BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial yang pesat saat ini membuat masyarakat dihadapkan terhadap banyak pilihan untuk dapat mengakses informasi dan berkomunikasi. Pengguna internet semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan hasil Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonsia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta. Mayoritas pengguna Internet berada di tingkat sarjana atau diploma kemudian diikuti oleh siswa SMA/SMK. (Sumber : https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outloook-2022_857, diakses pada 21 September 2022).

Meningkatnya pengguna internet di Indonesia diikuti dengan meningkatnya pengguna media sosial. Laporan We Are Social, pengguna aktif media sosial mencapai 191 juta pada Januari 2022. Jumlah tersebut meningkat 1235% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya. Media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah Whatsapp dengan presentase mencapai 88,7% kemudian diikuti oleh Instagram dengan presentase 84,8% lalu Facebook sebanyak 81,3%. (Sumber : https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022, diakses pada 21 Januari 2023)

Rata-rata dalam penggunaannya masyarakat Indonesia memanfaatkan media sosial setiap hari menghabiskan waktu 3 jam, 17 menit. dengan berbagai media sosial yang digunakan di Indonesia Instagram berada di peringkat kedua sebagai media sosial terbanyak yang digunakan di Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 99,15 juta jiwa di tahun 2022. (Sumber : https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/, diakses pada 5 Februari 2023).

Menurut Macarthy (2015, p. 191) Instagram adalah aplikasi yang menargetkan kepada orang-orang yang memiliki ketertarikan dengan visual dan Instagram memiliki banyak fitur menenangkan untuk dapat membagikan foto-foto dan video untuk diunggah

dan dapat dinikmati oleh orang-orang. Eksistensi Instagram diperkuat dengan banyaknya fitur-fitur menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya.

Instagram sebagai salah satu media sosial memberikan fasilitas memotret, filter digital, dan dapat mengunggah foto atau video secara instan untuk dibagikan kepada pengguna instagram lainnya. Unggahan berupa foto dan video dapat diberikan *caption* (deskripsi singkat) sebagai bentuk informasi yang dapat dibagikan untuk dapat dilihat pengguna Instagram lainnya. Menurut Cahya dan Yulianto (2018), melalui jurnal pembentukan identitas diri dalam sosial media, Instagram unggul dibandingkan media sosial lain karena Instagram memberikan fitur foto dan video yang dinilai lebih aktif dalam membentuk citra diri dan membangun hubungan timbal balik.

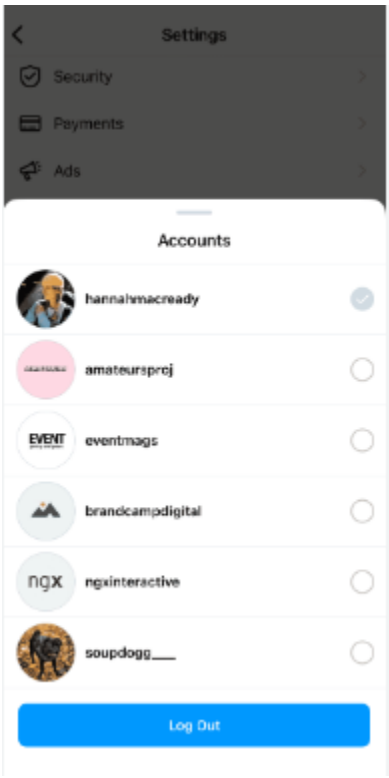
Instagram dapat digunakan untuk membagikan foto dan video sehingga mendorong pengguna untuk mengambil foto sekaligus menerapkan filter agar hasil terlihat lebih sesuai dengan imajinasi pengguna dan dapat dibagikan untuk dilihat oleh followers pengguna. Instagram sebagai media sosial untuk menyampaikan pesan melalui foto dan video dan. Fitur yang ditawarkan oleh Instagram adalah pengguna dapat menambahkan caption atau judul pada konten yang akan diunggah baik foto atau video. Pengguna instagram dapat memberikan tanda "like" dan *comment* satu sama lain antar pengguna Instagram lainnya sebagai tanda *feedback*.

Media sosial saat ini diibaratkan seperti tempat umum. Semua orang dapat mengekspresikan dirinya dengan membentuk citra diri dan mempresentasikan dirinya dengan bebas. Pemilik akun tidak segan untuk mengunggah berbagai kegiatannya kepada para pengikutnya dalam Instagram untuk membentuk identitas diri mereka. Identitas diri merupakan komponen dari konsep diri dimana individu dapat melakukan pendirian konsisten dan memungkinan seseorang dapat berada di posisi yang stabil di lingkungannya (Rawlins, 1993).

Media sosial memiliki tujuan sebagai media untuk kebebasan berekspresi salah satunya adalah Instagram. Instagram menjadi tempat untuk meletakkan momen seperti menampilkan aktivitas keseharian maupun mengenai dirinya sendiri ke dalam bentuk visual yaitu foto dan video. Dari hal tersebut maka muncul rasa ingin terlihat ideal di hadapan followers. Namun dari rasa ingin terlihat ideal seseorang akhirnya merasa ada

tuntutan saat akan mengabadikan momen atau aktivitas di Instagram dan akhirnya memilah mana saja yang seharusnya ditampakkan agar dirinya terlihat dirinya di hadapan orang lain

Fitur multiple account Instagram bermanfaat untuk menciptakan dua akun sekaligus sehingga memudahkan pengguna untuk tidak pindah dengan sign out. Multiple account dibuat dikarenakan Instagram melihat kebutuhan masyarakat akan bisnis online dan kehidupan pribadi yang tidak ingin dicampur. (Sumber : https://www.maxmanroe.com/multiple-account-fitur-baru-instagram-untuk-menjalankan-dua-akun-sekaligus-dengan-mudah.html#:~:text=Sesuai%20dengan%20namanya%2C%20fitur%20multiple,dahulu%20jika%20ingin%20berganti%20akun, diakses pada 5 Februari 2023)



Gambar 1. 1 Multiple Account Instagram

Sumber : https://blog.hootsuite.com/

Sehingga dari fitur itulah saat ini diperluas oleh pengguna untuk lebih menggunakan satu akun untuk keperluan pribadi tanpa memiliki bisnis. Penggunaan second account digunakan sebagai menyalurkan keinginan yang tidak dapat dilakukan

pada first account. Perbedaan penggunaan akun pertama dan kedua adalah pada apa yang ditampilkan. Pada first account menampilkan versi dirinya yang terbaik kepada followers dan akun kedua memperlihatkan versi yang lebih apa adanya. Sehingga pada first account pengguna lebih berhati-hati apakah konten yang diunggah apakah mengganggu orang yang melihatnya atau mendapat komentar negatif dari orang yang melihatnya. Hal ini diperkuat pada survei yang dilakukan oleh HAI dengan melibatkan 300 responden, ditemukan bahwa 46% remaja memiliki second account dan dijaga secara privasi. Survei tersebut memperlihatkan bahwa alasan membuat second account tersebut karena ingin melakukan kegiatan sosial media yang tidak bisa dilakukan di first account, seperti mengikuti hal tidak pantas difollow di first account seperti akun online shop, tidak ingin feed di first account menjadi rusak dari segi estetika. Sehingga hal-hal yang dirasa acak akan diunggah di second account. Hal lain yang dilakukan pada second account adalah untuk mengikuti artis dan orang-orang yang ingin di stalk. (Sumber : https://hai.grid.id/read/07610011/survei-46-remaja-punya-lebih-dari-satu-akun-instagram-pribadi-kebanyakan-nggak-ngungkap-identitas-asli-apa-alasannya?page=all, diakses pada 7 Februari 2023)

Instagram digunakan untuk menghadirkan diri dan menunjukan eksistensi penggunanya (Dewi dan Alnashava, 2018). Maka dari itu apa yang diperihatkan dalam Instagram akan dianggap menjadi sebuah identitas dan konsep diri atas penggunanya. Melalui jurnal yang *berjudul Self Disclosure And Social Media: Motivations,Mechanisms And Psychological Well Being* (Luo & Hancock, 2019), ketika ada keinginan untuk menyampaikan apa yang di dalam pikiran dan perasaan maka akan memicu keinginan untuk mengekspresikan melalui media sosial. Maka dari itu Instagram sebagai media sosial dapat dikatakan dapat menjadi media yang merepresentasi konsep diri seseorang. Apapun yang ditampilkan pada Instagram dapat digunakan sebagai identitas dan bersifat nyata namun dari hal tersebut dapat menjadi peluang kesengajaan seseorang untuk menilai sesuatu yang sangat berbeda pada apa yang terjadi di kehidupan nyata. Gambaran tersebut sejalan dengan konsep yang dilakukan Sherry Turkle 1995 mengenai *konsep diri dan network technology*. Menurut Turkle, konsep diri dapat dikreasikan sesuai dengan keinginan seseorang untuk ditampilkan berbeda melalui sosial media untuk memuaskan diri.

Konsep diri adalah gambaran mengenai dirinya yang dibentuk oleh pengalaman yang didapat dari interaksi orang lain dalam masyarakan melalui komunikasi. George H Mead dalam (Mulyana, 2010: 11). Konsep diri merupakan pandagan siapa diri kita dan hal itu diperoleh melalui informasi yang diberikan orang kepada kita. Melalui komunikasi kita dapat mengetahui diri kita dan merasakan siapa kita. Rakhmat (2007: 99) mengatakan bahwa konsep diri bukan hanya gambaran deskriptif namun juga penilaian terhadap diri sendiri.

