

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Keberadaan internet saat ini sudah melekat di lini kehidupan manusia. Apalagi manusia sejatinya merupakan makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan sesamanya untuk berbagi rasa, bertukar pikiran, dan kehendak, baik secara langsung maupun tidak, verbal maupun nonverbal (Effendy, 2011). Internet mampu membuat manusia untuk saling berinteraksi tanpa terhalang oleh jarak dan waktu, sehingga menimbulkan jalinan keakraban serta komunikasi yang intens (Ayu, 2021).

Berdasarkan data salah satu lembaga riset *We Are Social* pada Januari 2023, dari total populasi masyarakat Indonesia yang berjumlah 276,4 juta jiwa, 212,9 juta jiwa atau setara 77,0% penduduk telah merasakan akses Internet. Data kepios menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 10 juta atau 5,2 % antara tahun 2022 dan 2023. Dapat dilihat bahwa sebanyak 63,51 juta orang masih belum menggunakan internet setara dengan 23,0% dari populasi.

Menariknya dari total orang yang menggunakan internet, 167,0 juta jiwa atau setara 60,4% di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial (medsos). Gambar berikut ini memperlihatkan data pengguna internet dan media sosial di Indonesia pada tahun 2023:



Gambar 1.1.

Grafik Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: [andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/](https://www.andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/)

Mengutip dari Rulli (2017), beberapa ahli seperti Laughey dan Mc Quail menjelaskan bahwa “media sosial merupakan alat komunikasi.” Dengan begitu dapat dijelaskan bahwa media merupakan sarana yang digunakan dalam proses komunikasi. Nasrullah juga menyatakan bahwa media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunaanya untuk merepresentasikan dirinya sehingga dirinya mampu berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk hubungan sosial secara virtual.

Manusia adalah makhluk yang memiliki sifat individual dan juga sifat sosial. Sifat sosial pada manusia mengacu pada kebutuhannya akan keberadaan orang lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu ciri manusia sebagai makhluk sosial adalah kemampuannya untuk berinteraksi dengan makhluk sosial lainnya, yaitu antara satu manusia dengan manusia lain (Astawa, 2017). Interaksi sosial

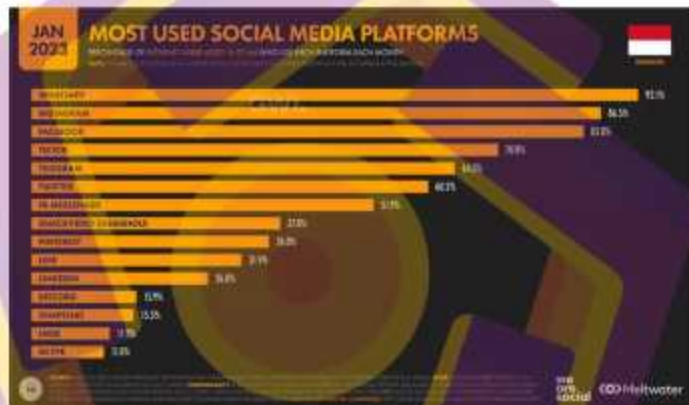
antar manusia seperti komunikasi satu sama lain atau saling membantu dan tolong menolong.

Interaksi sosial menurut Santoso (2020 :157) adalah cara bagi individu untuk menjaga perilaku sosialnya. Dengan demikian, tanpa disadari, kita perlu dapat berkomunikasi dengan berbagai orang dan dalam berbagai situasi. Dalam proses interaksi, individu secara alami menyampaikan informasi tentang dirinya kepada individu lainnya, yang disebut sebagai pengungkapan diri atau *self-disclosure*. *Self-disclosure* merupakan kemampuan seseorang untuk mengungkapkan informasi pribadi tentang dirinya kepada orang lain.

Menurut sebuah studi yang dilakukan secara online melalui aplikasi Populix dan dilaporkan oleh portal berita CNBC, penelitian tersebut melibatkan 1.023 responden laki-laki dan perempuan berusia 18-55 tahun di Indonesia. Mayoritas responden ialah anak muda belum menikah, sudah bekerja, dan berasal dari latar belakang sosial menengah ke atas. Hasil penelitiannya menunjukkan media sosial yang paling sering diakses di Indonesia adalah Youtube sejumlah 94% digunakan oleh responden, dan Instagram digunakan sejumlah 93% responden. Disusul TikTok (63%), Facebook (59%) dan Twitter (54%) (Anam, 2022).

Penelitian ini memilih menggunakan Instagram karena media sosial tersebut dapat digunakan untuk mengungkapkan diri, yang berbeda dengan youtube walau sebagai peringkat pertama media sosial yang sering digunakan tetapi konten-kontennya kebanyakan berisi hiburan berupa video dan kebanyakan digunakan memang untuk khalayak umum dalam mencari uang.

Dalam survey *We Are Social & Hootsuite (2023)* yang dilansir dari situs [andi.link](https://www.andi.link) jumlah pengguna Instagram di Indonesia Januari 2023 berjumlah 86,5% dari jumlah populasi di Indonesia naik dari 84,8% dari tahun sebelumnya. Di urutan kedua, Instagram merupakan Media sosial yang paling banyak diakses. Kelengkapan fitur menjadi alasan mengapa Instagram lebih banyak diminati dari pada media sosial lainnya.



Gambar 1.2

Grafik Sosial Media Populer di Indonesia

Sumber: andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/

Menurut Naninggolan, Rondonwu dan Waleleng (dalam Sagiyanto, 2018)

Instagram mulai banyak diminati karena kemudahannya dalam mengabadikan momen-momen dengan berbagai fitur fotografinya. Selain itu juga, fitur-fitur yang ada dalam instagram memungkinkan para penggunanya untuk berbagi bermacam-macam foto atau video yang dapat disunting dan diperindah, memberi komentar pada foto atau video yang dibagikan, chatting melalui *direct messenger*, membuat *instagram story*, *video call*, IGTV dan membuat *Reels* atau video dengan durasi

panjang. Instagram juga memiliki fitur untuk berinteraksi dengan pengguna lain dengan menulis komentar.

Instagram merupakan salah satu media untuk mengungkapkan diri, terlihat ketika membuka platform Instagram maka akan bertebaran postingan berupa foto atau video mengenai pemilik akun. Pengungkapan diri atau *self disclosure* menurut Evi Novianti (Novianti, 2019) adalah menjelaskan bahwa pengungkapan diri atau *self-disclosure* adalah suatu tindakan di mana kita menginformasikan informasi pribadi kepada orang lain, termasuk keadaan pribadi, pendapat perasaan, pengalaman di masa lalu, serta harapan di masa depan. Pengungkapan diri atau *self-disclosure* pada media sosial Instagram dapat dilakukan dengan mudah karena berbagai fitur yang disajikan mulai dari foto, video, *reels*, cerita pendek dan lain sebagainya.

Self Disclosure adalah pengungkapan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang kita hadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan atau berguna untuk memahami tanggapan kita di masa kini tersebut." Sedangkan menurut Jourar dalam Pamuncak (2011) "pengungkapan diri merupakan proses penyampaian informasi yang berhubungan dengan diri sendiri kepada orang lain."

Menurut Sagiyanto (2018:81) dalam kehidupan sehari-hari, pengungkapan diri atau *Self disclosure* terjadi tidak hanya didalam komunikasi dan interaksi langsung antar manusia saja, namun juga bisa terjadi melalui media perantara, yaitu media sosial. *Self disclosure* pada media sosial umumnya terjadi dalam bentuk status, foto atau video, chatting, komentar dan lain-lain terkait kejadian yang

dialami dan perasaan yang sedang dirasakan agar diketahui oleh sesama pengguna media sosial terkait.

Ningsih (2015) mengatakan dalam kehidupan sehari-hari, *self disclosure* atau pengungkapan diri terjadi tidak hanya dalam komunikasi dan interaksi langsung antar manusia. Namun, proses pengungkapan diri dapat juga terjadi melalui media perantara, yakni media sosial. Media sosial juga cukup sering digunakan untuk menunjukkan emosi tertentu yang dialami oleh seseorang. Dan hal ini adalah salah satu bentuk dari *Self Disclosure*.

Salah satu contoh kasus *Self Disclosure* di media sosial yang sempat viral beberapa waktu lalu ialah curhatan mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta yang melakukan pembayaran uang kuliah tunggal (UKT) di bank dengan menggunakan uang receh. Dalam curhatannya ia menceritakan alasannya membayar UKT menggunakan uang receh karena himpitan ekonomi serta krisis efek pandemi yang mengaruskan ia membongkar celengannya. Curhatannya itu mendapat respons yang baik dari warganet serta dukungan yang positif (Kumaran, 2023).

Selain karena tuntutan perkembangan zaman, instagram juga memiliki fenomena menarik untuk dikaji. Fenomena menarik lainnya yakni tentang bagaimana para penggunanya berinteraksi dan memperlakukan akun mereka secara berbeda. Diantara ada banyak jumlah akun yang terdapat pada instagram, dan sebenarnya beberapa diantaranya dimiliki oleh satu orang pengguna. Dengan kata lain, satu individu dapat memiliki lebih dari satu akun yang dimanfaatkan untuk beragam kepentingan. Hal tersebut didukung dengan fitur aplikasi yang dimiliki

oleh Instagram pada smartphone, yakni fitur *multiple account*. Fitur ini memungkinkan pengguna Instagram membuat dan memiliki lebih dari satu akun pada satu *smartphone* yang dimiliki pengguna (Yolanda, 2022)

Pada umumnya, pengguna memiliki dua akun yang dibagi akun pertama atau biasanya disebut *first account* (akun pertama) dan akun kedua biasa disebut *second account*. Kedua akun tersebut biasanya memiliki postingan yang berbeda. Biasanya akun utama berisi versi terbaik dan ideal dari si pengguna. *Feed* yang *aesthetic* dan tertata misalnya seperti warna foto yang senada, Instagram story yang menarik seperti postingan foto dengan tulisan yang *aesthetic* lalu diedit sedemikian rupa, dan memiliki pengikut yang banyak mulai dari orang yang terdekat hingga orang yang tidak dikenal.

Fenomena memiliki dua akun Instagram ini bukanlah suatu hal yang asing lagi di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Ada banyak mahasiswa yang memiliki akun Instagram berjumlah lebih dari satu. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan, mahasiswa di Yogyakarta cenderung merasa lebih senang memiliki akun lebih dari satu. Hal tersebut karena setiap akun yang dimiliki memiliki isi dan postingan yang cenderung berbeda. Ada yang memanfaatkan *second account* sebagai media untuk menyimpan momen-momen *random*, adapula yang menjadikan *second account* sebagai media untuk menyalurkan hobi. Seperti hobi akan fotografi.

Kepemilikan *second account* Instagram ini didominasi oleh Remaja Putri. Para Mahasiswa ini termasuk sebagai kategori Remaja putri karena rata-rata berusia 18-23 Tahun. Para Mahasiswa ini mengaku lebih aktif di *second account* Instagram

yang dimilikinya. Hal tersebut karena *second account* dianggap sebagai akun ternyaman untuk mengungkapkan diri karena biasanya *second account* cenderung memiliki pengikut orang-orang yang kenal dan dianggap dekat.

Bentuk *Self Disclosure* yang dilakukan oleh Mahasiswa di *Second Account* yaitu berbentuk postingan di *feed*, *Instagram Story*. Biasanya postingan tersebut cenderung berbeda dari kepribadian si pemilik akun yang biasa ia tunjukkan di kehidupan sehari-hari. Misalnya si pemilik akun cenderung tertutup mengenai perasaannya dalam kehidupan sehari-hari, namun di *Second Account* yang dimilikinya ia sangat mudah menceritakan perasaannya melalui fitur *Instagram story*.

Berdasarkan penjelasan diatas, Dengan banyaknya fenomena memiliki *second account* pada Instagram di kalangan mahasiswa, membuat penulis yakin meneliti lebih luas tentang bagaimana seorang mahasiswa dengan status *public figure / influencer* yang memiliki dua akun Instagram memperlakukan kedua akun tersebut. Serta bagaimana cara para pengguna mengkomunikasikan identitas sosialnya melalui aktifitas instagram seperti postingan *feed* dan *Instagram story* yang ada di *first account* dan *second account* mahasiswa di Yogyakarta. Sehingga terbentuk judul “*SECOND ACCOUNT INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENGUNGKAPAN DIRI “SELF DISCLOSURE”* (Studi Kasus Mahasiswa Di Yogyakarta).

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas berikut rumusan masalahnya:

1. Bagaimana penggunaan *second accounts instagram* sebagai media pengungkapan diri “*self disclosure*” bagi mahasiswa di Yogyakarta?

2. *Self disclosure* yang seperti apa yang cenderung ditampilkan oleh mahasiswa di Yogyakarta pada *Second Account* di Instagram?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *self disclosure* pemilik *second accounts Instagram* bagi mahasiswa di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bentuk *self-disclosure* yang ditampilkan melalui *second accounts Instagram* oleh mahasiswa di Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis yaitu diharapkan dapat menambah kajian pengetahuan ilmu komunikasi terutama mengenai *self disclosure* melalui sosial media khususnya *Second Account* di Instagram.

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan pengguna media sosial dapat menjadikan media sosial sebagai media *self disclosure* tanpa harus menyembunyikan jati diri.

1.5. Sistematika Bab

Agar penyusunan laporan ini sistematis, maka sistematika penulisan dibagi ke dalam beberapa bab yang berisikan uraian-uraian ataupun keterangan yang didapat. Adapun sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan. Diharapkan dalam bab ini, pembaca dapat mengetahui dan memahami pokok permasalahan dan tujuan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan konsep-konsep dan teori-teori pendukung yang berkaitan dengan masalah yang berhubungan erat dengan masalah yang dibahas serta merupakan tinjauan kepustakaan yang menjadi kerangka dan landasan berpikir dalam proses pemecahan dalam penelitian ini. Tinjauan pustaka dalam bab ini juga mengacu pada penelitian-penelitian sejenis yang terdahulu serta kerangka pemikiran yang merupakan inti dan landasan dalam penyusunan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan metode penelitian yang akan digunakan. Jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data dan Teknik Analisis Data serta uji validitas data. Penggunaan metode penelitian menjadi pedoman dalam pelaksanaan dan penyelesaian penelitian ini.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai uraian hasil penelitian dan bukti-bukti dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori dan atau konsep serta metode-metode yang digunakan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dari laporan Tugas Akhir yang berisi kesimpulan akhir yang dibuat berdasarkan hasil analisis dan menjawab tujuan penelitian secara menyeluruh dan pemberian saran yang ditujukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi kumpulan buku, jurnal, penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian.