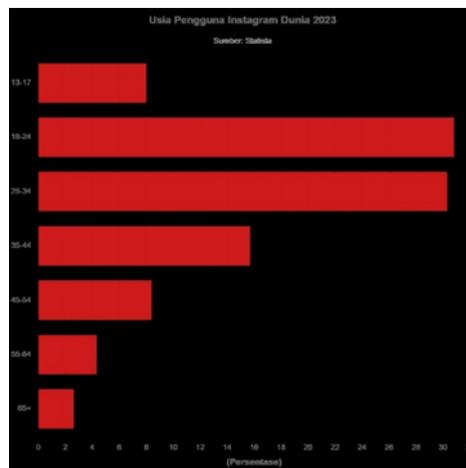


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial Instagram marak digunakan karena terdapat beragam jenis fitur yang ada seperti *Feeds*, *Instastory*, *Sticker*, *Live Room*, *Filter*, dan fitur lainnya untuk membagikan foto maupun video (Ardiesty et al., 2022). Pada tahun 2016, Instagram mengeluarkan fitur terbaru bagi pengguna yaitu *multiple account*, ini membuat pengguna dapat memiliki lebih dari satu akun tanpa harus *logout* terlebih dahulu. Faktor ini berdampak pada banyaknya pengguna media sosial yang memiliki akun lebih dari satu akun.



Gambar 1. 1 Data Penggunaan Media Sosial
Sumber : (Yonatan, 2023)

Instagram menjadi media sosial yang saat ini tengah marak digunakan oleh masyarakat per tahun 2024 dan menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak digunakan di Indonesia dengan presentase sebanyak 122 juta pengguna (947,35 dari populasi) setelah YouTube dengan presentase pengguna sebanyak 197 juta pengguna (53,8% dari populasi) (Panggabean, 2024). Hasil data pengguna media sosial yang dipaparkan oleh data.goodstats.id (Yonatan, 2023) menunjukkan sebagian besar pengguna aktif media sosial berkisaran dengan rentang 18 hingga 24 tahun. Data ini menjadi acuan bahwa remaja sering menggunakan media sosial Instagram untuk tetap terjalin komunikasi dengan teman lainnya dan pengungkapan diri dalam membagikan informasi pribadi kepada pengikutnya dalam (Ardiesty et al., 2022). Fenomena penggunaan media sosial bagi generasi muda dengan cenderung memiliki dua akun atau lebih dan identitas yang berbeda disebut *second account* (Rhomadona, 2024).

Second account dalam Instagram atau akun alternatif memiliki tujuan untuk menyampaikan isi dan perasaan yang tidak bisa diungkapkan oleh pengguna secara bebas. Penggunaan *second account* biasanya akan membagikan atau lebih menceritakan kejadian dan hal yang “*random*” dan dilakukan sekedar untuk memberi tahu kepada para pengikutnya tentang apa yang dilakukan dan dirasakan saat itu juga. Dengan mempunyai dua akun yang berbeda, *first account* (akun pertama) akan lebih *representative* dalam mengunggah konten secara publik (Kumparan, 2024). Pengguna media sosial ini umumnya tidak menggunakan identitas asli mereka dalam akun tersebut, sehingga tidak mudah ditemukan oleh orang – orang yang memang tidak diinginkan. Mereka dapat memutuskan untuk memilih siapa saja yang dapat mengikuti akun alternatif tersebut dan memberikan dampak yang berbeda oleh seseorang melalui akun yang dimilikinya (Muhammad et al., 2022).

Memiliki *second account* menjadi sebuah hal yang wajib saat ini bagi generasi muda. Berawal menggunakan satu akun untuk membangun citranya tetap baik di media sosial, namun tetap ingin menjadi dirinya sendiri. Seluruh generasi z memiliki akun alternatif ini sebagai tempat untuk berekspresi secara bebas tanpa ada batasan (Rhomadona, 2024). Akun ini digunakan sebagai media yang aman untuk mengunggah postingan berupa video, foto atau cerita kepada banyak orang (Hazimah, 2022). Adapun alasan yang dilakukan untuk membedakan konten yang dapat dilihat secara pribadi atau orang – orang terdekat dengan konten yang dapat dilihat secara profesional (Syaefulloh, 2023). Hasil *survey* data oleh HAI.online.com mengenai pengguna *second account* yang melibatkan 300 koresponden menghasilkan sebanyak 60% remaja memiliki akun kedua atau alternatif (Munawaroh & Syukriah, 2023).

Second account menjadi sebuah masalah identitas diri bagi generasi Z, dalam penggunaannya memberikan dampak terhadap kesulitan untuk menerima kondisi diri yang sebenarnya dalam media social. *Self-presentation* atau pengungkapan identitas diri dalam media sosial yang digunakan untuk mendapat dan membangun hubungan dengan orang lain (Prasetya, 2020). Adanya hal ini berdampak terhadap identitas diri yang dibangun dalam media sosial seperti Instagram, setiap pengguna ingin menjadi cerminan bagaimana dilihat oleh orang lain. Setiap individu akan mengelola identitas melalui dua hal, yaitu sesuai dengan kenyataan secara nyata

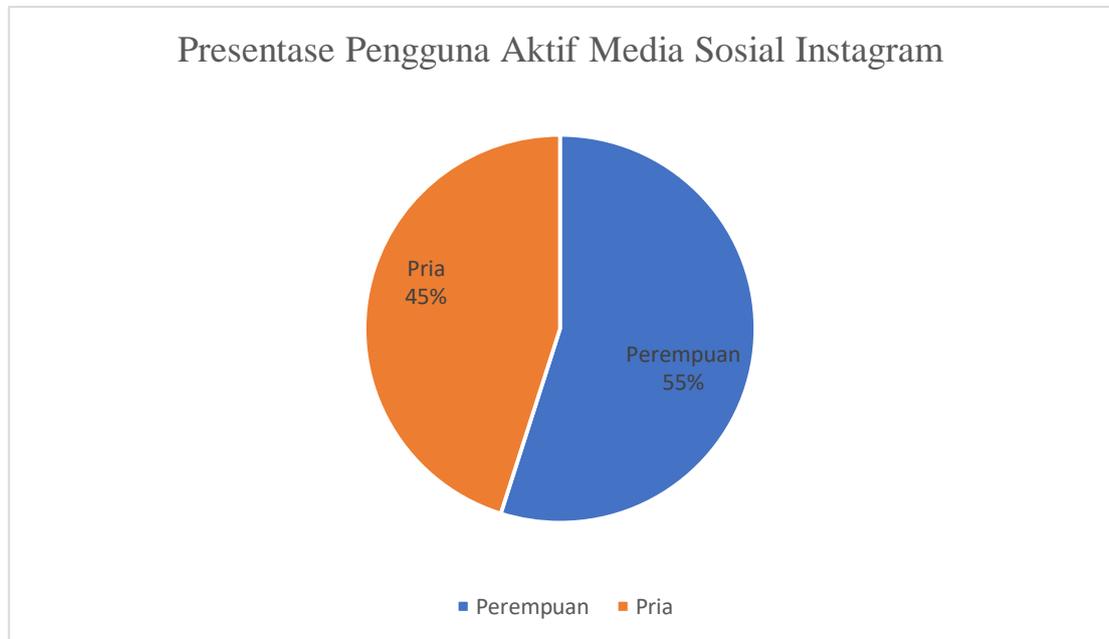
atau menciptakan identitas yang berbeda dari kenyataannya (Winarty, 2024). Penggunaan media sosial Instagram mengharuskan para penggunanya untuk menampilkan citra diri yang sempurna, sehingga mereka perlu membuat akun lain untuk mengungkapkan identitas aslinya (Syaefulloh, 2023).

Eksistensi atau pengungkapan akun dalam media sosial khususnya dalam penggunaan *second account* Instagram memungkinkan penggunanya untuk berekspresi. Namun, hal ini juga mempengaruhi presentasi diri atau *self-presentation* seorang individu. Dengan adanya akun ini, mereka akan mempresentasikan diri mereka dengan cara yang berbeda dari akun utama atau *first account* mereka. Para pemilik *second account* dapat menuangkan emosi dan pikiran mereka secara bebas karena adanya pembatasan pengikut pada akun tersebut (Balqis, 2023). Adanya pembatasan pengikut membuat pemilik akun akan bebas untuk membagikan apa yang ingin mereka bagikan dalam media sosial dan *self-presentation* tanpa harus takut karena adanya hubungan personal yang terjalin antara pengikut. Kebebasan dalam berekspresi oleh pengguna dapat mengakibatkan ketidaksesuaian dengan citra diri yang ditonjolkan dalam akun utama mereka.

Fenomena ini mempengaruhi terjadinya pengungkapan diri (*self disclosure*) dan *privacy management* yang dialami oleh seorang individu dalam penggunaannya dalam bermedia sosial khususnya *second account* Instagram. Peneliti menemukan bahwa pengungkapan diri seseorang (*self – disclosure*) dan *privacy management* merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan secara sukarela tentang keterbukaan diri saat berkomunikasi. Pengungkapan diri ini memberikan informasi kepada orang lain yang berupa pikiran, perasaan, pengalaman dan hal yang dirasa bersifat pribadi oleh pengguna (Munawaroh & Syukriah, 2023). Adanya pengungkapan diri ini juga mempengaruhi terhadap hubungan interpersonal seseorang dengan individu lainnya dalam bermedia yang dapat dilihat dari keluasan dan kebebasan dalam membagikan informasi (Meifilina, 2021).

Privacy management yang dialami oleh generasi Z khususnya mahasiswa yang dimana ini dijadikan sebagai sarana komunikasi yang dilakukan secara terus menerus sehingga menimbulkan sebuah kebiasaan baru dan lumrah dilakukan (Annisa & Boer, 2024). Pengungkapan ini lebih cenderung dilakukan oleh generasi Z karena dalam kehidupan sehari – hari dapat mempublikasikan kegiatannya dalam media sosial dan tidak takut ataupun malu ketika menceritakan masalah yang

mereka hadapi (Widodo et al., 2024). Disisi lain, remaja dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun per – januari 2024 merupakan pengguna aktif media sosial Instagram dengan persentase sebesar 32,8% dengan perbandingan perempuan 54,9% dan pria 45,1% (Nurhayati, 2023).



Gambar1. 2 Gambar Diagram Penggunaan Aktif Media Sosial instagram

Sumber: (Nurhayati, 2023)

Telkom University dipilih sebagai bahan penelitian berdasarkan data yang dihasilkan oleh telkomuniversity.ac.,d, per-tahun 2024/2025 mendata terdapat sebanyak 40.431 Mahasiswa dibandingkan dengan ITB yang per-tahun 2024/2025 sebanyak 27.436 dan UNPAR per-tahun 2024/2025 dengan jumlah 10.445 mahasiswa. Sehingga, memungkinkan untuk mendapatkan data dalam penggunaan media sosial khususnya penggunaan instagram. Peneliti memfokuskan investigasi pada mahasiswa Telkom University yang memiliki *second account* instagram karena jumlah mahasiswa dan pengguna *second account* yang banyak. Berdasarkan data tersebut, peneliti akan fokus pada motif dan keterbukaan diri penggunaan *second account* Instagram mahasiswa Telkom University.

Melalui pra – riset yang dilakukan oleh peneliti pada September 2024 – Oktober 2024 dengan mewawancarai 10 hingga 15 orang mahasiswa Telkom University mendapatkan hasil dalam penggunaan *second account* Instagram menunjukkan bahwa dimotivasi dengan kebutuhan privasi, kebebasan berekspresi dan merasa

lebih nyaman jika membagikan informasi personal atau informal di *second account*, sementara akun utama lebih digunakan untuk keperluan yang lebih formal dan publik. Selain itu, mereka juga menyebutkan bahwa *second account* memberikan ruang untuk berinteraksi lebih intim dengan teman-teman terdekat tanpa ekspektasi sosial yang tinggi. Hal ini menunjukkan adanya *privacy management* pada mahasiswa Telkom University yang menggunakan *second account* antara pengguna dan individu yang saling berhubungan dengan akun tersebut.

Peneliti ini akan berfokus pada penggunaan Teori *Communication Privacy Management* (CPM) untuk menunjukkan bagaimana interaksi *privacy management* dan pada mahasiswa. Teori *Communication Privacy Management* (CPM) merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Sarah Petronio pada tahun 2002 (Berger et al., 2016). Teori ini membahas terkait keterbukaan dan privasi dari seseorang dalam mengatur “publik” dan “pribadi” dalam sebuah hubungan. Dalam kehidupan sehari – hari, individu akan terlibat dalam situasi untuk memutuskan hal apa yang dapat diungkapkan dan yang harus dirahasiakan. Pengambilan keputusan ini sangat sulit untuk dilakukan karena penjagaan privasi dan upaya pengungkapan diri sebaiknya dilakukan secara seimbang agar hubungan interpersonal dapat terjalin dengan baik (Management, 2002). Dengan demikian peneliti ingin mengetahui bagaimana motif penggunaan *second account* instagram yang dimiliki oleh mahasiswa dan mahasiswi Telkom University.

Penelitian ini memiliki urgensi dengan dinamika pengelolaan privasi (*privacy management*) pada mahasiswa dalam penggunaan *second account* instagram. Dengan meneliti dan menganalisis menggunakan keseluruhan elemen – elemen utama dari Teori *Communication Privacy Management* oleh Sandra Patronio (2002) dan menggunakan konsep *Mass – Self Communication*. Adanya pergeseran pola komunikasi dan pengelolaan privasi di media sosial, khususnya di kalangan mahasiswa Generasi Z yang aktif menggunakan *second account* Instagram sebagai ruang ekspresi personal yang lebih bebas dan privat dan rentannya kebocoran informasi pribadi yang terjadi dalam penggunaan media sosial salah satunya adalah *second account* instagram. Fenomena ini menunjukkan bahwa *second account* bukan sekadar akun alternatif, tetapi juga merupakan alat manajemen privasi yang kompleks. Mahasiswa menggunakan akun tersebut untuk menghindari ekspektasi sosial, membatasi akses informasi, dan menjaga kenyamanan dalam berinteraksi

secara daring. Penelitian ini dilakukan untuk memperluas penerapan teori *Communication Privacy Management (CPM)* dalam konteks lokal, memahami potensi risiko pelanggaran privasi, serta memberikan wawasan praktis bagi pengguna media sosial dalam menjaga kontrol atas informasi pribadinya.

Peneliti mengambil beberapa penelitian sebelumnya yang pernah mengkaji tentang teori *Communication Privacy Management (CPM)* yang relevan dan sesuai dengan fenomena yang akan diteliti. Penelitian relevan dengan peneliti yaitu oleh Yu-Hao Lee dan Chien Wen Yuan dengan judul "*The Privacy Calculus of "Friending" Across Multiple Social Media Platforms*". Penelitian ini ingin melihat bagaimana penggunaan media social terkhususnya Facebook dan Instagram dapat mempertimbangkan resiko dalam menjaga privasi dan berinteraksi dengan berbagai jenis hubungan sosial dalam media (Lee & Yuan, 2020). Berbeda dengan penelitian *Privacy Management Penggunaan Second Account Instagram Mahasiswa Telkom University* terdapat pada fokus, populasi, dan tujuan penelitian. Penelitian Lee dan Yuan memfokuskan kepada kalkulasi privasi dalam pembentukan hubungan sosial lintas *platform* media sosial seperti Facebook dan Instagram dengan menggunakan teori *Communication Privacy Management*. Sementara penelitian peneliti memfokuskan kepada pengelolaan *privacy management* dalam penggunaan *second account* mahasiswa Telkom University.

Ameera Mansour dan Helena Francke dengan judul penelitian "*Collective Privacy Management Practices: A study of privacy*". Penelitian ini membahas mengenai strategi yang dilakukan oleh anggota sebuah grup komunitas untuk melindungi informasi pribadi milik mereka ketika sedang berinteraksi dengan anggota lain yang berada dalam grup tersebut (Mansour & Francke, 2021). Stella Angelina dan Monika Pretty Aprilia dengan judul penelitian "*Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena Instagram Stories Remaja di Yogyakarta*" membahas mengenai privasi yang dilakukan oleh remaja SMA di Yogyakarta ketika sedang menggunakan Instagram stories.

Penelitian ini akan dilakukan dengan metode kualitatif, dilihat dalam penggunaan teori CPM berada dalam tradisi Sosiokultural (Littlejohn, 2008). Tradisi Sosiokultural berada dalam keilmuan komunikasi pada ranah konstruktivis dan dikaji secara kualitatif (Kustiawan et al., 2022) Peneliti akan melakukan pengambilan data melalui wawancara dengan mengambil sebanyak 10 orang

narasumber mahasiswa Telkom University dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun yang memiliki *second account* instagram. Berdasarkan informasi dan permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian ini, peneliti akan melakukan investigasi dengan judul “Privacy Management Penggunaan Second Account Instagram Mahasiswa Telkom University.” Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam bidang ilmu komunikasi, mengetahui cara pengelolaan privasi dan keterbukaan diri di *second account* dan pengaruh interaksi yang terjadi.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengelolaan privasi Mahasiswa Telkom University dalam mengelola *second account* Instagram. Sehingga hasil penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana *privacy management*, cara menentukan batasan antara informasi pribadi, *public*, interaksi sosial dan *self-presentation* dalam media social Instagram.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari Uraian yang terdapat pada latar belakang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaturan privasi yang berbeda pada *second account* Instagram dan tingkat kontrol yang dirasakan mahasiswa terhadap privasi mereka?.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat mengetahui interaksi pengguna *second account* terhadap *privacy management* mahasiswa Telkom University. Selain itu, penelitian ini dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan bagi pembaca dalam memperoleh pemahaman tentang teori *Communication Privacy Management (CPM)*

- b. Kegunaan Praktis

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengalaman tentang motif interaksi pengguna *second account* terhadap privasi.

1.5 Waktu Penelitian

Tabel 1. 1 Waktu Periode Penelitian

No	Kegiatan	2024				2025			
		Bulan							
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Penelitian Terdahulu								
2	Seminar Judul								
3	Penyusunan Proposal								
4	Seminar Proposal / DE								
5	Pengumpulan Data								
6	Pengolahan dan Analisis Data								
7	Ujian Skripsi								

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dalam tabel 1.1 yang tertera merupakan jadwal pelaksanaan penelitian dan bulan pelaksanaan penelitian. Pada tabel ini memaparkan enam buah tahapan yang telah disusun dan dirancang selama masa penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih enam bulan (September 2024 hingga Februari 2025) dengan pemaparan deskripsi kegiatan sebagai berikut:

1. Penelitian Terdahulu

Dalam tahapan ini sebagai langkah dan persiapan awal yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan perencanaan dalam pencarian topik dan mencari penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian terdahulu berlangsung selama satu bulan yaitu pada bulan September 2024

2. Seminar Judul

Tahapan ini sebagai langkah kedua yang dilakukan oleh peneliti sebagai penentuan judul yang akan digunakan dalam penelitian ini. Seminar judul berlangsung selama satu bulan yaitu pada bulan September 2024.

3. Penyusunan Proposal

Penyusunan proposal menjadi tahapan ketiga dalam penelitian ini, dalam tahapan ini peneliti mulai menyusun proposal yang berisikan fenomena dan gambaran rinci terhadap penelitian yang akan dibahas. Penyusunan proposal ini berlangsung selama dua bulan yaitu September 2024 hingga Oktober 2024.

4. Seminar Proposal / DE

Seminar proposal merupakan pengumpulan proposal yang telah rampung disusun oleh peneliti. Seminar Proposal / DE berlangsung selama satu bulan pada November 2024

5. Pengumpulan Data

Tahapan selanjutnya adalah pengumpulan data, peneliti akan mengumpulkan data yang relevan dan valid untuk menjawab penelitian dan fenomena yang diangkat dengan metode pengambilan data yang sesuai dengan metode yang telah dibuat dalam proposal. Pengumpulan data berlangsung selama dua bulan yaitu Desember 2024 hingga Januari 2025.

6. Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan dan Analisis Data akan dilakukan oleh peneliti dengan mengubah dan menganalisis hasil dari pengumpulan data dengan melibatkan penyortiran, interpretasi dan penyajian data untuk mendukung keputusan dan mendapatkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Pengolahan dan Analisis Data dilakukan selama tiga bulan yaitu Januari – Maret 2025.

7. Ujian Skripsi

Ujian Skripsi menjadi tahap terakhir sebagai tahapan mempresentasikan hasil dari penelitian dan akan diuji untuk melihat kelayakan dalam memperoleh kelulusan. Ujian skripsi ini akan dijadwalkan pada bulan Mei 2025.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian berisikan ringkasan penulisan dalam penelitian ini yang mencakup sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisikan beberapa tahapan dan pemaparan, yaitu:

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Tujuan Penelitian
- 1.3 Pertanyaan Penelitian
- 1.4 Manfaat Penelitian
- 1.5 Waktu dan Periode Penelitian
- 1.6 Sistematika Penelitian

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini berisikan beberapa tahapan dan pemaparan, yaitu:

- 2.1 *Mass – Self Communication*
- 2.2 *New Media*
- 2.3 Instagram
- 2.4 Second Account Instagram
- 2.5 Komunikasi Interpersonal
- 2.6 *Communication Privacy Management Theory*
- 2.7 Generasi Z
- 2.8 Penelitian Terdahulu
- 2.9 Kerangka Pemikiran

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada Bab ini berisikan beberapa tahapan dan pemaparan, yaitu:

- 3.1 Metode Penelitian
- 3.2 Paradigma Penelitian
- 3.3 Subjek dan Objek Penelitian
- 3.4 Waktu dan Lokasi
- 3.5 Unit Analisis Penelitian
- 3.6 Informan Penelitian

3.7 Pengumpulan Data

3.8 Teknik Analisis Data

3.9 Teknik Keabsahan Data

BAB IV. PEMBAHASAN DAN HASIL

4.1 Karakteristik Informan

4.2 Hasil Penelitian

4.3 Informasi Privat

4.4 Batasan Privat

4.5 Kontrol Kepemilikan

4.6 Sistem Management berdasarkan Aturan

4.7 Dialektika Management

4.8 Privacy Ownership

4.9 Privacy Control

4.10 Privacy Turbulence

4.11 Pembahasan

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V berisi pernyataan singkat mengenai hasil penelitian dan analisis data yang relevan dengan tujuan. Saran memuat ulasan mengenai pendapat mahasiswa tentang kemungkinan pengembangan dan pemanfaatan hasil kerja praktek lebih lanjut.

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN