

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

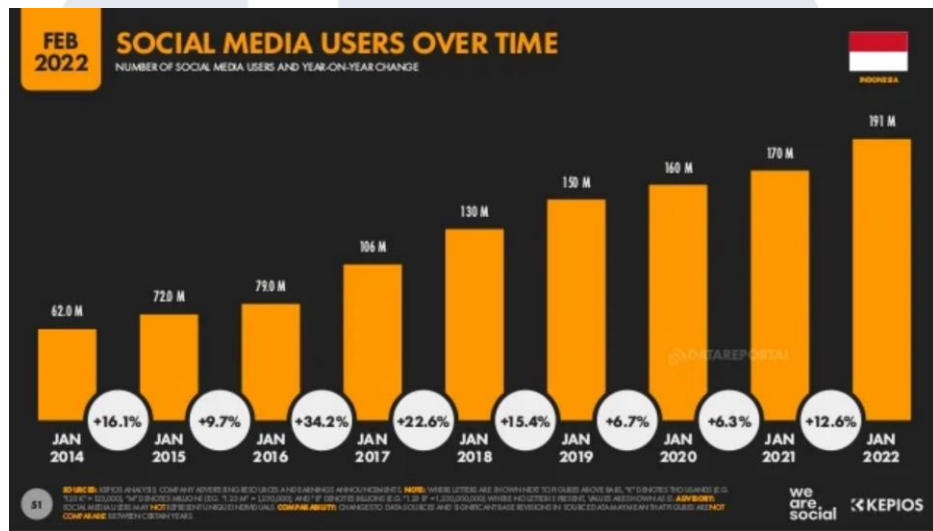
Self-disclosure atau pengungkapan diri menjadi bentuk komunikasi yang memungkinkan individu mengungkapkan informasi pribadi tentang dirinya kepada orang lain. Melalui *self-disclosure*, individu berharap agar informasi tersebut diterima dan diakui oleh orang lain (DeVito, 2015). Pengungkapan diri menjadi hal penting yang memungkinkan individu memberikan informasi pribadi yang biasanya disembunyikan atau sedang dihadapi dengan tujuan mencapai hubungan yang lebih baik. Individu yang melakukan *self-disclosure* dengan positif cenderung memiliki pemahaman yang baik terhadap diri mereka sendiri (Prihantoro et al., 2020).

Namun, *self-disclosure* biasanya hanya dilakukan kepada orang-orang yang dipercaya oleh individu yang membagikan informasi. Selain itu, seseorang cenderung mengungkapkan diri kepada individu yang mendukungnya, meskipun ada kemungkinan bahwa pihak lain dapat menolak atau merespons pengungkapan dirinya (Lestari et al., 2021). Sehingga, pengungkapan diri yang dilakukan cenderung akan menjawab ekspektasi para individu yang terjaring melalui media sosial.

Pengungkapan diri tidak hanya terjadi dalam komunikasi langsung sehari-hari, tetapi juga dapat dilakukan melalui media sosial, seperti media sosial Instagram. Berdasarkan sebuah riset yang dilakukan oleh tim peneliti dari Universitas Wisconsin, Amerika Serikat, ditemukan bahwa sekitar 70 persen dari responden menggunakan media sosial sebagai saluran untuk mengekspresikan diri (Lestari et al., 2021). Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial tidak hanya terbatas pada fungsi menjalin hubungan sosial, tetapi juga sebagai sarana pengekspresian diri.

Berdasarkan data dari Wearesocial pada laman DataReportal (2022) menyebutkan terdapat 191,4 juta penduduk Indonesia pengguna media sosial

pada Januari 2022. Jumlah angka ini setara 68,9 persen dari total populasi penduduk Indonesia, pengguna media sosial mungkin tidak secara aktif dan secara menyeluruh mewakili individu. Lebih dalam, survei ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial berdasarkan umur tertinggi pada rentangan umur 25-34 tahun, lalu di urutan kedua pada rentangan umur 18-24 tahun.



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2022
 Sumber: Data Reportal (2022)

Pada hakikatnya, Instagram digunakan sebagai sarana untuk menunjukkan eksistensi diri penggunanya. Apa yang ditampilkan di Instagram adalah identitas yang sangat menggambarkan penggunanya secara nyata, namun sebaliknya pengguna juga dapat mengembangkan identitas yang sama sekali berbeda dengan yang sebenarnya mereka miliki (Dewi & Janitra, 2018). Hal ini diungkapkan oleh Anderson dan Jiang (2018) bahwa Instagram telah menjadi infrastruktur sosial dalam membangun citra dan reputasi.

Instagram juga memiliki dampak positif, seperti memenuhi kebutuhan pribadi dalam hal hiburan, komersial, dan sebagai sumber informasi, serta memfasilitasi koneksi dan interaksi antara pengguna lain. Namun, penggunaan Instagram juga memiliki dampak negatif, seperti meningkatkan risiko kecanduan yang berlebihan, penyebaran informasi hoaks dan ujaran kebencian, serta rentan terhadap *spam* (Lestari et al., 2021).

Penggunaan *second account* pada media sosial Instagram berfungsi sebagai wadah yang berbeda dari akun utama yang dimiliki oleh pengguna, Mereka dapat dengan lebih bebas mengekspresikan diri dan mengungkapkan sisi-sisi yang mungkin tidak mereka tunjukkan secara eksplisit di akun utama mereka (Lestari et al., 2021). Bahkan mereka tidak memiliki kekhawatiran untuk menunjukkan diri mereka secara gamblang melalui akun kedua yang dimiliki (Kristanti, 2022).

Berdasarkan laman artikel HAI Grid (2018), sebanyak 46 persen dari 300 orang responden di Indonesia mempunyai lebih dari satu akun Instagram, yaitu main account sebagai akun utama yang diketahui oleh publik dan *second account* yang merupakan akun *alter ego* yang digunakan secara terpisah. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan dan dorongan bagi pengguna untuk mengembangkan identitas yang berbeda serta memiliki ruang ekspresi yang lebih bebas dalam mengeksplorasi diri yang mungkin tidak ditampilkan secara eksplisit di akun utama.

Second account Instagram merupakan akun tambahan yang digunakan untuk berbagi informasi atau konten di luar akun utama pengguna. Akun ini umumnya digunakan untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya (Kang & Wei, 2020). Keberadaan *second account* Instagram telah menarik minat pengguna, terutama Generasi Y dan Generasi Z untuk membuat akun kedua. Mereka melihat akun kedua sebagai ruang agar mereka dapat menjadi dirinya sendiri dan mengunggah apa pun yang mereka inginkan secara leluasa dan tanpa batasan (Agianto et al., 2020).

Second account acapkali terkoneksi dengan pengguna yang merupakan orang-orang terdekat pemilik akun. Mereka lebih terbuka karena akun tersebut diprivat sehingga orang yang dapat melihat informasi yang dibagikan hanya orang-orang yang sangat dekat dan mereka percayai. Namun, penggunaan *second account* juga bisa menimbulkan konsekuensi yang dapat membuat seseorang lebih tertutup karena berulang kali memberikan informasi melalui akun kedua yang hanya diikuti oleh orang-orang terpercaya (Prihantoro et al., 2020).

Berdasarkan data riset dari Berkman Klein Center pada Medium (2018), pengguna *second account* didominasi oleh kalangan atau generasi muda. Dalam hal ini menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan kaum muda untuk mengeksplorasi identitas mereka dan bereksperimen dengan presensi juga pengungkapan diri sesuai dengan konteks dan audiens yang berbeda. Hal sejalan dengan pernyataan Kurnia (2018) yang menyebutkan bahwa jumlah pengguna media sosial meningkat sekitar 30 persen pada tahun 2022. Sehingga hal ini mengindikasikan tingginya pengungkapan diri oleh kalangan Generasi Y dan Generasi Z melalui media sosial Instagram.

Generasi Y dan Generasi Z saat ini sering kali memiliki kecenderungan untuk membagikan kegiatan mereka melalui Instagram, sehingga mereka membuat akun kedua atau yang dikenal sebagai *second account* untuk mengunggah semua aktivitas mereka (Wiyono & Muhid, 2020). Menurut Sladex dan Grabinger (2014), meskipun mengalami pengalaman buruk, Generasi Z tetap mampu mengekspresikan diri dan berbagi cerita melalui platform jejaring sosial. Sementara, Generasi Y dapat mengekspresikan eksistensi diri mereka dan mendapatkan pengakuan sebagai bagian dari pencapaian diri mereka (Bernadeta, 2017).

Hal ini dapat terjadi karena layanan media sosial menyediakan fitur-fitur yang memungkinkan pengguna untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu contohnya adalah adanya fitur privat yang tersedia memberikan rasa aman bagi pengguna. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengungkapkan identitas mereka dalam lingkungan sosial tanpa takut akan komentar negatif dari orang lain. Dalam hal ini, faktor internal yang turut berperan adalah adanya rasa kepercayaan dan kenyamanan terhadap pengikut-pengikut mereka. Selain itu, faktor eksternal juga dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan diri, terutama karena adanya dorongan sosial dan lingkungan terhadap gaya hidup yang dimiliki oleh pengguna (Rini & Manalu, 2020).

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini akan membahas tentang penggunaan *second account* Instagram sebagai sarana untuk *self-disclosure* pada Generasi Y dan Generasi Z.

1.2 Rumusan Masalah

Penggunaan *second account* atau akun kedua Instagram menjadi fenomena menarik yang muncul di kalangan Generasi Y dan Generasi Z. Penggunaan *second account* Instagram sebagai sarana *self-disclosure* menunjukkan adanya dorongan dari Generasi Y dan Generasi Z untuk mengungkapkan diri mereka dengan lebih bebas dan terbuka. Mereka melihat *second account* sebagai saluran yang aman untuk berbagi konten yang lebih pribadi, intim, atau mungkin tidak mereka ungkapkan di akun utama yang lebih publik. Sehingga mereka tidak ragu dan secara gamblang mampu mengekspresikan diri, berinteraksi dan menunjukkan diri mereka seutuh-utuhnya.

Perbedaan penggunaan antara akun utama dan *second account* yang dimiliki Generasi Y dan Generasi Z menggunakan *second account* untuk berbagi konten yang lebih pribadi, namun perbedaan persepsi antara kedua akun tersebut dapat mempengaruhi interaksi dan hubungan antar pengguna. Walaupun *second account* dinilai sebagai saluran yang aman untuk berbagi informasi, namun masih terdapat risiko terkait kebocoran informasi dan data pribadi, serta pelanggaran privasi. Pengguna perlu menyadari potensi risiko yang terkait dengan pengungkapan informasi pribadi melalui *second account* mereka.

Motivasi di balik penggunaan *second account* Instagram sebagai sarana *self-disclosure* oleh Generasi Y dan Generasi Z yang tumbuh di tengah budaya yang mendorong mereka untuk mengungkapkan diri, membangun identitas diri secara digital, dan mendapatkan pengakuan sosial. Dalam konteks ini, penelitian dapat memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor motivasi yang mendorong untuk menggunakan *second account* Instagram, serta dampaknya terhadap pola komunikasi dan interaksi mereka dengan orang lain.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang muncul adalah bagaimana *second account* Instagram digunakan sebagai sarana *self-disclosure* bagi para Generasi Y dan Generasi Z?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *second account* Instagram digunakan sebagai sarana *self-disclosure* bagi para Generasi Y dan Generasi Z.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi jendela wawasan dan pengetahuan, juga acuan pada penelitian di kemudian hari yang berfokus pada komunikasi interpersonal, khususnya *self-disclosure*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar, solusi, dan bahan evaluasi, serta dapat memberikan kontribusi pada setiap individu yang melakukan *self-disclosure* melalui *second account* Instagram. Sehingga dapat memberikan perspektif baru dan menghindari stigma negatif terkait pengungkapan diri melalui *second account* Instagram.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman setiap individu khususnya Generasi Y dan Generasi Z untuk lebih memaknai dan bertanggung jawab dalam pengungkapan diri yang dilakukan melalui *second account* Instagram. Terutama dalam memilih konten yang mereka bagikan dengan hati-hati, serta menjaga privasi dan keamanan informasi pribadi mereka. Selain itu, penelitian ini juga dapat membangun kesadaran akan pentingnya pembentukan identitas digital yang positif, serta mendorong individu untuk mempertimbangkan dampak sosial dari setiap tindakan yang dilakukan pada *second account* Instagram.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah cakupan informan yang hanya perempuan dan berdomisili di Tangerang. Sehingga ukuran sampel yang terbatas ini tidak dapat secara langsung digeneralisasi pada populasi yang lebih luas. Dengan demikian, hasil penelitian yang ada hanya terbatas pada pengguna *second account* Instagram di wilayah tertentu saja.