

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penggunaan sosial media di era digital ini melejit dengan pesat, terutama dengan semakin canggihnya teknologi. Perkembangan ini banyak membantu manusia untuk memiliki kehidupan yang lebih mudah dan cepat. Dilansir dari wearesocial.com, kenaikan penggunaan media sosial meningkat sebesar 9.2% diantara 2019 sampai dengan 2020. Melihat dari trend beberapa tahun terakhir, angka ini diperkirakan akan meningkat secara signifikan setiap tahunnya, karena internet menjadi sesuatu yang semakin mudah untuk dicapai. Melihat pertumbuhan tersebut, maka pertanyaannya adalah apa yang pengguna internet ini cari dari menggunakan sosial media? Apa yang ingin dicapai dengan menggunakan media sosial? Bergerak dari pemikiran ini, penulis memfokuskan lagi pada salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia, yaitu Instagram.

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini, terutama anak muda. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna Instagram setiap tahunnya. Menurut (Mawarsari, 2019), Instagram menempati posisi keempat dengan capaian 79% dari pengguna media sosial di Indonesia setelah Youtube (88%), Whatsapp (84%), dan Facebook (82%). Sampai dengan November 2019, total pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai 1.4 Miliar pengguna, yang artinya 22,6% atau hampir seperempat total penduduk Indonesia adalah pengguna Instagram. Berbeda dengan media sosial lainnya, Instagram menitik-beratkan pada postingan foto atau video dari penggunanya.

Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *followers*, dimana *following* artinya adalah mengikut sebuah / seorang akun, sedangkan *followers* artinya pengguna lain mengikuti akun. Dalam penggunaanya, sebagai pengguna kita bisa mengunggah pada 3 fitur berbeda: *story*, *feeds* dan *reels*.

Ketiga fitur ini memiliki keunikan dan fungsinya masing-masing, walaupun tidak ada hukum baku mengenai apa yang harus di post pada ketiga fitur tersebut. Sebagai pengikut, aktivitas yang bisa dilakukan adalah melakukan *like*, *comment*, *share*, dan juga *reply*. Semua aktivitas ini adalah aktivitas yang bersifat “interaktif” dengan akun yang pengguna follow. Ini memberikan peluang bagi penggunanya untuk berkenalan atau terkoneksi dengan pengguna yang belum pernah kita kenal sebelumnya. Ketika pengguna bergabung dalam sebuah platform (dalam konteks ini adalah Instagram), maka mereka siap untuk menjalin relasi dengan pengguna-pengguna lainnya. Siap membuka wawasan, berbagi informasi mengenai berbagai macam hal, mulai dari hal yang umum sampai personal. Dalam proses tersebut, maka secara tidak langsung pengguna akan melakukan pembukaan diri (*Self-Disclosure*), setidaknya informasi data diri seperti nama, profile picture, tanggal lahir, dan lainnya. Di platform Instagram, setiap foto maupun video yang diunggah ini diyakini memiliki makna tersendiri bagi individu tersebut. Apa yang tertera di Instagram menggambarkan sosok pengguna, ini menunjukkan eksistensi diri mereka dalam media sosial.

Self-disclosure sendiri merupakan sebuah aksi mengungkapkan informasi pribadi ke pihak lain (Bazarova, 2020). Ini merupakan aksi disengaja yang dikomunikasikan melalui perilaku verbal untuk menggambarkan perasaan ataupun pengalaman seseorang. Mengungkapkan diri secara fundamental diperlukan untuk koneksi sosial. Namun tidak dipungkiri bahwa dalam melakukan *Self-disclosure* artinya ada resiko informasi untuk disalah artikan, atau dalam kasus ini image yang terbentuk tidak sesuai ekspektasi. Selain itu juga, seketika informasi diri keluar ke publik, maka arus informasi tidak lagi bisa diatur.

Orang biasanya melakukan *self-disclosure* kepada orang yang dipercayainya dengan harapan bahwa dirinya dapat diterima dan di dukung. Seseorang melakukan pengungkapan diri kepada orang lain yang mendukungnya, tetapi tidak juga menutup kemungkinan orang lain yang bersangkutan menolak pengungkapan dirinya (Prihantoro1, 2020). Melihat bahwa *self-disclosure* ini didefinisikan sebagai aksi memberikan reaksi, tanggapan ataupun informasi tentang dirinya yang

biasanya disembunyikan, maka ketika seseorang sudah memutuskan untuk menggunakan kepercayaan dan tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mencapai hubungan yang lebih jauh lagi.

Bermedia sosial adalah sebuah kebutuhan untuk melakukan interaksi sosial guna menjalin hubungan dengan orang lain, dimana menjalin hubungan tentu saja akan berguna di masa yang akan mendatang, terutama ketika merasakan sedih, stress, memiliki masalah atau pun meminta bantuan. Namun hal ini ternyata tidak menjadi mudah bagi setiap pengguna, dimana tidak semuanya nyaman membagikan informasi tentang dirinya maupun memiliki kepercayaan diri untuk mengekspresikan diri sebenarnya. Kecemasan dan ketidaknyamanan ini dapat terjadi dalam berbagai situasi, untuk berbagai alasan pula. Salah satunya adalah kecemasan dalam komunikasi dan mengungkapkan dirinya, dimana mereka cemas bahwa lawan bicaranya berperasaan negatif atau menghakimi dirinya apabila tidak sesuai dengan ekspektasinya. Penilaian sosial tersebut yang akhirnya menjadikan pemilik akun di media sosial khususnya Instagram akhirnya merasa cemas ketika akan mengekspresikan dirinya. Mereka merasa perlu menggunakan akun Instagram untuk hubungan sosial, untuk tetap *up- to date* dan ingin eksis, tetapi masalahnya adalah mereka tidak sepenuhnya nyaman dengan upaya yang harus dilakukan untuk mencapai *image* tersebut. Mereka tidak secara bebas berani mengungkapkan perasaan, pikiran dan pengalamannya karena ketidakpercayaan-diri maupun karena takut akan image yang terbentuk tidak sesuai dengan ekspektasinya. Akhirnya yang terjadi adalah, apa yang tertera ataupun terpapar di sosial media tidak menjadi siapa dirinya, melainkan dibentuk atau pun di kurasi sesuai dengan gambaran yang dia inginkan.

Aplikasi Instagram sendiri menyediakan beragam fitur yang bisa dimanfaatkan oleh penggunanya, salah satunya adalah fitur "*Multiple Account*". Pada fitur *Multiple Account* ini, pengguna bisa mengakses lima akun sekaligus dalam satu aplikasi tanpa perlu repot melakukan *log in* dan *log out*. Dari sini, pengguna diberi kemudahan untuk memiliki lebih dari satu akun untuk digunakan secara bersamaan dan hal ini banyak dilakukan oleh anak muda jaman sekarang,

yaitu membuat *second account*. *Second account* sendiri adalah dimana pengguna memiliki akun kedua yang difungsikan secara berbeda *dengan first-account*

Generasi Z adalah salah satu generasi yang paling banyak menggunakan lebih dari satu account biasa disebut dengan sebutan *second account* atau *alter account* (selanjutnya akan disebut *second account*). Dilansir dari HAI, setelah mengadakan survey yang melibatkan 300 subjek, hasilnya ditemukan bahwa 46% remaja memiliki *second account*. Menurut penelitian dari The Conversation, ada dua alasan utama mengapa seseorang menggunakan *second account*. Tujuan penggunaan *second account* bagi anak Gen Z adalah untuk bersembunyi dari orang-orang yang ingin mengontrol ataupun memonitor dirinya. Sehingga mereka membuat akun khusus yang ditujukan untuk teman-teman terdekatnya dan mereka akan mengunggah foto-foto maupun video yang tidak akan diunggah di *first account* mereka. Contohnya adalah seperti mengungkapkan foto-foto konyol, foto rahasia, curhatan, atau apapun yang bersifat eksklusif dan tidak untuk umum. Hal ini dikarenakan pada *first account*, nilai estetika maupun keindahan sangat dijaga. Sehingga mereka tidak bisa dengan bebas mengunggah apapun yang ingin diunggah, tanpa mempertimbangan ke estetika atau keindahan foto ataupun video. Karena hal ini, akhirnya terlalu banyak informasi ataupun peristiwa yang terkurasi, menyebabkan *self-disclosure* yang dilakukan tidak bisa sepenuhnya nyata dan lengkap.

Alasan kedua adalah mereka menyukai keintiman dari *second account*, dimana mereka tidak mau orang banyak mengetahui karena tidak ingin di bully ataupun di hakimi. Mereka merasakan ketidaknyamanan atau kurangnya percaya diri saat menggunakan *first account* mereka. Mereka mengaku tidak berani mengunggah segala hal di *first account* tetapi mereka sama sekali tidak merasakan beban untuk mengunggah hal tersebut di *second account* mereka. Pada *second account*, mereka tidak hanya menunjukkan kegiatan sehari-hari ataupun informasi yang umum, tetapi hal-hal yang lebih personal. Seperti kesedihan, kekecewaan, keseruan, dan juga memberikan banyak hal ke dalam akun tersebut, tanpa banyak berpikir dua kali.

Instagram merupakan bagian dari interaksi yang dilakukan secara visual dan virtual untuk membentuk citra seseorang dalam dunia maya. Citra diri sendiri merupakan hasil dari pandangan dan pemahaman terhadap gambaran yang telah dikelola, dianalisis, kemudian disimpan dalam pikiran seseorang. Setiap orang memiliki citra atau pandangan yang berbeda-beda terhadap suatu objek. Hal ini tergantung persepsinya terhadap objek tersebut atau sebaliknya dimana beberapa orang memiliki persepsi yang relatif sama yang biasa disebut dengan opini publik. Pengguna Instagram memiliki cara masing-masing untuk mempresentasikan diri pada akun Instagram miliknya. Cara yang ditempuh tergantung citra atau kesan apa yang ia ingin tumbuhkan dalam diri audiens atau followers-nya. Contohnya, pengguna Instagram yang ingin mencitrakan diri sebagai seseorang sosialita, maka ia akan mempresentasikan diri dengan menggunakan barang mewah atau branded, makan atau nongkrong di tempat yang elite.

Instagram secara tidak langsung mempengaruhi penggunaannya untuk mengikut hal-hal yang pengguna lihat dari unggahan orang lain. Standar menjadi sangat tinggi sampai tidak wajar, karena hal hal yang bermunculan di sosial media hanyalah hal-hal yang bagus dan indah. Padahal kenyataan tidak selalu seindah itu. Hal ini akhirnya memicu. Hal inilah yang akhirnya mendorong pengguna terus merasa kurang dan tidak cukup terhadap dirinya, karena apa pun yang dimilikinya, milik orang di sosial media lebih bagus dan indah.

Implementasi dalam kehidupan social media adalah, bahwa dari situasi ini, muncul sebuah peristiwa dimana orang memalsukan hidup mereka pada first account dan mereka lebih membuka diri pada second account mereka. Fenomena ini sering disebut *FInstagram* (*Fake Instagram* atau *Second Account*) dan *RInstagram* (*Real Instagram / First Account*). *FInstagram* dipersepsi sebagai akun palsu yang tidak diketahui oleh orang umum, dimana yang dimaksud disini adalah *second account*. Ini dipersepsi sebagai latar belakang panggung pengguna, dimana mereka bisa dengan lebih bebas menunjukkan diri sebenarnya tanpa menjaga *image*. Sedangkan *RInstagram* adalah akun utama yang diketahui oleh umum, atau diketahui sebagai *first account*. Ini dipersepsi sebagai panggung depan, dimana

mereka harus berperan sebagai sosok yang dianggap ideal menurut dirinya dan sosial. (Mawarsari, 2019)

Dari sini dapat dilihat bahwa pada *first account*, pengguna biasanya sebisa mungkin menampilkan gambaran dirinya yang paling ideal, bisa jadi memang kenyataan bisa saja harapannya. Hal ini dilakukan karena cemas akan dinilai buruk oleh pengguna- pengguna lain, ataupun dihakimi. Selain itu, pengguna biasanya hanya mengunggah hal-hal yang “Instagramable” agar bisa mendapatkan jumlah *likes* dan *comments* serta pengikut yang banyak. Alhasil, mereka hanya menampilkan sebagian kenyataan dirinya dan yang ditunjukkan biasanya hanya sisi yang paling baik dari dirinya saja. Sedangkan pada *second account*, karena jumlah pengikutnya hanyalah orang-orang tertentu yang memang terpilih, maka pengguna lebih leluasa dalam mengungkapkan dirinya pada akun ini. Mereka biasanya tidak hanya menampilkan sisi yang baik ataupun yang “Instagramable”, tetapi lebih nyata karena tidak takut dihakimi (karena isinya teman-teman terpilihnya) tanpa adanya beban untuk mendapatkan jumlah *like* dan *komen* yang banyak.

Dari sini peneliti tertarik untuk melihat seberapa jauh perbedaan pengungkapan dan representasi diri pada kedua akun tersebut, serta apakah ada perbedaan juga antara representasi di media sosial dan kehidupan nyata sehari-harinya. Bagaimana pun juga, kehidupan nyata dan kehidupan digital berbeda. Ada beberapa pengguna yang lebih berani menunjukkan diri sebenarnya di media sosial, tetapi ada juga yang berani membuka di luar media sosial, alias kehidupan nyata. Sehingga melihat tingkat self-disclosure pengguna pada *first account*, *second account* dan kehidupan nyata menjadi menarik untuk diteliti.

Sehingga ini menjadi menarik untuk diteliti, dimana pengguna sudah memahami bahwa untuk bermain media sosial, proses *self-disclosure* sudah pasti dilakukan. Namun pada nyatanya banyak yang tidak nyaman melakukan *self-disclosure* di media sosial oleh sebab itu jalan keluar yang diambil adalah dengan membuat akun kedua yang berisikan orang yang lebih sedikit. Kebaruan pada penelitian ini adalah tidak hanya meneliti pembukaan diri di social media secara

luas, tetapi melihat pembukaan diri pada *first account* dan juga *second account* Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

Kita ketahui bahwa sosial media merupakan ruang terbuka dimana hampir seluruh informasi dapat diakses oleh siapa pun. Sehingga apa yang sudah terunggah di sosial media artinya siap dilihat atau diakses oleh siapa pun. Akun Instagram sendiri sekarang sudah dianggap menjadi “identitas” seseorang, dimana image seseorang akan didefinisikan dari akun sosial medianya. Akhirnya dari sini timbullah tekanan sosial ataupun rasa cemas dihakimi apabila apa yang di unggah di sosial media dianggap tidak sesuai “Standar”. Rasa cemas ini akhirnya membuat para pengguna sosial media, terutama anak muda untuk hanya menampilkan sisi baiknya saja, hanya menampilkan apa yang dianggap ideal. Mereka condong untuk tidak mengunggah apa yang buruk atau apa pun yang bisa merusak image dirinya. Pendek kata, mereka tidak bisa sepenuhnya menjadi diri sendiri di akun utama.

Oleh sebab itu, mereka akhirnya membuat akun kedua, dimana pengikutnya terbatas pada teman-teman terdekatnya saja. Tujuannya adalah agar mereka bisa dengan lebih bebas melakukan *self-disclosure* dan mereka bisa dengan lebih terbuka menceritakan kegiatan sehari-harinya ataupun perasaannya. Dari sini, dapat dilihat bahwa pembukaan diri pada kedua akun tersebut berbeda. Sehingga dari sini menarik untuk diteliti juga, seberapa berbeda kah pembukaan diri mereka di *first account* dan *second account*.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana Generasi Z melakukan *Self-disclosure* melalui *First Account* dan *Second Account* Instagram?

1.4. Tujuan Penelitian

Memahami bagaimana Generasi Z melakukan *Self-disclosure* melalui *First Account* dan *Second Account* Instagram?

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Akademis

Menambah pengetahuan mengenai *self- disclosure* pengguna Instagram pada *first account* dan *second account*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Menambah pengetahuan bagi pengguna Instagram, baik bagi yang menggunakan *second account* maupun yang tidak, mengenai penggunaan *second account* serta motifnya.

1.5.2. Keterbatasan Penelitian

Dengan tujuan agar penelitian bisa selesai tepat waktu dan cakupan penelitian jelas, maka peneliti menentukan beberapa batasan penelitian.

- Peneliti hanya akan meneliti kegiatan di Instagram terbatas pada *Instagram Story*. Hal ini dikarenakan *Instagram story* adalah fitur yang paling banyak digunakan untuk pengguna dengan rentang usia 18-25 tahun. Hal ini terjadi karena apa yang di unggah di Instagram Story akan hilang dalam waktu 24 jam (kecuali *story* tersebut disimpan di *highlights*) sehingga dari fitur-fitur lainnya yang ada di Instagram, ini lah fitur yang paling sering di update oleh penggunanya. Selain itu, karena apa yang diunggah ini akan hilang dalam waktu 24 jam, maka *effort* dan risiko (dalam konteks impresi) untuk mengunggah lebih kecil dibandingkan dengan fitur lainnya.
- Pada tahap observasi, berikut adalah hal-hal yang akan diobservasi: Jumlah post per hari, *visual*, *caption / copy* pada *story*, sentimen unggshsn.
- Peneliti tidak akan mendokumentasikan unggahan dengan tujuan untuk menjaga kerahasiaan dan privasi subjek penelitian.