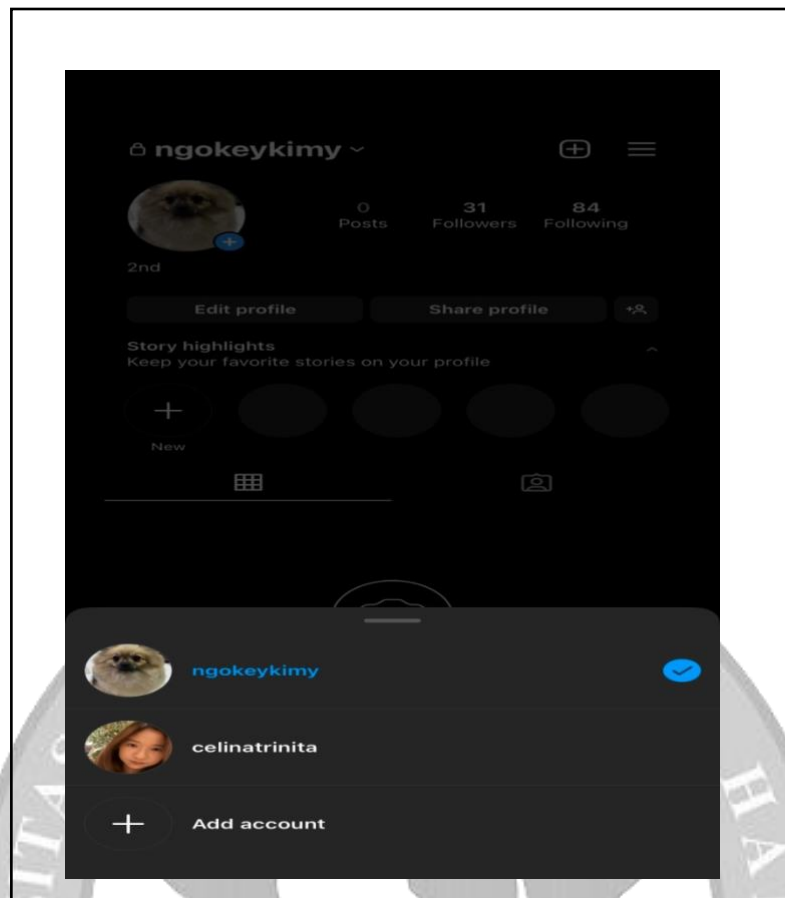
Instagram diluncurkan pada Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram menjadi semakin populer karena betapa mudahnya merekam momen menggunakan berbagai fitur fotografinya. Selain itu, fitur Instagram memungkinkan penggunanya untuk memposting foto serta video yang bisa diedit, serta komentar pada foto dan video. mengobrol, membuat cerita Instagram,

panggilan video, dan IGTV dan membuat Reel. Instagram juga memungkinkan Anda untuk berkomunikasi dengan pengguna lain dan meninggalkan komentar.. (Vitri et al., n.d.)

Instagram juga dapat mengakses segala aktivitas melalui Instagram story, di mana aktivitas misalnya foto ataupun video dapat dilihat dalam batas waktu 24 jam, dan kita juga dapat membagikan foto ataupun video apapun yang diinginkan di Instagram tanpa ada batasan waktu.

Akan karena itu, para pengguna Instagram berusaha untuk membuat akun atau feednya semenarik mungkin, agar para pengguna Instagram lain atau pengikutnya menjadi tertarik dan mengajak banyak pengguna Instagram lainnya untuk mengunjungi profil dan mengikuti akun Instagram tersebut. Pengguna media sosial di Instagram akan membangun dan mengatur bagaimana mereka ingin menampilkan dan berbicara tentang diri mereka di Instagram, baik melalui akun mereka sendiri atau akun utama pemilik.

Instagram memiliki fungsi yang disebut "*multiple account*" yang memungkinkan pengguna memiliki lebih dari satu akun di aplikasi yang sama tanpa harus masuk dan keluar setiap saat. Pengguna yang mempunyai lebih dari satu akun Instagram, yang sering disebut *second account*, akan merasakan fungsi ini sangat membantu.



Gambar 1.4 fitur “multiple account” Instagram
Sumber : Instagram

Saat ini banyak fenomena di Instagram dimana pengguna media sosial Instagram membuat akun kedua. Akun kedua biasanya memiliki nama pengguna yang berbeda dari akun pertamanya , jumlah aku yang di following juga lebih sedikit , dan akunya juga biasa bersifat pribadi atau diprivate . (Astuti, 2020)

Trend membuka akun kedua, yang sering diinginkan oleh generasi Z. Karena tuntutan zaman yang membuat Instagram menjadi sebuah kebutuhan, memiliki Instagram kini telah menjadi gaya hidup remaja. Selain itu, akun kedua Instagram dapat berfungsi sebagai platform untuk mengekspresikan diri, yang membantu remaja merasa lebih nyaman saat berinteraksi dengan pengguna platform media sosial lainnya. (Irawan, 2017)

Akun Kedua adalah fenomena yang terjadi ketika seseorang memiliki banyak akun. Karena itu, banyak orang membuka akun kedua. Dengan adanya akun kedua, berarti konten dari satu akun dengan akun lainnya berbeda, begitu juga dengan audiens atau pengikut dari masing-masing akun.

Akun kedua di Instagram ialah hal baru yang banyak dilakukan oleh pengguna Instagram dengan tujuan tertentu. Keberadaan akun kedua dapat menunjukkan hal yang tidak sama di luar dugaan kita. Tak sedikit hal baru yang ditunjukkan seseorang lewat *second account* mereka. Emosi serta pikiran yang mereka tuangkan lebih bebas dikarenakan pengikut pada *second account* tersebut dibatasi, dan umumnya pengikut di dalamnya ialah orang yang dapat dipercayai. Oleh karena itu mereka tidak takut menunjukkan emosi serta pikirannya dikarenakan mereka saling memercayai, namun tak dipungkiri apabila hasil dari orang lain akan sama dengan (Prihantoro et al., 2020a).

Akun kedua selanjutnya menjadi salah satu cara Generasi Z dalam mengekspresikan diri melalui unggahan foto dan video serta berbagi kehidupan pribadi di media sosial secara lebih bebas. Sebab, tidak dipungkiri bahwa *first account* mereka dalam menggunakan Instagram ini juga membawa dampak negatif terhadap kesehatan mental mereka. Penelitian oleh Widowati (2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berkepanjangan dapat menyebabkan depresi, stres, dan masalah kesehatan mental, terutama pada perempuan yang cenderung membandingkan hidupnya dengan orang lain, menyebabkan rasa tidak aman dan *overthinking*. Laporan American Psychiatric Association (APA) menemukan

bahwa 37% Gen Z di AS menerima terapi kesehatan mental, persentase tertinggi dibandingkan generasi lain. Hanya 45% Gen Z yang menyatakan kesehatan mental mereka baik atau sangat baik, angka ini lebih rendah dari generasi sebelumnya (Dihni, 2022). Selain itu, hampir setengah dari Gen Z (45%) merasa dihakimi oleh media sosial, dan 38% melaporkan perasaan buruk tentang diri mereka akibat dari penggunaan media sosial.

Dengan adanya akun kedua, hal ini menjadikan penggunanya dapat meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam memutuskan apa yang perlu dibagikan kepada banyak orang suatu saat nanti, dengan demikian yang dibagikan pada akun utamanya hanya sekadar identitas yang terkemas serta direncanakannya dengan sebaik mungkin supaya *followers* umum melihatnya sesuai seperti yang diinginkannya, tak menunjukkan sisi asli mereka sendiri. Dengan begitu akun utama hanya dijadikan sebagai simbol diri yang telah terkemas sebaik mungkin, atau mendekati sempurna serta indah untuk dilihat . (Prihantoro et al., 2020a)

Melalui akun Instagram kedua, pengguna dapat mengunggah hal-hal yang berbeda dari apa yang mereka unggah di akun pertama. *Second account* umumnya dipergunakan untuk alasan tertentu, serta wanita lebih cenderung mempunyai beberapa akun Instagram kedua daripada pria. Pengguna Instagram umumnya membuat akun terpisah yang lebih rahasia ataupun pribadi untuk menyembunyikan identitas mereka. (Idaman & Kencana, 2021).

Second account umumnya lebih kerap dipergunakan sebab penggunanya lebih bebas menuangkan perasaannya di sana. Di samping itu, mereka tak harus sempurna, serta mayoritas penggunanya merasakan bahwa menggunakan akun

kedua lebih aman. Pengguna yang merupakan teman dekat atau keluarga dari pemilik akun kedua yang lebih sering dimasukan untuk mengikutinya. Karena mereka memposting lebih sering, akun kedua memiliki efek membuat seseorang merasa lebih terisolasi dari orang lain. Pengguna yang memiliki akun kedua lebih sering membagikan artikel di *second account* yang hanya diikuti oleh sekelompok orang tertentu lebih sering daripada di akun utama mereka. (Prihantoro et al., 2020a)

Dengan demikian, hal ini menyiratkan bahwa ada segmentasi konten, dengan beberapa materi dibagikan di akun pertama dan beberapa di akun kedua. Karena akun Instagram kedua pengguna adalah tempat mereka benar-benar menjadi diri mereka sendiri dan tidak terlalu memikirkan video atau foto apa yang akan diunggah. Berbagi hal-hal yang biasa lebih pribadi dengan orang lain yang bisa membuat situasi terasa lebih dekat. Dengan berbagi tanggapan kita terhadap berbagai peristiwa yang kita alami bersama atau apa yang lawan bicara kita katakan atau lakukan (Reskianto, 2019).

Saat ini, sudah menjadi hal yang umum bagi para generasi Z untuk selalu ingin mengunggah aktivitas mereka ke Instagram, sehingga membuat mereka membuat *second account* untuk mengunggah semua aktivitas mereka yang biasanya lebih *private* untuk bisa lebih mengekspresikan diri dengan lebih bebas.

Self-disclosure terjadi ketika seseorang membuka atau menggunakan akun kedua untuk membagikan informasi pribadi yang hanya diketahui oleh kerabat terdekatnya. Self-disclosure ialah tindakan menunjukkan detail mengenai dirinya sendiri yang biasanya dirahasiakan dari orang lain. Self-disclosure adalah berbagi

informasi dengan orang lain yang biasanya kita rahasiakan atau kita komunikasikan secara bebas untuk mempelajari sesuatu yang baru atau untuk mengklarifikasi perasaan seseorang. (DeVito, 2016)

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, fenomena serta alasan pembuatan akun Instagram kedua generasi z dalam hal mengekspresikan diri menjadi fokus penelitian ini.

Self Disclosure dalam komunikasi Interpersonal merupakan salah satu teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. sebuah cara untuk mengungkapkan kepada orang lain informasi mengenai diri kita yang biasanya dirahasiakan dan disimpan. dapat merupakan Informasi mengenai tindakan, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, serta pikiran seseorang yang sesuai serta secara mandiri dapat diungkapkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Media sosial, terutama Instagram, telah menjadi tempat untuk memenuhi standar orang lain, yang membuat orang lebih sulit untuk mengekspresikan diri mereka secara bebas sehingga mereka membuat akun kedua di instagram. Generasi Z, yang tumbuh dalam era media sosial, memiliki tantangan dengan merasa sulit untuk mengekspresikan diri secara bebas di akun utama Instagram karena adanya tekanan untuk memenuhi standar orang lain. Akibatnya, mereka cenderung membuat akun kedua sebagai cara untuk menghindari perasaan terganggu terhadap pandangan orang lain dan lebih leluasa dalam memposting konten secara autentik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini dilakukan atas dasar rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana pengungkapan diri yang dilakukan Generasi Z melalui akun kedua yang dimiliki ?

1.4 Batasan Penelitian

- Informan yang diamati adalah Mahasiswa Generasi Z 20 – 24 tahun
- Generasi Z yang mempunyai Second Account Instagram dan sering menggunakannya untuk Self Disclosure .

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian, sangatlah penting diketahui terkait kemana arah penelitian tersebut, supaya penelitian tersebut jelas serta tak keluar dari jalurnya. Jadi, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: Memahami Generasi Z memiliki akun kedua di Instagram dalam hal pengungkapan diri.

1.6 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan akademis

Diharapkan penelitian ini bisa digunakan untuk penelitian lainnya di bidang ilmu komunikasi untuk bisa dijadikan bahan informasi terkait hal-hal yang berhubungan dengan studi ilmu komunikasi baik bagi akademik ataupun sebagai bahan perbandingan, melaksanakan penelitian lanjutan.

Peneliti juga berharap penelitian ini dapat membantu mereka menemukan cara-cara baru dalam menggunakan teknologi informasi dan konvergensi media untuk memenuhi kebutuhan komunikasi.

2. Kegunaan sosial

Penelitian ini diharapkan bisa membantu dalam mengetahui motif sosial penggunaan akun kedua Instagram di kalangan Generasi Z. Membantu masyarakat dalam memahami media, khususnya penggunaan second account di Instagram.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan penelitian menjadi lima yang akan dijabarkan sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama adalah pendahuluan, berisikan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab II ini berisikan terkait uraian teori serta konsep yang menjadi landasan pemahaman.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab metode penelitian ini peneliti menjelaskan metode penelitian yang dipergunakan pada penelitian. Subbab yang akan peneliti bahas pada bab ini yaitu mengenai sifat dan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan terkait analisis serta pembahasan dari data hasil olahan peneliti sebagai jawaban dari tujuan penelitian

BAB V : SARAN DAN KESIMPULAN

Bab ini berisikan terkait kesimpulan dari hasil pengumpulan data, hasil olah data, analisis, pembahasan dan saran yang diberikan pada pihak perusahaan serta saran untuk penelitian berikutnya.