Kaitan konsep diri melalui Instagram adalah remaja memiliki kebutuhan untuk diperhatikan dan memperhatikan dan hal tersebut dapat dipenuhi melalui foto atau video yang diunggah melalui Instagram. *Engagement* berupa *like* dan *comment* dari *followers* akan membuat para pengguna Instagram merasa mendapatkan dukungan psikologis dan emosional. Jika mendapatkan feedback "*like*" dan komentar positif dari pengikut instagram lainnya hal tersebut akan membentuk konsep diri pemilik akun Instagram secara positif, karena pemilik akun merasa yakin bahwa dirinya sesuai dengan *feedback* yang diberikan oleh pengikut Instagramnya. Sebaliknya jika mendapat respon yang sedikit maka pemilik akun akan merasa konsep diri yang negatif. Aryaguna (Dalam Setiasih, 2015).

Menunjukkan apa yang diunggah tidak selalui diterima jika diunggah pada *first account* sehingga menjadi ketertarikan untuk membuat *second account* Instagram sehingga pengguna akan lebih menyeleksi siapa saja yang dapat melihat foto atau video yang diunggah secara bebas. Kebebasan pada *second account* tanpa memiliki kekhawatiran membuat *followers* tidak nyaman atau mendapat repon negatif dari mereka karena pemiliki *second account* merasa lebih dekat dengan *followers* secara personal karena siapa yang dapat melihat isi dari postingan lebih terseleksi dibandingkan pada *first account*.

Fenomena *first account* dan *second account* sesuai dengan teori dramaturgi yang dipaparkan oleh Erving Goffman. Dalam teori dramaturgi, interaksi sosial diibaratkan sebagai panggung pentas dengan rangkaian drama di dalamnya. Panggung terbagi menjadi dua yaitu *front stage* dan *back stage.* Panggung *front sta*ge diibaratkan sebagai drama yang ditampilkan dan *back stage* adalah bagian yang tidak diperlihatkan oleh penonton.

Dalam teori dramaturgi Erving Goffman manusia merupakan aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakter pribadi dan tujuan yang disampaikan kepada orang lain. Dalam teori ini manusia dilihat sebagai individu dan masyarakat.

Adanya fenomena ini dianggap bahwa pemiik akun tidak dapat menunjukkan dirinya di *first account* karena adanya kehkhawatiran pada penilaian dari orang lain dan membuat standar citra diri yang ideal. Teori yang dipaparkan oleh Erving Goffman pada tahun 1959 melalui bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life*, menjelaskan bahwa kehidupan individu memiliki seuatu yang disebut panggung depan (*frontstage*) dan panggung belakang (*backstage*). Panggung depan adalah apa yang ditampilkan saat berinteraksi pada suatu kelompok pada masyarakat, yaitu identitas sosialnya dan panggung belakang adalah tempat untuk menyembunyikan identitas personal (Nasrullah, 2016). (Sumber : https://pesandankanal.medium.com/menjadi-diri-sendiri-di-second-account-2ffe469c92f0, diakses pada 8 Februari 2023).

Dalam *second account* tidak semua orang bisa melihat berbagai konten yang diunggah oleh pemilik *account* karena sebagian besar *second account* akan dirahasiakan oleh si pemilik akun. Identitas yang dibuat pada *second account* dibuat jauh berbeda dari identitas asli pemilik akun agar *second account* yang dibuat tidak mudah ditemukan.

Pengguna *second account* Instagram juga dirasakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Telkom University. Saat peneliti melakukan penelitian ditemukan dari 113 responden ternyata 74 responden mengaku menggunakan *second account*. Peneliti mengamati bahwa mereka memiliki perbedaan bagaimana mereka membangun konsep diri mereka di kedua akun tersebut dan perbedaan dari penggunaan dari kedua akun tersebut. Berikut pengamatan pada pengguna *second account* Instagram di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Telkom University :

First Account	**Second Account**
• Memiliki *followers* yang lebih banyak dibandingkan *following*	• Memiliki *followers* yang lebih sedikit dibandingkan *following*

• Foto dan video yang ditampilkan terlihat rapi • Tidak mengunggah banyak hal melalui *instastory* • Beberapa terdapat akun di privasi maupun tidak	• Foto atau video yang ditampilkan terlihat acak • Mengunggah banyak hal dari feed dan instastory • Akun di privasi

Dari latar belakang yang telah dipaparkan peneliti tertarik untuk melihat bagaimana konsep diri yang dibentuk dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Telkom University dari perbedaan di kedua akun tersebut dengan penelitian yang berjudul "Konsep Diri Pengguna *second account* Instagram pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Telkom University"

1.2 Fokus masalah

Berdasarkan konteks masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan fokus masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimanakah konsep diri pengguna *second account* Instagram pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Telkom University."

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perkembangan konsep diri positif dan negatif pada pengguna *second account* Instagram Ilmu Komunikasi Telkom University

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap pengetahuan bidang komunikasi serta memperluas bahan penelitian komunikasi dan menjadi bahan referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Telkom University.
2. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai ilmu komunikasi pada bidang psikologi komunikasi dan konsep diri.

3. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi yang membutuhkan informasi dan dapat digunakan sebagai pemberian masukan bagi pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi.