

BAB I

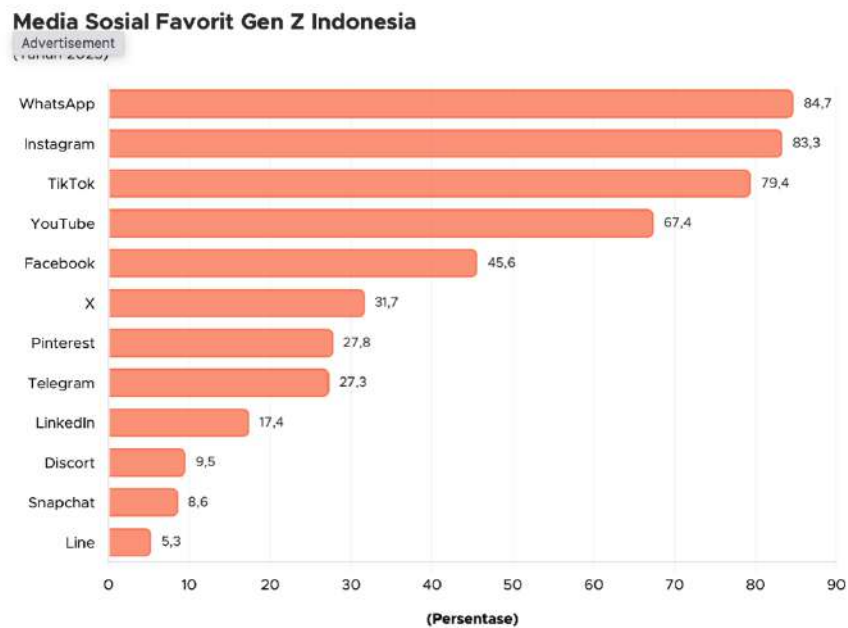
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media sosial menjadi bukti dari adanya perkembangan teknologi di dunia yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi digital di tengah masyarakat. Media sosial merupakan sarana berbasis *online* yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, serta menghasilkan berbagai konten, baik dalam bentuk jejaring sosial, forum, maupun dunia virtual (Liedfray et al., 2022). Kehadiran media sosial memperluas fungsi internet, tidak hanya sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai ruang publik baru untuk membangun hubungan sosial, mengekspresikan diri, serta memperkuat ikatan komunikasi di era digital. Secara umum, pengguna media sosial menggunakan media sosial untuk menampilkan citra diri, mengunggah foto dan video, mengungkapkan berbagai ekspresi, serta membagikan karya, pendapat, dan aktivitas (Tanjaya & Agustrijanto, 2022). Salah satu media sosial yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat pada saat ini adalah Instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang menyediakan fasilitas berupa fitur-fitur untuk mengunggah foto dan video yang dapat dilihat oleh pengguna lain (Nurmansyah, 2021). Instagram diluncurkan pertama kali pada tahun 2010 dan terus berkembang dengan berbagai fitur yang inovatif seperti *post*, *reels*, *story*, *direct message*, *live streaming*, *explore*, *broadcast channel*, *close friend*, dan *notes*. Adanya fitur yang beragam menarik perhatian dan minat masyarakat, terutama generasi Z untuk menggunakan Instagram. Generasi Z yang sering disebut juga sebagai *centennials*, merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, setelah munculnya generasi milenial atau generasi Y (Arum et al., 2023). Generasi Z juga dikenal dengan istilah *digital native* karena lahir di era digital komputer dan identik dengan lingkungan digital sehingga akrab dengan teknologi sejak usia dini

(Fadillah et al., 2022). Generasi Z ini lahir dengan seiring berkembangnya media sosial di dunia sehingga dengan mudah mengadaptasi media sosial, salah satunya Instagram sebagai ruang utama untuk berbagi konten, berinteraksi, dan berpartisipasi dalam aktivitas sosial secara *online* (Fabriar et al., 2022).



Gambar 1.1 Data Media Sosial Favorit Generasi Z di Indonesia

Sumber: GoodStats (2026)

Berdasarkan gambar 1.1, Instagram menduduki peringkat kedua sebagai media sosial favorit generasi Z di Indonesia. Hal ini didorong dengan banyaknya fitur Instagram yang memberikan ruang bagi para generasi Z untuk berbagi foto dan video, mengakses hiburan, informasi, hingga menjalin relasi sosial (Yonatan, 2025). Instagram sendiri menyediakan fitur *multiple account* yang memungkinkan para pengguna untuk mengelola beberapa akun sekaligus dalam satu perangkat (Salsa et al., 2024). Adanya *multiple account* ini menghadirkan fenomena perbedaan penggunaan *first account* dan *second account* di kalangan pengguna Instagram, terutama pada kelompok generasi Z. *First account* bersifat publik, dengan jumlah pengikut yang lebih banyak dan dari berasal dari berbagai relasi sosial. Oleh karena itu, akun utama atau *first*

account dimanfaatkan untuk tujuan *personal branding* dan menampilkan citra diri yang baik dan sempurna (Yunikawati et al., 2024). Melalui akun ini, pengguna biasanya menampilkan sisi terbaik dari dirinya seperti pencapaian, aktivitas sosial, maupun gaya hidup dengan memperhatikan estetika pada unggahan dan konsistensi visual (Shinta & Putri, 2022). Berbeda dengan *first account*, *second account* digunakan sebagai ruang yang lebih pribadi, autentik, bebas, dan ekspersif (Nanda et al., 2025). Pada *second account*, umumnya para pengguna membatasi pengikutnya berdasarkan rasa kepercayaan terhadap seseorang sehingga jumlah pengikut pada akun ini cenderung lebih sedikit (Burhanuddin et al., 2024). Pada *second account*, pengguna lebih terbuka dan jujur dalam mengekspresikan diri, seperti membagikan perasaan, keluh kesah, momen keseharian yang tidak diperindah, atau perasaan yang tidak ingin ditampilkan di *first account* sebagai ruang publik di Instagram (Permana & Sutedja, 2021).

Fenomena penggunaan *second account* di Instagram sebagai ruang untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas menunjukkan adanya kebutuhan individu untuk menunjukkan diri yang sebenarnya untuk mempertahankan citra diri yang telah dibangun di *first account* (Burhanuddin et al., 2024). Pengungkapan diri yang sebenarnya pada ruang digital ini berkaitan erat dengan konsep *self-disclosure*. *Self-disclosure* merupakan suatu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh individu dengan mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya disimpan atau tidak diungkapkan secara terbuka (Devito, 2022, p. 237). Para pengguna dapat membagikan informasi mengenai kehidupan mereka, mulai dari keseharian, opini, hingga ekspresi emosional melalui fitur-fitur yang disediakan di Instagram, seperti *feeds*, *story*, *reels*, dan *notes*.

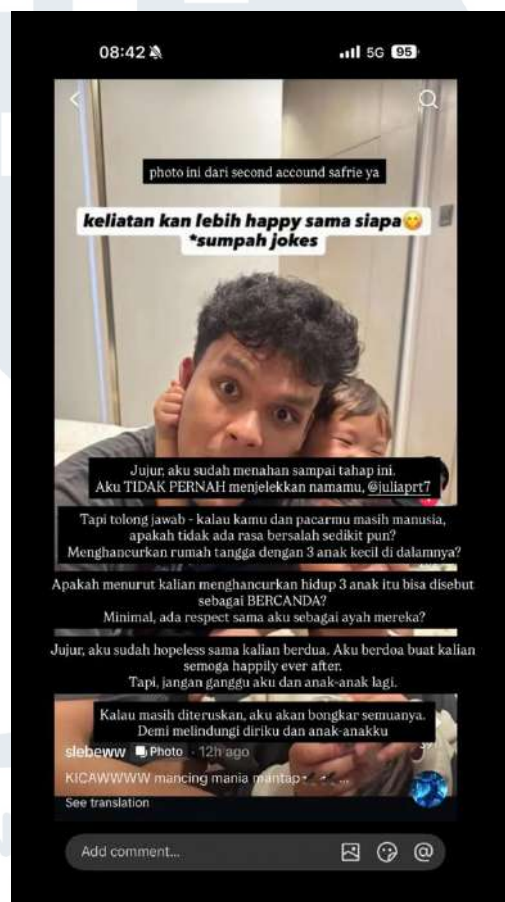
Terdapat penelitian mengenai perilaku *oversharing* generasi Z di *second account* sebagai bentuk *self-disclosure* (Restu & Triyono, 2025), yang menemukan bahwa *second account* digunakan sebagai ruang yang lebih privat dalam mengekspresikan diri secara keseluruhan, seperti perasaan, pikiran dan pengalaman. Hasil dari penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa individu juga merasa lebih nyaman membagikan hal-hal dengan topik yang sensitif

karena audiens yang terbatas setelah dilakukan penyaringan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan adanya kesadaran privasi yang tinggi karena pengungkapan diri dilakukan pada *second account* sebagai ruang privat. Terdapat penelitian lainnya, yang mengkaji pengalaman pengungkapan diri di *second account* Instagram. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengungkapan diri yang dilakukan oleh para partisipan bertujuan untuk mencapai aktualisasi diri. Selain itu ditemukan alasan pengungkapan diri secara bebas dan ekspresif di *second account* terjadi karena rasa percaya akan pengikut akun tersebut sehingga mereka tidak merasa takut dan khawatir akan pandangan pengikutnya (Burhanuddin et al., 2024)..

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, *second account* menjadi ruang privat yang aman bagi para penggunanya untuk mengungkapkan diri secara bebas dan autentik. Namun, jika ditelaah lebih dalam sebenarnya rasa aman yang dimiliki pada *second account* ini tidak seketika menjamin informasi yang dibagikan tidak akan tersebar ke orang lain yang bukan pengikut *second account* milik individu generasi Z. Meskipun *followers* pada *second account* sudah dibatasi dan merupakan orang-orang terdekat yang terpercaya, tidak dapat dipungkiri informasi yang dibagikan oleh individu pada *second account* dapat saja disebarkan dan terjadi kebocoran informasi (Putri et al., 2024). Kebocoran informasi ini dapat menjadi masalah, karena informasi yang dibagikan pada *second account* merupakan informasi yang mengandung informasi diri dari pemilik akun tersebut dan bersifat rahasia. DeVito (2022, p. 240) mengungkapkan bahwa pengungkapan diri memiliki potensi dampak negatif yang dapat berbahaya dan memiliki risiko bagi para pelakunya, baik bagi diri sendiri, relasi, maupun dalam ranah profesionalitas.

Ketika individu memutuskan untuk membuka informasi diri kepada orang lain, terdapat kemungkinan orang lain menolak informasi yang diungkapkan tersebut (Devito, 2022, p. 240). Dalam konteks penggunaan *second account*, hal tersebut dapat memperparah batas privasi seseorang karena adanya kemungkinan pelanggaran privasi seperti menyebarkan informasi tanpa persetujuan. Tersebarnya unggahan pada *second account* ini dapat terjadi pada

seluruh pengguna Instagram, baik pengguna biasa maupun publik figur. Salah satu contoh kasus tersebarnya unggahan *second account*, terjadi pada salah satu sosok yang sempat viral terkait isu perselingkuhan yaitu Safrie. *Selebgram* Na Daehoon mengungkapkan kegeramannya atas unggahan *story second account* Safrie yang menjadikan anaknya sebagai candaan. Na Daehoon memperjelas bahwa ia memiliki *screen shot* unggahan *story* milik Safrie didapati dari seseorang yang mengikut *second account* Safrie (Apriliato, 2026).



Gambar 1.2 *Story* milik Safrie yang tersebar di Internet

Sumber: IDN Times (2026)

Meskipun terdapat kemungkinan informasi pada *second account* dapat tersebar, hal ini tidak menghalangi sebagian orang untuk tetap membagikan informasi pribadi mereka. Masih terdapat banyak pengguna Instagram yang membagikan informasi dirinya yang jauh lebih luas dan dalam di akun ini. Hal

ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana individu generasi Z mengatur batasan informasi yang dibagikan pada *second account* sebagai ruang privat di Instagram meskipun telah mengetahui adanya potensi kebocoran informasi. Kebocoran informasi sendiri merupakan bentuk dari pelanggaran privasi yang memiliki dampak negatif bagi korban. Dampak yang dialami akibat kebocoran informasi utamanya menyerang psikis korban yang kemudian menimbulkan rasa tidak aman sehingga merasa cemas, khawatir, *insecure*, hingga depresi (Qonitah et al., 2021). *Second account* sebagai ruang yang awalnya dianggap aman untuk mengungkapkan sekaligus mengekspresikan diri yang autentik justru dapat menjadi titik dari sebuah masalah pengelolaan privasi di ruang digital. Maka dari itu, perlu ada pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengelolaan privasi dan potensi risiko dari pengungkapan diri pada *second account*.

Communication Privacy Management (CPM) merupakan teori yang dikembangkan oleh Sandra Petronio (2002), yang memiliki kerangka konseptual untuk menjelaskan manajemen privasi secara kompleks. Teori ini menjelaskan bahwa para individu dapat membuat pilihan dalam mengungkapkan maupun menyembunyikan informasi berdasarkan kriteria dan kondisi yang dianggap penting. Berdasarkan teori CPM, penggunaan *second account* ini secara tidak langsung menunjukkan adanya aturan privasi yang dibangun oleh para penggunanya selaku pemilik (*owner*) dari informasi pribadi dengan tujuan untuk mengatur bagaimana informasi pribadi dibagikan di ruang digital. Aturan tersebut menghasilkan batas-batas privat yang harus dijaga dan dikelola. Selain itu, pada teori ini terdapat penjelasan mengenai *co-ownership*, yang mana dalam konteks penelitian ini pemilik *second account* secara tidak langsung menjadikan pengikutnya sebagai *co-owner*, karena *followers* pada akun ini ikut serta memiliki informasi yang diungkapkan oleh pemilik akun.

Para generasi Z umumnya telah membangun aturan privasi pada *second account* dengan cara membatasi jumlah pengikut, menyaring siapa yang dapat mengikuti akun, serta mengendalikan jenis konten yang dibagikan. Namun, aturan privasi ini dapat rusak ketika ada pengikut yang melanggar aturan

tersebut. Pada kenyataannya, para pengikut *second account* tetap berpotensi melanggar batasan privasi dari pemilik akun, dengan menyebarluaskan informasi pribadidari konten yang diunggah pada *second account*. Para pengikut dapat dengan mudah melakukan *screenshot* pada unggahan *second account* pemilik akun dan meneruskannya ke orang lain yang tidak termasuk dalam lingkaran sosial pemilik akun. Adanya potensi pelanggaran batas privasi seperti kebocoran informasi *second account* tersebut, menunjukkan adanya gangguan batasan privasi atau dalam teori CPM dikenal dengan istilah *boundary turbulence*. Hal tersebut terjadi karena adanya pelanggaran terkait kesepakatan menjaga privasi yang dilanggar oleh pengikut *second account* sebagai *co-owner* (Petronio, 2002, p. 10). Dengan demikian, batas privasi pada *second account* tidak dapat dikatakan stabil.

Fenomena ini penting untuk dikaji lebih dalam karena banyaknya individu generasi Z yang menggunakan *second account* untuk pengungkapan diri yang lebih dalam dan luas. Fenomena ini semakin menarik karena pada dasarnya para pengguna telah dilakukan penyaringan *followers* berdasarkan *trust* pada *second account* mereka, yang secara tidak langsung menunjukkan bahwa para pengguna telah membuat aturan privasi dan batas privasi. Namun, tetap tidak dapat dipungkiri bahwa potensi kebocoran informasi masih dapat terjadi. Ketika *second account* yang seharusnya menjadi ruang aman untuk *self-disclosure* justru dapat menjadi sebuah masalah mengenai pengelolaan privasi di ruang digital. Hal ini memunculkan paradoks dari penelitian ini, yaitu semakin seseorang merasa aman untuk mengungkapkan diri, semakin besar juga potensi risiko di balik keterbukaan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana generasi Z mengatur batasan privasi mereka dalam menggunakan *second account*, ditambah dengan adanya dinamika *boundary turbulence* berupa kebocoran informasi pada akun tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan *second account* sebagai ruang privat ataupun ruang aman untuk melakukan pengungkapan diri di Instagram. Namun, penelitian-penelitian tersebut terbatas pada fokus pemaknaan dan pengalaman individu dalam menggunakan *second*

account secara umum. Selain itu, terdapat juga penelitian berjudul “Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena Batasan Diri Generasi Z di Instagram” oleh Putri Sriwahyuni dan Wa Ode Seprina (2024). Penelitian ini berfokus mengkaji pengalaman generasi Z dalam mengelola *self-bounderies* di Instagram. Hasil dari penelitian ini yaitu para partisipan membatasi informasi privat dengan memilih konten berdasarkan kebutuhan dan situasi mereka karena adanya pengaruh internal dan eksternal. Keterbatasan penelitian tersebut terletak pada fokus manajemen privasi di Instagram secara general, sedangkan penelitian ini mencoba mengkaji pengelolaan privasi pada *second account* sebagai ruang privat. Akun yang seharusnya menjadi tempat aman dan nyaman bagi penggunanya untuk melakukan pengungkapan diri di Instagram dengan harapan privasi terjaga, justru dapat memberikan bahaya dan risiko bagi diri pengguna.

Oleh karena itu penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan terkait penggunaan *second account* sebagai ruang privat di Instagram dengan fokus pengelolaan privasi beserta batasannya berdasarkan perspektif teori *communication privacy management*, terutama dengan adanya potensi *boundary turbulence*. penelitian ini akan menggunakan metode studi kasus karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman individu generasi Z dalam mengelola privasi sekaligus mengatur *self-disclosure* di *second account* Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena penggunaan *second account* di Instagram oleh generasi Z menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengungkapkan diri secara autentik sekaligus mempertahankan citra diri yang telah dibangun pada *first account*. Pada dasarnya, *second account* dibangun sebagai ruang privat yang aman bagi para penggunanya untuk mengungkapkan diri secara bebas dan autentik. Batasan privasi telah dibentuk pada akun ini dengan membatasi jumlah melalui penyaringan atau seleksi berdasarkan rasa percaya terhadap individu lain. Fenomena ini menimbulkan paradoks mengenai pengungkapan diri yang dilakukan dalam penggunaan *second account* di Instagram, yaitu semakin seseorang

merasa aman untuk mengungkapkan diri, semakin besar juga potensi risiko di balik keterbukaan tersebut. Paradoks tersebut didorong dengan adanya batas privasi yang telah dibentuk dari penyaringan pengikut tersebut tidak sepenuhnya menjamin bahwa informasi yang dibagikan pada *second account* akan tetap berada di lingkaran sosial pemilik akun. Para pengikut pada *second account* berpotensi melanggar batas privasi yang telah dibangun oleh pemilik akun dengan menyebarkan isi informasi pribadi, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Namun, adanya potensi risiko ini tidak membuat para generasi Z berhenti membagikan informasinya di *second account*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, yang telah menjelaskan adanya fenomena penggunaan *second account* sebagai ruang privat dalam mengungkapkan diri di Instagram dan adanya potensi pelanggaran privasi seperti bocornya informasi pribadi pada *second account*, terdapat beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana generasi Z mengelola privasi pada *second account* Instagram serta apa yang mendorong mereka tetap melakukan *self-disclosure* meskipun terdapat potensi kebocoran informasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menjelaskan pengelolaan privasi dalam pengungkapan diri yang dilakukan dalam penggunaan *second account* sebagai ruang privat di Instagram secara lebih dalam. Melalui perspektif *communication privacy management*, penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana individu generasi Z mengatur sekaligus mengelola batasan privasi secara komperhensif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana individu menghadapi adanya potensi risiko dari pengungkapan diri pada *second account*, seperti kebocoran informasi diri yang dilakukan oleh pengikut pada *second account*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, terutama dalam bidang komunikasi digital di media sosial. Selain itu, diharapkan memperkaya literatur teori *communication privacy management* mengenai pemahaman pengelolaan batasan privasi dalam pengungkapan diri generasi Z, serta memahami potensi dan risiko yang dapat terjadi pada penggunaan *second account* sebagai akun privat di media sosial, khususnya Instagram.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi para generasi Z untuk membangun dan mengelola batasan privasi dalam memanfaatkan Instagram sebagai wadah untuk mengungkapkan sekaligus mengekspresikan diri di ruang digital. Selain itu, menambahkan pengetahuan mengenai risiko dari adanya pengungkapan diri terutama pada *second account* sebagai ruang privat di Instagram.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pemahaman bagi masyarakat mengenai bagaimana generasi Z melakukan pengelolaan batasan privasi dalam memanfaatkan *second account* Instagram sebagai ruang untuk mengungkapkan diri di ruang digital secara lebih bebas. Selain itu, memberikan pemahaman adanya potensi dan risiko dari pengungkapan diri di media sosial terutama pada penggunaan *second account* di Instagram yang dianggap sebagai ruang privat.

1.6 Batas Penelitian

Batasan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang hanya berfokus pada pengelolaan aturan privasi dan batasannya dalam penggunaan *second account* Instagram, akibatnya penggunaan *first account*, *third account*, hingga *multiple account* di Instagram tidak turut dikaji dalam penelitian ini.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA