

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini, internet dan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Berdasarkan laporan *We Are Social*, pengguna aktif media sosial di Indonesia pada tahun 2023 sebanyak 167 juta orang atau setara dengan 60,4% dari jumlah populasi penduduk di Indonesia (We Are Social, 2023). Besarnya jumlah pengguna internet dan pengguna Instagram di Indonesia yang terhubung ke internet, menunjukkan bahwa lebih banyak orang mengadopsi dan terlibat dalam penggunaan platform digital (Iskandar & Isnaeni, 2019). Ini mencerminkan fakta bahwa masyarakat semakin terhubung secara online, yang menunjukkan bahwa media sosial semakin menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, bahkan menjadi sesuatu yang sulit dipisahkan.

Di zaman sekarang, Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial terkemuka yang memainkan peran kunci dalam memfasilitasi interaksi sosial dan memungkinkan orang untuk menampilkan diri secara online (Bilqis et al., 2024). Popularitasnya yang tinggi menunjukkan bahwa banyak orang tertarik pada platform ini dan melihat nilainya dalam berinteraksi dan berbagi dengan orang lain. Di antara berbagai platform yang tersedia, Instagram menonjol sebagai salah satu platform yang paling populer. Instagram menjadi platform terbanyak nomor 2 penggunaannya di Indonesia pada tahun 2023, yakni sebanyak 86,5% dari jumlah populasi penduduk di Indonesia berdasarkan data *We Are Sosial*. Awalnya, Instagram hanya berfungsi sebagai platform untuk berbagi foto. Pengguna dapat mengunggah foto dengan caption yang kemudian dapat dilihat oleh teman-teman mereka. Namun, seiring waktu, Instagram menambahkan banyak fitur baru seperti unggahan video, foto *carousel*, instastory, IGTV, pesan langsung (*direct message*), dan lain sebagainya (Aryani & Murtiariyati, 2022).

yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto, video, dan cerita dengan jangkauan yang luas. Instagram sangat diminati karena memiliki fitur-fitur yang inovatif sehingga menarik untuk menggunakannya.

Media sosial disamping sebagai sarana interaksi, tetapi juga sebagai sarana mengekspresikan diri, membentuk citra diri yang sempurna, dan membangun *personal branding*. Instagram memberikan sarana bagi individu untuk memanifestasikan diri mereka seperti yang diinginkan, sering kali menciptakan citra yang ideal dan sempurna di mata pengikutnya (Pangestuti, 2022). Ini menjadikan pengguna untuk menampilkan sisi terbaik dari diri mereka, memilih konten yang paling memikat dan menarik untuk ditampilkan di hadapan publik. Instagram memberikan aspek manusiawi dalam presentasi diri online, di mana individu memiliki kendali penuh atas bagaimana mereka ingin dilihat dan dikenali oleh orang lain. Banyaknya pengguna media sosial dan berbagai aktivitas yang terjadi di media sosial membuat *personal branding* menjadi sangat penting bagi individu (Pertiwi & Irwansyah, 2020).

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai generasi digital yang sangat akrab dengan teknologi dan media sosial. Dari kecil hingga dewasa, generasi ini sangat akrab dengan teknologi dan internet yang mempengaruhi mereka dan tidak dapat dipisahkan. Dilansir dari Merdeka.com (2024), berdasarkan survei Invinyix dan Jakpat, media sosial yang paling populer dan paling sering diakses oleh Gen Z yaitu Instagram sebanyak 94%, Instagram menjadi media sosial yang paling favorit dan paling digemari oleh pengguna di kalangan Gen Z di tahun 2023. Sementara itu, menurut laporan *We Are Social*, mayoritas pengguna Instagram didominasi oleh perempuan dengan proporsi 54%. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Novianti dan Agustrijanto (2022) bahwa Gen Z menggunakan Instagram, mengunggah konten seperti foto dan video dengan tujuan untuk membentuk citra positif di hadapan publik. Mereka menciptakan visualisasi yang menarik sesuai dengan keinginan mereka untuk dilihat secara positif oleh publik.

Penggunaan Instagram oleh Gen Z berfungsi sebagai alat pembentukan citra diri dan eksistensi sosial.

Adanya tuntutan untuk selalu tampil sempurna dan memiliki citra positif, memberikan tekanan bagi pengguna Instagram karena diharuskan untuk selalu menampilkan sisi positifnya (Pangestuti, 2022). Hal menjadikan pengguna Instagram diharuskan untuk selalu berhati-hati dalam mengunggah postingan di Instagram. Di media sosial, pengguna sering merasa tekanan untuk menampilkan diri mereka dengan cara tertentu, yang kadang-kadang tidak mencerminkan siapa mereka sebenarnya. Pengguna juga tidak leluasa untuk mengekspresikan diri mereka. Hal ini dapat mengarah pada krisis identitas, di mana individu mengalami kesulitan dalam mempertahankan keaslian mereka di dunia digital dan dunia nyata.

Fenomena yang terjadi di media sosial Instagram ini, memunculkan fenomena pembentukan dan penggunaan akun kedua atau sering dikenal dengan *second account*. *Second account* adalah akun tambahan yang digunakan untuk berbagi postingan yang berbeda dari akun utama, biasanya digunakan untuk berinteraksi lebih akrab dengan pengguna lainnya (Ardiesty et al., 2022). Ditunjang dengan munculnya fitur *multiple account* dimana pengguna dapat mengakses akun lebih dari satu pada satu perangkat tanpa harus keluar dari akun lain. Dalam ruang *second account*, pemilik akun dapat merahasiakan identitas aslinya dan bisa memilih siapa saja yang diperbolehkan untuk mengikuti akunnya. *Second account* digunakan sebagai ranah privasi dimana pengguna dapat lebih bebas mengekspresikan diri (Ardiesty et al., 2022). Umumnya penggunaan *second account* memiliki tujuan untuk menjaga privasi, mengeksplorasi identitas yang berbeda atau fokus pada topik tertentu (Bilqis et al., 2024). Situasi ini menjadi salah satu faktor banyaknya pengguna Instagram memiliki dua akun atau lebih yang terdiri dari akun utama dan akun kedua atau *second account* (Ardiesty et al., 2022).

Dalam hal ini teori praktik sosial (*theory of practice*) Pierre Bourdieu dapat menjelaskan fenomena ini melalui konsepnya yakni, habitus, modal, dan ranah. Habitus adalah serangkaian disposisi yang diperoleh melalui pengalaman hidup dan lingkungan sosial, yang membentuk cara individu berpikir, merasakan, dan bertindak (Hisyam et al., 2024). Habitus mempengaruhi bagaimana seseorang menggunakan media sosial, termasuk keputusan untuk membuat dan menggunakan akun kedua di media sosial Instagram. Penggunaan akun kedua dapat dilihat sebagai refleksi dari habitus yang dibentuk oleh berbagai tekanan sosial dan kebutuhan individu untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas. Modal dalam konteks ini mencakup berbagai bentuk kapital yang dimiliki individu, yang dapat berupa modal sosial, budaya, ekonomi, dan simbolik. Ranah adalah ruang dalam masyarakat tempat individu berinteraksi dan berperan (Alicia & Wicandra, 2018). Ranah adalah ruang sosial yang terstruktur di mana agen-agen (individu atau kelompok) saling berinteraksi dan bersaing untuk mendapatkan berbagai jenis modal (sosial, budaya, ekonomi, dan simbolik). *Second account* di Instagram dapat dipahami sebagai sebuah ranah (*field*) tersendiri di dalam lingkungan media sosial. Ranah ini memiliki karakteristik, aturan main, dan dinamika kompetisi yang berbeda dari akun utama.

Pada penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk mengetahui bagaimana penggunaan *second account* Instagram. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Agustiana (2023) menekankan pada dramaturgi dalam penggunaan media sosial Instagram, yang terdiri dari akun pertama (*first account*) dan akun kedua (*second account*). Penelitian yang dilakukan oleh (Watusoke et al., 2023) menjelaskan mengenai motif Gen Z dalam berekspresi diri melalui *second account* Instagram, diantaranya adalah lebih leluasa dalam mengekspresikan diri, membangun hubungan sosial yang lebih kuat, dan membantu gen Z dalam pengembangan diri. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Bilqis et al., 2024) tentang *self disclosure* pada penggunaan *secont account* Instagram memiliki motif untuk menjaga privasi dan menjaga citra diri. Keterbaruan penelitian ini terletak pada

pendekatan yang digunakan untuk menganalisis fenomena penggunaan *second account* di Instagram dengan menggunakan teori habitus, modal, dan ranah Pierre Bourdieu. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengeksploratif motif dan dampak penggunaan *second account* di Instagram, penelitian ini menambahkan ruang baru dengan mengkaji habitus, modal, dan ranah sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku gen Z dalam penggunaan *second account* di Instagram. Penelitian mengenai penggunaan *second account* di media sosial, terutama Instagram, sangat penting karena fenomena ini mencerminkan cara Generasi Z menghadapi tekanan sosial dan tantangan identitas di era digital. Dengan meningkatnya tekanan sosial dan masalah privasi, *second account* sering kali menjadi alat bagi Gen Z untuk mengekspresikan diri secara lebih aman dan leluasa.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran habitus, modal dan ranah dalam penggunaan akun kedua (*second account*) di media sosial oleh Gen Z, sehingga penulis mengadakan penelitian yang berjudul penggunaan *second account* media sosial Instagram di kalangan generasi Z: studi habitus, modal, dan ranah menurut Pierre Bourdieu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan serta berbagai fenomena yang berkaitan tentang penelitian ini, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana peran habitus, modal, dan ranah dalam penggunaan *second account* di media sosial Instagram generasi Z.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana peran habitus, modal, dan ranah dalam penggunaan *second account* di media sosial Instagram generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat praktis

1) Bagi penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah sebagai syarat untuk memenuhi mata kuliah seminar dan tugas akhir.

2) Bagi pembaca

Penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan sebagai salah satu rujukan informasi bagi masyarakat mengenai Analisis "Habitus, Modal, dan ranah Studi Penggunaan *Second Account* di Media Sosial Instagram Generasi Z"

b. Manfaat teoritis

Manfaat yang diharapkan dari penulis adalah sebagai pembelajaran masyarakat dan sebagai rujukan informasi bagi peneliti selanjutnya jika terdapat kesamaan tema maka diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan dan dikaji lebih mendalam.