

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Globalisasi hadir di masa masifnya teknologi seperti saat ini. Globalisasi menekan dunia untuk tumbuh dan memperbaharui pengetahuan. Adanya internet, *social media*, *smartphone*, serta teknologi yang lain yang memfasilitasi terbentuknya globalisasi. Disaat ini perkembangan teknologi semakin pesat, internet dan *social media* sudah menjadi bagian yang sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, terlebih lagi di seluruh dunia. Salah satu konsekuensi dari hal tersebut merupakan meningkatnya jumlah pengguna *social media* yang semakin sering digunakan. Perkembangan *social media* yang cukup masif serta berbanding lurus dengan perkembangan internet itu sendiri. Perkembangan *social media* pertama kali terjadi pada tahun 1978 dengan temuan sistem papan buletin yang dirancang oleh Ward Christensen dan Randy Suess (IDN Times, 2022).

Melihat hasil survei yang dilakukan *Hootsuite* dan *We Are Social*, internet sudah menjadi keseharian masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan informasi. *Social media* yang merupakan produk dari media baru dan internet sudah tidak dapat dipisahkan keberadaannya. CEO grup dan salah satu pendiri di *We Are Social*, *Nathan McDonald* menyebut, pengaruh *social media* secara global terus mengalami pertumbuhan.

Faktornya pun bermacam-macam, mulai dari sebagai tempat hiburan, mencari informasi, hingga berbelanja *online*. Berikut ditunjukkan dari gambar dibawah ini meningkatnya jumlah pengguna internet semakin bertambah dari tahun 2012 sampai tahun 2023. Laporan *We Are Social* menunjukkan, jumlah pengguna aktif *social media* di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02% (Bayu, 2022).

Pertumbuhan internet diiringi pertumbuhan di bidang seluler sehingga pemakaian *social media* terus menjadi bertambah, aplikasi pesan *social media* berbentuk *Instagram, Facebook, Twitter, Telegram, Line* dan *WhatsApp* dengan seluruh kelebihanannya berfungsi penting sebagai sarana untuk mengaktualisasikan diri bagi para penggunanya. Salah satu *social media* yang cukup populer dan banyak di gunakan oleh Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yaitu Instagram Platform *social media* ini memungkinkan para penggunanya untuk membagikan unggahan dalam bentuk foto dan video.

Pengguna Instagram yang cukup tinggi yakni kalangan muda, hal ini dikarenakan umur produktif dengan seluruh kegiatan yang mewajibkan aktif di *social media* khususnya Instagram. Munculnya fenomena *second account* sebenarnya terbilang baru

terkait dengan semakin populernya *social media* Instagram. Apabila dilihat dari sisi bahasa, *first account* ialah akun yang pertama dibuat serta *second account* merupakan akun yang dibuat setelah akun pertama.

Melihat dari munculnya motif pengguna *social media* instagram yang sangat digandrungi oleh banyak masyarakat Indonesia terutama pada Mahasiswa UIN Bandung tidak menutup kemungkinan instagram menjadi salah satu platform *social media* yang paling banyak digunakan melihat dari jumlah pengguna *social media* di Indonesia pada gambar di bawah ini.

Merilis data data dari *We Are Social*, (dalam Goodstats, 2023) platform *social media* yang paling banyak digunakan orang Indonesia pada tahun 2022 adalah aplikasi WhatsApp dengan persentasi sebanyak 80 persen dari seluruh pengguna *social media* di Indonesia. Kemudian disusul oleh aplikasi Instagram, Facebook, TikTok, dan Telegram. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh NapoleonCat (dalam Widi, 2023) baru-baru ini ada 94.541.900 pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2023, yang merupakan 33,9% dari seluruh populasinya. Kemudahan yang Instagram tawarkan bagi para penggunanya diantaranya cepat dan mudah dalam membagikan foto maupun video dan yang paling disukai dari penggunanya adalah filter foto, setiap penggunanya bisa membagikan konten yang mereka ciptakan, pengguna bisa melakukan komunikasi dan Instagram bisa diakses selama 24 jam.

Fenomena lain yang menarik untuk dikaji terkait Instagram adalah mengenai bagaimana penggunanya berinteraksi dan memperlakukan akun mereka secara

berbeda. Instagram dipergunakan sebagai sebuah medium untuk merepresentasikan diri atau untuk menampilkan eksistensi penggunanya. Sehingga apa yang ditampilkan di Instagram merupakan identitas yang bisa sangat mewakili penggunanya di dunia nyata. Menurut Soemardjan dan Soemardi (dalam Soekanto, 2015:33) proses sosial sebagai pengaruh timbal balik antara pengaruh segi kehidupan bersama, baik dari segi kehidupan ekonomi dengan politik, segi kehidupan hukum dengan agama, segi kehidupan agama dengan ekonomi dan lain sebagainya (Soekanto, 2015:33).

Pengguna Instagram juga dapat mengkonstruksikan identitas yang sama sekali berbeda dengan identitas mereka di dunia nyata. Hal tersebut didukung dengan fitur terkini dari aplikasi Instagram pada smartphone, yakni fitur *multiple account* atau biasa disebut juga dengan sebutan *second account*. Fitur ini memungkinkan pengguna Instagram membuat dan mengelola lebih dari satu akun pada satu smartphone yang mereka miliki.

Pada umumnya, pengguna memiliki dua akun yang dibagi menjadi akun yang mempresentasikan diri yang sebenarnya (*first account*) sementara akun lainnya adalah akun yang menampilkan imaji diri ideal yang ingin mereka bangun (*second account*). Hal tersebut mengacu pada kondisi social well-being seseorang sebagaimana dapat diartikan sebagai kesejahteraan yang merupakan istilah umum untuk kondisi individu atau kelompok, baik dalam bidang sosial, ekonomi, psikologi, spiritual ataupun secara medis yang sejahtera. Kesejahteraan (*well-being*) merupakan sebuah konsep yang merujuk kepada keadaan individu yang memiliki mental yang sehat. *Well-being* juga

merujuk kepada konsep kebahagiaan, dimana kebahagiaan adalah tujuan dari aktivitas yang dilakukan oleh manusia.

Stepanikova, Nie, dan He (dalam Listiara, 2018) mengatakan bahwa individu yang banyak menghabiskan waktu untuk menggunakan internet merupakan individu yang sering mengalami depresi dan kesepian. Cara tersebut dilakukan sebagai cara individu untuk menghindari dari masalah yang dialami seperti persoalan dengan relasi sosialnya, dan sikap menghindari dari masalah ini ialah salah satu bentuk ketidakpuasan individu terhadap hidupnya. Rasa puas dan ketidakpuasan sendiri merupakan makna dari kebahagiaan, yakni sesuatu yang lebih dari suatu pencapaian tujuan atau perasaan gembira atas apapun yang didapatkan dalam kehidupan dan merasa lebih baik secara sosial, fisik, emosional, serta psikologis.

Peneliti ingin melihat peranan mahasiswa dalam memainkan *second account social media* instagram terhadap tingkat *social well-being* mereka, Pentingnya penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengamati fenomena unik yang ada pada era digital yang semakin berkembang ini, dimana mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung menggunakan *social media* instagram tidak hanya sebagai wadah untuk mengunggah suatu momen yang ingin diabadikan melainkan terdapat banyak motif dari pengguna *second account* instagram yang timbul karena adanya kebutuhan yang dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu, dan ini menuntut pada pemenuhannya agar segera mendapatkan keseimbangan yang mengakibatkan seseorang bertindak untuk memenuhi kesejahteraan pada dirinya atau untuk menciptakan *social well-being* pada pengguna *second account*.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian yaitu:

1. Terdapat 33 Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang memiliki *multiple account social media* yaitu *first account* dan *second account* instagram dengan berbagai motif masing-masing pengguna.
2. Banyaknya motif pengguna *second account* pada mahasiswa UIN Bandung yang merahasiakan identitasnya untuk memperoleh *social well-being* mereka.

1.3. Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu :

1. Apa yang menjadi motif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung membuat *second account instagram* ?
2. Bagaimana pengguna *second account instagram* pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam menciptakan *social well-being* ?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari beberapa masalah yang telah dirumuskan, terdapat tujuan dari masalah itu sendiri yaitu :

1. Untuk mengetahui motif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung membuat *second account*.
2. Untuk mengetahui pengguna *second account* instagram pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam menciptakan *social well-being*.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis manfaat praktis diantaranya sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Sosiologi, khususnya kajian mengenai tentang Motif Pengguna *Second Account* Pada *Social Media* Instagram Dalam Menciptakan *Social Well-Being*, dalam teori dramaturgi, yang nantinya agar dapat memberikan sumbangan keilmuan yang berguna bagi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan informasi mengenai motif penggunaan *second account social media* instagram khususnya dalam menciptakan *social well-being*.
- b. Bagi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung diharapkan agar bijak, efektif dan lebih bermanfaat dalam menggunakan *social media* khususnya instagram kemudian diharapkan dapat memahami *second account* dan cara penggunaannya.
- c. Bagi Peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam mengkajian penggunaan *second account* Instagram.

1.6. Kerangka Pemikiran

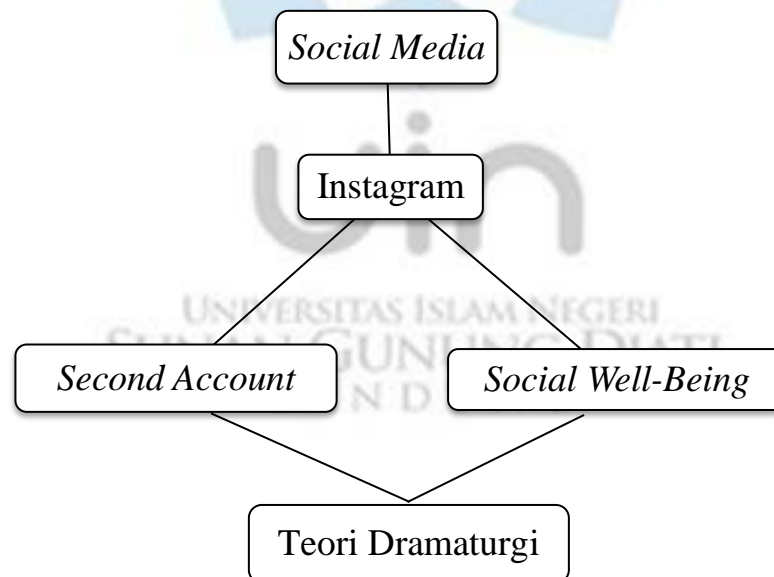
Maraknya instagram yang lebih digunakan sebagai media presentasi diri dibandingkan untuk berinteraksi dengan orang lain menjadikannya sebagai fenomena baru. Setiap individu berlomba-lomba menampilkan dirinya dengan narsis agar pengguna instagram lainnya mampu menarik kesimpulan bahwa mereka memiliki citra yang positif.

Berbeda dengan tujuan lain yaitu ketika seseorang memiliki dua akun pada akun tersebut individu tersebut mengungkapkan segala sesuatu yang berbanding terbalik, Fitur yang dimaksud adalah fitur beralih akun, adanya fitur ini pengguna bisa menggunakan akun instagram lebih dari satu waktu yang sama. Pada akun utamanya mereka akan menunjukkan sisi terbaiknya atau melakukan branding kepada khalayak sedangkan pada akun kedua atau akun kedua mereka akan menampilkan diri mereka apa adanya seperti halnya manusia yang bergantung pada segmen media tertentu akan terpengaruh secara kognitif , efektif dan perilakunya oleh segmen.

Akibatnya manusia dipengaruhi dengan cara dan tingkat yang tidak sama oleh media. Tentu saja kebutuhan seseorang tidak selalu bersifat pribadi, namun dapat saja dibentuk oleh budaya atau oleh berbagai syarat sosial, dengan kata lain kebutuhan motif serta penggunaan media tergantung pada faktor - faktor asal luar yang mungkin tidak bisa dikendalikan oleh manusia itu sendiri.

Pada penelitian ini peneliti mengambil dari salah satu teori sosiologi modern yaitu Teori dramaturgi Erving Goffman. Teori ini menjelaskan bagaimana panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) layaknya kehidupan sosial manusia dalam sebuah pertunjukan teater. Erving Goffman memperkenalkan teori dramaturgi yang melihat kehidupan sosial menjadi drama pertunjukan drama yang serupa menggunakan apa yang ditampilkan di atas panggung.

Oleh karena itu dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya sub fokus penelitian, dan adanya landasan teori sebagai penguat peneliti. Untuk memberikan gambaran terhadap penelitian maka peneliti membuat kerangka berfikir seperti berikut ini.



Gambar 1.3
Skema Konseptual