

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era sekarang, masyarakat hidup dalam suatu zaman di mana teknologi komunikasi, khususnya internet, memainkan peran sentral dalam mendorong perubahan sosial. Transformasi ini dapat dilihat dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari lingkungan pekerjaan, dunia politik, upaya membangun citra diri (*personal branding*), hingga aktualisasi diri melalui media sosial. Begitu dominannya peran internet, sehingga banyak individu merasa sulit untuk melepaskan diri dari ketergantungan terhadapnya dan terus terdorong untuk menggunakan media sosial, meskipun menyadari potensi dampak negatif yang mungkin ditimbulkan (Wattimena, 2022).

Indonesia sendiri merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk yang sudah tersambung ke jaringan internet. Sebagai contoh, pada tahun 2019, dari total populasi sebesar 264 juta jiwa, sekitar 171,17 juta orang (setara 64,8%) telah mengakses internet. Angka ini terus menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, menjadi 175,5 juta pada tahun 2020, dan naik lagi menjadi 202,6 juta pada 2021. Dalam laporan bertajuk "*Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital*", disebutkan bahwa terdapat sekitar 170 juta pengguna media sosial di Indonesia (Wattimena, 2022).

Sejak awal abad ini, Penggunaan media sosial semakin ramai di kalangan kaum muda, perihal ini disebabkan media sosial dapat menunjang keberadaan manusia dalam mengekspresikan diri dengan komprehensif. Hal ini karena media sosial dapat mendukung keberadaan manusia dengan memungkinkan individu mengekspresikan diri mereka secara inklusif (Apliany, 2023).

Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosio-Teknologi, Nasrullah (2015: 11) mengartikan bahwa media sosial sebagai media untuk mengekspresikan diri di Internet, berinteraksi dan berkolaborasi dengan penggunaan lain, dan komunikasi untuk membangun masyarakat virtual diartikan sebagai sebuah tempat untuk koneksi (Apliany, 2023).

Media sosial bisa menjadi satuan diantara komunikasi personal dan juga media publik, dari komunikasi personal, media sosial berfungsi sebagai wadah interaksi antar personal atau individu (Apliany, 2023).

Pada Januari 2024, dilaporkan terdapat 5,04 miliar penggunaan media sosial, atau setara dengan 62,3 miliar populasi dunia. Indonesia menempati peringkat ke-4 dunia dalam Penggunaan Instagram (Suprihadi, 2024). Menurut penelitian yang dikutip We Are Social, pada Januari 2024, hingga 49,9% dalam semua penduduk Indonesia, atau kisaran 139 juta orang yang aktif memakai media sosial. Kelompok umur yang sangat sering mengakses media sosial adalah lansia berusia 25 hingga 34 tahun, yaitu 20% laki-laki dan juga 17,7% perempuan. Kebanyakan, mereka menghabiskan waktu sampai 7 jam 38 menit / hari untuk aktif di dunia digital. Media sosial kedua yang terbanyak digunakan yaitu Instagram (85,3%), di mana kebanyakan pemakai internet di negara Indonesia dapat memakan waktu hingga 16 jam 10 menit per bulan (Lintang, 2024).

Di antara media sosial terpopuler yang disebutkan di atas, peneliti memilih Instagram. Rusli kembali menegaskan, bahwa Instagram menjadi sebuah media sosial yang membantu pemakainya dalam membagikan media, bermula dari dokumen, video, audio, gambar, dan lainnya (Subagja, 2023).

Instan-telegram atau lebih dikenal dengan Instagram berfungsi sebagai media sosial untuk mengunggah banyak foto dan video secara instan, misalnya dalam format *Polaroid*. Berdasarkan data Napoleon Cat, penggunaan platform Instagram populer baik di kalangan Penggunaan pria maupun wanita (Iman, 2020).

Teori dramaturgi Erving Goffman tidak lepas dari pengaruh Cooley Ritzer terhadap tiga komponen mirror self. Pertama, kita mengembangkan penampilan kita di mata manusia. Lalu bayangkan bagaimana manusia menilai penampilan masing-masing. Dan ketiga, karena kita menghakimi orang lain, kita menciptakan perasaan diri sendiri seperti rasa malu dan bangga. Kami melihatnya melalui imajinasi kami (Tulung, 2023).

Saate ini, dengan segala kemajuan di Internet, khususnya di bidang media sosial semacam Facebook, Twitter, Google, Instagram, dan yang lainnya,

kehidupan pribadi individu, yang seharusnya dapat bisa dipublikasikan di luar panggung, menjadi semakin depan panggung. Privasi menjadi konsumsi publik dan tidak merugikan citra apapun, melainkan meningkatkan popularitas individu (Diah Retno Dwi Hastuti, 2018).

Fenomena penggunaan akun kedua di Instagram awalnya muncul sebagai bentuk presentasi diri yang berbeda antara akun utama dan akun kedua yang dimiliki seseorang. Tujuannya adalah untuk menciptakan citra diri yang diinginkan di hadapan pengikutnya, sehingga membentuk identitas sesuai dengan keinginan individu tersebut (Widya, 2024).

Second account kini telah menjadi bagian umum dalam penggunaan Instagram. Banyak orang yang memiliki akun kedua dengan tujuan yang beragam, dan berdasarkan penelitian, sebagian besar penggunaannya adalah wanita. Hal ini disebabkan wanita cenderung lebih emosional dan sering merasa tidak nyaman menahan perasaan sendiri, sehingga mereka memilih *second account* sebagai wadah untuk mengekspresikan emosi mereka (Widya, 2024).

Kehadiran akun kedua memungkinkan penggunaannya untuk lebih bebas dalam membagikan berbagai hal yang mungkin tidak ingin mereka tunjukkan di akun utama. Emosi dan pikiran yang dituangkan dalam akun kedua lebih terbuka karena penggunaannya membatasi jumlah pengikut hanya kepada orang-orang terdekat dan terpercaya. Dengan demikian, mereka merasa lebih nyaman dalam mengekspresikan diri tanpa khawatir akan penilaian dari khalayak luas (Widya, 2024).

Ketertarikan peneliti ini dari fenomena sosial dalam penggunaan *second account* di Instagram bukanlah hal baru, namun semakin marak dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini menarik karena mencerminkan kompleksitas identitas individu di era digital, di mana seseorang dapat memiliki berbagai peran dan citra diri yang berbeda-beda.

Relevansi dengan studi identitas, penelitian ini relevan dengan kajian-kajian sosiologi, psikologi, dan komunikasi yang membahas tentang konstruksi identitas. Dengan fokus pada *second account* di Instagram, penelitian ini dapat memberikan

kontribusi baru dalam memahami bagaimana media sosial membentuk dan dipengaruhi oleh identitas individu.

Akun kedua di Instagram saat ini cenderung banyak digunakan di kalangan mahasiswi, terutama pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam akun kedua atau seringkali dikatakan istilah *second account* digunakan oleh banyak mahasiswi dengan maksud untuk dijadikan sarana terhadap keberadaannya yang di mana dalam akun tersebut dijadikan untuk menunjukkan kepribadian yang sesungguhnya tanpa banyak memikirkan hal-hal yang mereka cemas terhadap penilaian orang lain.

Dalam akun kedua hanya akan ada orang-orang terdekat saja atau orang-orang yang mereka anggap dapat dipercayai untuk terlibat secara langsung dengan akun kedua yang mereka miliki. Sedangkan, akun pertama atau seringkali dikenal dengan istilah *first account* digunakan untuk menampilkan citra diri mereka seperti apa yang mereka harapkan atau bisa disebut juga versi terbaik dalam diri mereka yang mungkin ditunjukkan untuk mendapatkan *privillage* dari orang-orang yang melihatnya.

Mahasiswi Prodi Sosiologi UIN Bandung akan menampilkan pencitraan pada diri mereka pada akun pertama, dengan cara mereka memposting atau membagikan semua hal yang berkaitan dengan diri mereka dalam versi sebaik-baiknya. Berbeda dengan akun kedua seperti yang telah dijelaskan di atas, mengenai mahasiswi akan lebih ekspresif karena hanya diperlihatkan pada orang-orang terdekatnya.

Peneliti memilih prodi mahasiswi sosiologi FISIP angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung karena mereka berada pada fase perkembangan identitas yang sangat aktif dan dinamis. Secara akademis, mahasiswa semester pertengahan hingga akhir umumnya sudah lebih intens menggunakan media sosial sebagai alat representasi diri baik untuk keperluan personal, sosial, maupun akademik.

Selain itu, angkatan 2021 telah cukup lama menjalani masa kuliah dan aktivitas sosial di kampus, sehingga mereka sudah membentuk pola penggunaan media sosial yang cenderung stabil dan reflektif. Hal ini penting karena penelitian ini fokus pada bagaimana *second account* di Instagram digunakan dalam membentuk identitas ganda. Dengan pengalaman dan durasi penggunaan yang cukup, mahasiswi angkatan ini dinilai mampu memberikan informasi yang lebih

mendalam, nyata, dan relevan untuk dianalisis.

Dari sisi praktis, mahasiswa angkatan 2021 juga sedang berada di usia dewasa awal, di mana pencarian jati diri dan kebutuhan akan ruang ekspresi menjadi sangat tinggi. Media sosial terutama *second account* di Instagram menjadi salah satu cara mereka menampilkan dua sisi identitas: yang ditampilkan ke publik (*first account*) dan yang lebih personal atau autentik (*second account*).

Dengan adanya Instagram ini, mahasiswi dapat memposting foto dan juga video yang menggambarkan bagaimana citra diri mereka. Mengenai pandangan orang lain terjalin dari foto atau video yang diposting akan menimbulkan rasa puas tersendiri karna masing-masing akun memiliki perannya tersendiri sesuai dengan yang mereka harapkan terutama pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang mayoritas berada dalam fase pembentukan citra diri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, bisa dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana representasi diri yang ditampilkan dalam *first account* dan *second account* menurut mahasiswi Sosiologi FISIP angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Bagaimana *second account* dimanfaatkan sebagai wadah bagi mahasiswi Sosiologi FISIP angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung untuk menampilkan diri dengan cara yang berbeda dari identitas utama mereka?
3. Apa dampak dari penggunaan *second account* instagram terhadap pembentukan identitas ganda pada mahasiswi prodi sosiologi FISIP angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui representasi diri ideal yang ditampilkan dalam *first account* dan *second account* menurut mahasiswi sosiologi FISIP angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mengetahui *second account* dimanfaatkan sebagai wadah bagi mahasiswi Sosiologi FISIP angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati

Bandung untuk menampilkan diri dengan cara yang berbeda dari identitas utama mereka.

3. Untuk mengetahui dampak sosial dari penggunaan *second account* instagram terhadap pembentukan identitas ganda pada mahasiswi prodi Sosiologi FISIP angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademik

Bahwa dari hasil penelitian ini bisa dipakai untuk memperkaya dan memperluas koleksi dalam rangka kegiatan penelitian di bidang tersebut, serta untuk memperkaya bahan dari informasi serta dokumen ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang sosiologi bahwa itu akan tersedia. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung untuk komunitas ilmiah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi mahasiswi

Penelitian ini dapat meneruskan kesadaran kepada mahasiswi mengenai implikasi Penggunaan *second account* terhadap pembentukan identitas diri dan interaksi sosial.

- b. Bagi institusi pendidikan

Hasil penelitian ini supaya menjadi bahan peninjauan dalam merancang program-program yang berkaitan dengan literasi digital dan etika Penggunaan dari media sosial.

- c. Bagi masyarakat umum

Penelitian yang dilakukan ini dapat memperluas pemahaman masyarakat mengenai fenomena penggunaan multiple akun media sosial dan dampaknya terhadap individu dan masyarakat.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu landasan pemikiran yang dirangkai berdasarkan oleh fakta, teori, serta hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti (Dalman, 2019:184).

Salah satu aspek dari penelitian yang menggambarkan berbagai temuan penelitian adalah kerangka berpikir yang menggambarkan berbagai temuan penelitian. Untuk memberikan kontrol serta puncak dari penelitian yang secara menyeluruh, maka penting mengembangkan suatu gagasan berpikir pada penelitian.

Maka dari itu peneliti dapat mengaitkan bahwa Instagram ialah platform jejaring sosial yang memungkinkan penggunaan untuk membuat dan menampilkan identitas mereka secara digital. Mahasiswi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati sering memanfaatkan *second account* Instagram untuk mengeksplorasi konsep identitas ganda, di mana mereka dapat memisahkan citra formal dan informal.

Akun utama mereka biasanya digunakan untuk menampilkan diri sesuai ekspektasi sosial, mencerminkan peran *front stage* dalam teori dramaturgi Erving Goffman, di mana seseorang mengatur kesan yang ingin ditampilkan kepada publik. Di sisi lain, *second account* berguna untuk *back stage*, tempat mereka lebih bebas mengekspresikan diri tanpa tekanan norma sosial. Penggunaan *second account* ini memungkinkan mereka untuk menjaga keseimbangan antara identitas publik dan personal, menciptakan ruang aman untuk berkomunikasi dan berefleksi secara lebih otentik. Dalam konteks digital, media sosial seperti Instagram menjadi alat penting dalam pembentukan dan manajemen identitas, memungkinkan Penggunaannya untuk bereksperimen dengan berbagai peran sosial dalam dunia maya.

Penggunaan *second account* Instagram berpengaruh terhadap pembentukan identitas ganda mahasiswi tersebut, dengan mempertimbangkan aspek-aspek sosial yang relevan dalam kehidupan mereka sebagai mahasiswi Sosiologi. Hal ini juga akan menggambarkan bagaimana dinamika identitas ini sejalan dengan konsep dramaturgi, di mana peran yang dimainkan di media sosial Instagram berbeda tergantung pada audiens yang menghadap. Berikut kerangka pemikirannya:

