

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Media sosial kini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari kita. Instagram sebagai salah satu platform media sosial paling populer memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk berbagi momen, berinteraksi, dan membangun jaringan sosial. Namun, fenomena penggunaan akun kedua atau yang lebih dikenal dengan sebutan *second account* semakin marak di kalangan pengguna, khususnya di kalangan remaja dan mahasiswa di Yogyakarta.



Gambar 1. 1.10 Kota Pilihan Unik Belajar

Sumber: Goodstats, 2024

Menurut data (Goodstats) pada 31 agustus 2024, kota Yogyakarta terpilih menjadi kota terfavorit untuk menempuh pendidikan hingga 67,2% sebagai kota terbaik untuk belajar. Posisi selanjutnya di ikuti oleh Bandung 50,4% dan Malang 41,1% sementara kota lainnya dipilih kurang dari 30% responden. Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar memiliki citra yang kuat sebagai pusat pendidikan di Indonesia.

Dengan beragam institusi pendidikan tinggi baik universitas negeri maupun swasta, kota ini berhasil menarik ribuan mahasiswa dari berbagai daerah dan negara. Ditengah dinamika kehidupan sebagai mahasiswa di Yogyakarta terdapat fenomena penggunaan akun kedua di Instagram semakin marak. Banyak

mahasiswa kini memilih untuk memiliki lebih dari satu akun sebagai strategi dalam mengelola identitas online mereka. Fenomena memiliki dua akun Instagram ini sudah sangat dikenal pada kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa banyak mahasiswa yang memiliki lebih dari satu akun Instagram (Syifa & Nailis, 2023). Akun kedua ini sering kali digunakan untuk beragam tujuan mencerminkan kebutuhan dan keinginan mereka dalam berinteraksi di dunia maya. Akun kedua bukan sekadar tren tapi bisa sebagai penyesuaian diri dalam menjaga keseimbangan antara citra sosial dan kenyataan personal, serta mendukung kesehatan mental pengguna.

Second account adalah tempat pengguna akun yang bisa sesuka hati mengekspresikan dirinya tanpa khawatir identitasnya diketahui oleh banyak orang (Permana & Sutedja, 2021). Karena dalam penelitian sebelumnya tentang akun kedua Instagram, banyak yang memakai nama samaran pada akun tersebut, yang biasanya dikenal sebagai (*pseudonym*). Orang-orang yang memiliki akun kedua sering kali mengunggah berbagai konten di media sosial tanpa mematuhi aturan yang ada. Setiap individu yang menggunakan akun kedua biasanya memiliki alasan tertentu di balik keputusannya tersebut. Pada era sekarang ini, banyak remaja yang menggunakan akun kedua di media sosial, terutama di Instagram. Penggunaan akun kedua di Instagram kini menjadi gaya yang banyak diikuti oleh orang-orang. Karakteristik dari akun kedua adalah memakai nama pengguna yang berbeda dari nama asli, jumlah akun yang diikuti sedikit, serta tidak terlalu banyak mengikuti akun dari jenis kelamin yang berlawanan (Widya, 2024).

Berdasarkan pengertian di atas, *second account* Instagram yang sering dipakai sebagai *alter ego*. Menurut Sigmund Freud ada tiga komponen yang membentuk kepribadian seseorang yaitu *id*, *ego*, dan *superego*. *Ego* adalah keadaan sadar, *id* adalah ketidaksadaran, dan *superego* adalah kerangka moral atau etika yang mengatur bagaimana ego beroperasi. Lebih rinci, Freud menyatakan bahwa *id* merupakan komponen dasar dan natural dari pikiran yang menyimpan dorongan seksual, agresif dan ingatan yang tidak disadari. Sementara itu, *superego* beroperasi sebagai kesadaran moral, dan *ego* adalah bagian realistik yang memediasi antara keinginan dari *id* dan *superego*. Pada penelitian ini, penggunaan *second account*

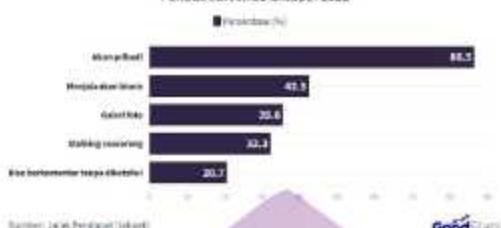
sebagai *alter ego* paling tepat diposisikan sebagai munculnya dari *ego*. Hal ini karena akun tersebut berperan sebagai mediator yang sadar menghadirkan ekspresi autentik pengguna dengan menyeimbangkan dorongan spontan (*id*) dan tuntutan norma sosial (*superego*) dan tetap pada batasan realitas sosial tanpa tekanan moral atau pencitraan ideal.

Interaksi dan konflik antara tiga komponen tersebutlah yang menciptakan kepribadian seseorang. *Alter ego* didefinisikan menjadi pribadi yang berbeda yang dimiliki seseorang sebagai sisi lain dari kepribadian asli orang tersebut (Maulidhina, 2019). Penggunaan konsep *alter ego* sering digunakan untuk menguraikan bagian lain dari sifat seseorang yang tidak tampak secara langsung. Identitas tambahan ini dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti karakter yang diciptakan untuk ditampilkan sebagai persona. Melalui *alter ego*, individu dapat menunjukkan berbagai sisi dari dirinya dan bagaimana hal ini mempengaruhi hubungan sosial. Sebagian orang memiliki alter ego yang berbeda untuk situasi atau kondisi tertentu (Dinillah 2021).

Instagram telah menjadi sebuah fenomena yang mencengkeram banyak orang dengan beragam kepentingan. Platform ini cenderung mendorong penggunanya untuk menunjukkan kepribadian yang sempurna melalui konten yang mereka unggah. Tanpa disadari, Instagram telah membentuk standar khusus mengenai bagaimana seseorang seharusnya menampilkan dirinya. Namun, tidak semua orang mampu mengekspresikan diri mereka secara autentik di akun Instagram yang mereka miliki. Terbukti dari beberapa pengguna Instagram menggunakan akun *Alter Ego* (akun kedua) pada media sosial Instagram (Alamsyah, 2023).

Menurut hasil survei Jajak Pendapat (*GoodStats*) pada Oktober 2022, Penggunaan akun kedua di platform media sosial sebagai akun pribadi merupakan alasan utama bagi masyarakat dengan persentase mencapai 86,5% responden. Selanjutnya, tujuan untuk menjalankan usaha berada di urutan kedua dengan persentase 42,5%. Ada juga alasan lain, termasuk berfungsi sebagai galeri foto dengan persentase 35,6%, mengawasi orang lain dengan 32,3%, serta alasan untuk memberikan komentar pada postingan orang lain tanpa terdeteksi sebanyak 20,7%.

Ragam alasan orang memiliki akun kedua di media sosial
Periode survei: 31 Oktober 2022



Gambar 1.2 Survei Ragam Alasan Orang Memiliki Akun Kedua di Media Sosial

Sumber: Goodstats, 2022

Akun alter banyak hadir untuk digunakan dengan bebas dalam memberikan komentar hingga kritik tajam kepada pengguna lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya salah satu kasus cyberbullying yang menimpa influencer Indonesia. Berdasarkan berita yang diakses pada Idn Times, dijelaskan terdapat seorang influencer bernama Rachel Venny yang mendapat cyberbullying dari akun-akun alter di Instagram. Akun alter tersebut memberikan kritik pedas dan kejam terhadap Rachel Venny karena sebuah kasus yang menimpanya. Tak sedikit pula ujaran kebencian atau hate speech justru banyak muncul dari akun-akun alter yang menggunakan nama samaran dan tidak diketahui identitas aslinya. Tak hanya itu, salah satu akun alter tersebut membuat postingan dengan menyebarkan hal-hal yang bersifat privasi milik influencer Rachel Venny (Tsabita, 2024).

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan dan terus berkembang saat ini (Martin & Husen, 2020). Instagram menyediakan berbagai macam fitur, termasuk *Feeds*, *Instastory*, *Sticker*, *Live Room*, *Filter*, dan lain-lain, yang membuatnya lebih mudah bagi penggunanya untuk mengupload dan membagikan konten berupa foto dan video. Dengan menggunakan Instagram, pengguna bisa dengan cepat mengakses dan mendistribusikan berbagai informasi. Menurut informasi yang dikumpulkan pada bulan Agustus 2024, total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 90.183.200 orang, yang merupakan 31,6% dari keseluruhan populasi negara. Di sisi lain, berdasarkan data terkini, jumlah warga Indonesia pada tahun 2024 diperkirakan berjumlah sekitar 284.389.952 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa hampir sepertiga dari jumlah penduduk

Indonesia menggunakan Instagram secara aktif, menandakan betapa pentingnya platform ini dalam kehidupan digital masyarakat di Indonesia. Menurut data survei (Databoks) pada desember 2023-Januari 2024, bahwa mayoritas (51,9%) Generasi Z Indonesia sering mengakses aplikasi media sosial Instagram. Hal ini, media sosial tersebut tidak bisa lepas dari kalangan Generasi Z.

Sebagian besar pengguna akun alter di Instagram saat ini berasal dari kalangan muda. Persentase tertinggi untuk pengguna akun alter Instagram berada di rentang usia 15 hingga 27 tahun, yang merupakan bagian dari generasi Z. (Sifara, 2024).



Gambar 1.3 Survei Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia

Sumber : Databoks, 2023

Generasi Z adalah kelompok yang sejak lahir berhubungan dengan perkembangan teknologi (Hastini 2020). Selain itu, Generasi Z juga dikenal karena ketertarikan mereka pada hal-hal yang cepat dan sangat tergantung pada internet serta teknologi, karena mereka sudah terbiasa hidup bersama teknologi sejak lahir. Generasi Z yang tumbuh besar di era di mana segala hal dapat dengan mudah dibagikan dan diakses secara online, karena merasa perlu untuk memiliki ruang privasi yang lebih terkendali. Dengan memiliki akun kedua, mereka dapat memilih dengan siapa mereka berbagi informasi secara lebih terbuka, sementara tetap menjaga identitas dan kegiatan mereka di akun utama.

Salah satu teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Dramaturgi. Dramaturgi adalah sebuah teori yang diperkenalkan oleh Erving Goffman pada

Tahun 1959 melalui karyanya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*. Dalam konsep ini, Goffman menguraikan bahwa setiap orang memiliki dua jenis identitas, yakni panggung depan dan panggung belakang. Dalam berinteraksi dengan orang lain seseorang akan menentukan peran yang akan diambil. Panggung depan berkaitan dengan apa yang diperlihatkan individu saat berkomunikasi dengan orang lain baik secara individu maupun dalam kelompok di masyarakat, serta dalam konteks identitas sosial. Sementara itu, panggung belakang adalah ruang di mana individu menyimpan identitas pribadinya yang sejati. (Bilqis 2024).

Seperti yang dicatat dalam penelitian sebelumnya oleh (Widya, 2024) berjudul *"Analisis Penggunaan Second Instagram Sebagai Media Keterbukaan Diri Mahasiswa Prodi Psikologi Uin Suska Riau"*. Tujuan penelitian tersebut bertujuan untuk mengkaji cara mahasiswa dari program studi psikologi di Uin Suska Riau menggunakan akun Instagram kedua mereka sebagai media untuk mengekspresikan diri. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Metodologi yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling di Fakultas Psikologi Program Studi Psikologi. Hasil temuan dari penelitian tersebut mendukung teori Goffman, yang menunjukkan adanya perbedaan di antara panggung depan dan panggung belakang. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa analisis panggung depan berfungsi sebagai alat untuk membangun citra pribadi bagi informan, sementara beberapa informan lainnya memanfaatkannya untuk berdakwah. Di sisi lain, analisis latar belakang informan yang menggunakan akun kedua dimanfaatkan untuk menunjukkan kedekatan dan sebagai sarana bisnis daring. Dari penelitian ini ditemukan sembilan informan yang sesuai dengan konsep yang ingin diteliti. Penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Keduanya berlandaskan pada teori Dramaturgi Erving Goffman untuk mengkaji permasalahan yang sama. Namun, perbedaannya pada penelitian ini menunjukkan bahwa Gen Z manfaatkan akun kedua di instagram sebagai alter ego panggung belakang yang terkait pada teori dramaturgi, akun utama menampilkan citra ideal

dan kepentingan membangun hubungan profesional (*front stage*), sementara akun kedua menjadi ruang autentik dan bebas mengekspresikan identitas pribadi tanpa tekanan sosial (*back stage*).

Penggunaan *second account* Instagram juga dapat dipengaruhi oleh motif eksplorasi identitas diri. Generasi Z sering kali dianggap memiliki *alter ego* sebagai generasi yang mempunyai kepribadian lain. Dengan memiliki akun kedua, mereka dapat mencoba berbagai gaya hidup, minat, dan kepribadian tanpa harus khawatir tentang bagaimana hal tersebut akan memengaruhi citra diri mereka di akun utama. Akun kedua dapat menjadi tempat di mana mereka dapat mengeksplorasi sisi-sisi dari diri mereka yang mungkin tidak mereka tunjukkan secara terbuka di platform utama. Penggunaan *second account* Instagram oleh generasi Z telah menjadi fenomena menarik yang memperlihatkan kompleksitas dalam interaksi online mereka. Banyaknya Gen Z yang memilih *second account* sebagai *alter ego* karena merasa lebih bebas dan percaya diri untuk memposting apa yang mereka inginkan.

Masalah utama dalam penelitian ini terletak pada dilema yang dihadapi Gen Z dalam mengelola identitas mereka di media sosial. Di satu sisi, ada tuntutan untuk menciptakan persona yang sempurna dan terkuras (*first account*) untuk tujuan sosial dan profesional. Di sisi lain, terdapat kebutuhan mendalam untuk mengekspresikan diri secara autentik dan bebas dari tekanan sosial (*second account*) (Citra, 2023). Urgensi penelitian ini menjadi sangat relevan karena masalah ini berdampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan Gen Z, terutama terkait dengan kesehatan mental, relasi sosial, dan profesionalisme.

Fenomena ini memiliki urgensi yang tinggi dari sudut pandang psikologis, di mana tekanan untuk mempertahankan citra ideal dimedia sosial dapat menyebabkan kecemasan sosial dan perasaan *insecure* (Maulidiyah & Syahri, 2022). Hal ini diperparah oleh fenomena *fear of missing out* (FOMO) dan perbandingan sosial yang membuat individu merasa tidak nyaman (Nanda, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan memiliki korelasi yang signifikan dengan tingkat *self-esteem* yang rendah dan peningkatan kecemasan (Aulia & Selmi, 2024). Sebagai respons langsung, *second account* menjadi mekanisme untuk memisahkan kehidupan pribadi dari *personal branding*.

yang ditujukan untuk audiens publik, seperti *Human Resources Department* (HRD) saat melamar pekerjaan (Khuzaimah & Sugeng, 2023).

Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana akun utama (*panggung depan*) secara sengaja dikurasi untuk menampilkan sisi profesional dan ideal, seperti portofolio karya atau pencapaian akademis, sementara akun kedua (*panggung belakang*) menjadi wadah untuk ekspresi yang mungkin dianggap "tidak pantas" atau "tidak profesional" (Rusdi & Wardani, 2023). Pemisahan ini merupakan strategi krusial yang digunakan Gen Z untuk melindungi reputasi profesional mereka tanpa mengorbankan kebebasan berekspresi (Jannah, 2024). Selain itu, *second account* dengan audiens yang terbatas dan terpercaya (*close friends*) menjadi mekanisme pertahanan untuk menghindari kritik dan *cyberbullying* yang mungkin timbul jika mereka memposting konten autentik di akun utama (Karina, 2020). Dengan demikian, *second account* berfungsi sebagai *safe space* yang memungkinkan Gen Z untuk melepaskan diri dari tekanan, berbagi emosi, dan mendapatkan dukungan dari lingkaran terdekat mereka, sekaligus menjadi benteng perlindungan dari dampak buruk interaksi digital (Nugroho & Purnomo, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana kepribadian lain (*Alter Ego*) Gen Z Yogyakarta yang ditampilkan pada *Second account* Instagram ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kepribadian yang lain (*Alter Ego*) Gen Z Yogyakarta yang ditampilkan pada *second account* instagram.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini mencakup fokus pada analisis penggunaan akun kedua di Instagram, fokus pada penelitian yang menggunakan Instagram di usia 18-28 tahun, subjek penelitian merupakan mahasiswa dari kampus negeri maupun swasta di Yogyakarta, melibatkan pengguna aktif *second account* instagram selama minimal tiga tahun terakhir. Dengan adanya batasan ini, diharapkan penelitian dapat dilakukan dengan lebih terarah dan menghasilkan hasil yang relevan serta mendalam sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penelitian dari judul tersebut memiliki 2 manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian dalam bidang ilmu komunikasi. Kajian ini juga memperluas wawasan mengenai konsep alter ego di ranah digital pada kalangan generasi Z. Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian lanjutan yang membahas konstruksi identitas dan dinamika perilaku pengguna dalam lingkungan virtual.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Sementara secara non-akademis, penggunaan akun kedua dapat membantu Generasi Z dalam mengembangkan identitas online yang berbeda, mengekspresikan minat yang beragam, dan memisahkan antara kehidupan pribadi dan profesional secara lebih efektif.
- b. Dapat membantu platform media sosial untuk meningkatkan pengalaman pengguna, mengidentifikasi fitur atau kebijakan yang dapat disesuaikan lebih baik.

1.6 Sistematika Bab

Bab I Pendahuluan: Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika bab.

Bab II Tinjauan Pustaka: Bab ini memuat tentang penelitian sebelumnya, landasan teori/ konsep dan kerangka konsep yang relevan dengan tema skripsi.

Bab III Metode Penelitian: Dalam bagian ini peneliti membahas dan merinci tentang paradigma yang digunakan, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta cara untuk memastikan keabsahan penelitian.

Bab IV Temuan dan Pembahasan: Dalam bab ini, hasil penelitian sudah yang sudah dilakukan akan dipaparkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian, peneliti menjelaskan melalui pembahasan mengenai penjelasan dan kesimpulan dari penelitian tersebut.

Bab V Penutup: Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran, yang akan memaparkan secara ringkas terkait penemuan peneliti yang berhubungan dengan masalah penelitian.