

BAB I PENDAHULUAN

Pada awal Februari 2016, Instagram resmi meluncurkan fitur baru, "*Account Switching*" (pengalihan akun, yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan 2 hingga 5 akun di satu platform secara bersamaan, sehingga pengguna dapat membuka akun kedua miliknya tanpa harus *logout* terlebih dahulu). Seorang perwakilan Instagram menyatakan dalam artikel tersebut, Fungsi alih akun adalah cara paling cepat bagi komunitas pengguna dan bisnis untuk menggunakan Instagram sebagai kombinasi produk dan karya kreatif mereka. Kebanyakan dari mereka memiliki dua akun, akun pribadi dan akun produk. Mereka tidak perlu *logout* terlebih dahulu, sehingga dapat merespon kedua akun dengan lebih cepat (tekno.kompas.com, 2016).

Pada bulan April 2018 *hai.grid.id* melakukan sebuah survei yang melibatkan 200 responden yang menunjukkan hasil bahwa ditemukan 46% anak muda memiliki akun kedua atau *second account*. Sebanyak 60% di antara mereka yang memiliki akun kedua memiliki dua buah akun dengan kepemilikan pengguna yang sama. Menurut data dari CNN Indonesia (2016) menyebutkan bahwa sejumlah 59% pengguna instagram merupakan anak muda dengan klasifikasi rentang umur sekitar 18-24 tahun. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa keberadaan media sosial di tengah masyarakat, terutama di kalangan anak muda di Indonesia pun menjadi signifikan.

Media sosial yang sedang digandrungi oleh masyarakat khususnya remaja pada saat ini adalah Instagram. Muncul pada 6 Oktober 2010 Instagram adalah media sosial yang menyediakan platform untuk penggunaannya membagikan momen dalam bentuk foto maupun video yang diunggah ke akun pengguna.

Di era informasi dan komunikasi, keberadaan internet menjadi sangat penting di masyarakat, khususnya di Indonesia. Riset yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) pada tahun 2018 menunjukkan bahwa pada tahun 2017, pengguna internet Indonesia mencapai 143,26 juta atau lebih dari separuh total penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta (Ayuwuragil, 2018). Sementara menurut data *We Are Social* tahun 2018, masyarakat Indonesia yang aktif menggunakan media sosial mencapai 132,7 juta pada tahun 2017 (We Are Social, 2018)

Data ini menunjukkan tingkat penetrasi media sosial yang cukup tinggi yaitu 50%. Selain itu menurut Kementerian Komunikasi dan Informasi (KOMINFO), angka pengguna internet aktif di Indonesia adalah 63 juta orang. Sebanyak 95% dari angka tersebut memanfaatkan internet sebagai jejaring sosial atau berselancar di media sosial. Maka dari itu, dapat

disimpulkan bahwa keberadaan media sosial di tengah masyarakat Indonesia pun menjadi signifikan.

Penelitian sebelumnya oleh Dewi dan Janitra (2018) yang berjudul “*Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account di Instagram Sebagai Alter Ego*” menyatakan bahwa informan dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana akun kedua milik mereka digunakan. Informan menyatakan akun kedua milik mereka digunakan sebagai buku harian, untuk memperlihatkan diri mereka yang lain agar tidak mendapatkan penilaian negatif, menjadi pengikut akun belanja online, akun selebriti dan gossip, serta tujuan komersial atau keperluan bisnis.

Selain itu, Wati (2020), yang juga melakukan riset dengan menggunakan dramaturgi di Instagram menunjukkan hasil bahwa dalam berpenampilan informan terlihat berbeda antara panggung depan dan panggung belakang. Biasanya orang-orang ingin tampil rapi menawan di depan layar terutama media sosial, tetapi informan hanya menggunakan seadanya saat berdrama di Instagram atau media sosial miliknya. Tidak jarang juga, informan kerap menggunakan kostum-kostum aneh yang disewa olehnya. Sedangkan pada unggahan lainnya, pemilik akun hanya di balik layar video Instagramnya. Di situ, dia lebih berpenampilan menarik, casual atau rapi.

Penelitian yang dilakukan kali ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini berfokus pada bagaimana para pengguna Instagram menampilkan dirinya dimasing-masing akun pertama dan akun kedua dari foto yang mereka unggah.

Fenomena ini akan dibahas dengan menggunakan teori dramaturgi. Dramaturgi merupakan sebuah teori yang berpendapat bahwa teater/drama dan interaksi sosial adalah sebuah teori yang memiliki kesamaan makna (Sri Suneki dan Haryono, 2012). Teori ini pertama kali dikenalkan melalui sebuah karya “*The Presentation of Self in Everyday Life*” yang ditulis oleh Eving Goffman pada tahun 1959. Pendapat teori ini adalah bahwa setiap individu memiliki panggung belakang dan panggung depan, atau *backstage* dan *frontstage* dalam menjalani hidupnya. Kedua panggung tersebut dipakai untuk keperluan yang berbeda beda. *Frontstage* merupakan segala sesuatu yang individu tunjukkan ketika melakukan dengan individu lainnya, atau dengan kelompok lain dalam suatu masyarakat. Itu menjadi karakter sosialnya, sedangkan *backstage* menjadi wilayah dimana individu menyembunyikan identitas yang lebih pribadi (Nasrulah, 2016).

Dari penjelasan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana mahasiswa pengguna Instagram ditampilkan pada akun pertama dan akun kedua dengan konsep dramaturgi Goffman?”