

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi media sosial memegang peranan penting dan sangat erat sekali dengan kehidupan manusia. Berinteraksi pada media sosial sangat diperlukan karena hal tersebut dapat memperluas jaringan relasi seseorang. Dengan adanya media sosial, kita dapat melakukan berbagai aktivitas dua arah dengan berbagai bentuk pertukaran dan kolaborasi. Kita dapat saling melakukan pengenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual, karena di dalam media sosial kita dapat melakukan *sharing*, *collaborating* dan *connecting* (Puntoadi, 2011). Dengan memanfaatkan koneksi, pengembangan relasi antar individu dalam kehidupan bermasyarakat akan tercapai, karena kita dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk memperluas relasi, bahkan kita dapat menggunakannya sebagai wadah untuk melakukan pengungkapan diri dan berekspresi.

Media sosial merupakan ruang yang membuat para pengguna dapat melakukan interaksi dengan pengguna lainnya secara *virtual* tanpa melakukan tatap muka secara langsung. Disini media sosial memiliki peran yang cukup besar dalam perubahan digitalisasi di Indonesia, terbukti dengan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia kini mencapai 191,4 juta jiwa pada Februari 2022. Jumlah ini mengalami kenaikan 12,6% dari tahun sebelumnya. Data tersebut dirilis oleh *We Are Social 2022* (Hootsuite, 2022). Berdasarkan hasil dari data, masyarakat Indonesia sangat erat kaitannya dengan internet dan media sosial. Media sosial dapat digunakan oleh siapapun sebagai suatu medium yang bisa berperan sebagai ajang untuk memperlihatkan eksistensi individu maupun sarana untuk berekspresi. Pengguna media sosial terbanyak berasal dari kalangan remaja, karena sebagian besar mereka menggunakan media sosial sebagai alat untuk melakukan eksistensi diri. Salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai tempat melakukan eksistensi diri adalah Instagram.

Dilansir dari *databoks.katadata.co.id* hasil riset dari *statista.com*, hingga Juli 2021 pengguna Instagram di Indonesia terus mengalami kenaikan hingga berjumlah sebesar 91,77 juta pengguna. Indonesia berada pada urutan keempat dengan pengguna Instagram terbanyak di tingkat Internasional setelah India, Amerika Serikat, dan Brazil (Statista, 2021). Sedangkan di Indonesia Instagram merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak yang menempati peringkat kedua setelah aplikasi Whatsapp. Jumlah pengguna Instagram tersebut pada Februari 2022 sebanyak 99,15 juta jiwa atau 84,8% dari jumlah populasi pengguna Instagram di Indonesia, dengan jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia paling banyak didominasi oleh gender perempuan. Tercatat dengan prosentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan sebanyak 52,3% sedangkan 47,7% pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki (Hootsuite, 2022). Dengan adanya perkembangan media sosial yang diciptakan dan dirancang layaknya seperti dunia nyata, jangkauan ruang virtual yang membutuhkan adanya jaringan internet, membuat jangkauan ini lebih luas dibandingkan dari jangkauan dunia nyata sendiri. Sehingga dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat membuat dunia menjadi terasa sempit sekali dengan adanya media sosial.

Jangkauan media sosial yang luas, khususnya pada Instagram yang menggunakan sistem pertemanan dengan sebutan “pengikut”. Artinya, ketika akun Instagram seseorang tidak mengaktifkan fitur “*private*” maka semua akun Instagram di seluruh dunia dapat mengakses dan melihat postingan yang terdapat pada akun tersebut. Begitupun sebaliknya, jika pengguna Instagram mengaktifkan fitur privasi, maka yang dapat melihat akun Instagram miliknya hanyalah orang tertentu saja yang telah disetujui oleh pihak pemilik akun dan telah menjadi pengikut dalam akun Instagram tersebut. Interaksi sosial antar individu pada media sosial Instagram akan terjalin lebih erat karena komunikasi dapat dilakukan dengan *intens* dari kegiatan *online* yang dilakukan para pengguna. Platform Instagram menjadi idola bagi remaja Indonesia khususnya para mahasiswa karena banyak fitur yang disuguhkan di dalamnya. Eksistensi Instagram diperkuat dengan didukung fitur-fitur baru yang menarik perhatian.

Pada platform Instagram para pengguna dapat mengunggah segala aktivitas yang mereka lakukan. Salah satu tujuan dari Instagram diantaranya adalah sebagai sarana kebebasan berekspresi bagi setiap orang yang berkeinginan mengabadikan tempat, barang, maupun dirinya sendiri dalam bentuk postingan foto maupun video (Shabrina et al., 2022). Mereka dapat dengan bebas berpendapat dan berekspresi melalui unggahan foto dan video pada akun pribadi miliknya. Ketika individu telah mencapai keberhasilan dalam pengungkapan perasaan dan kebutuhan yang ingin mereka ungkapkan, keberhasilan tersebut akan meningkatkan kepercayaan diri yang akhirnya peningkatan kepercayaan diri tersebut akan meningkatkan semangat hidup mereka.

Pengguna Instagram memiliki kesempatan dan hak untuk sengaja melakukan konstruksi mengenai identitasnya. Kebebasan berekspresi dilakukan untuk mencapai kepuasan pada diri para remaja. Dan tidak dapat dihindari, realitanya Instagram seperti menuntut para pengguna untuk tampil “*a perfect person*” di mata publik. Hal tersebut sudah biasa terjadi pada kalangan remaja ataupun mahasiswa. Namun, tidak semua orang dapat dengan leluasa melakukan *self-expression* di akun media sosial Instagram pribadinya. Beberapa orang memiliki ketakutan jika terdapat pihak lain yang menilainya negatif. Hal tersebut juga dapat membuat mereka merasa kurang percaya diri dan memperhatikan setiap langkah yang akan mereka lakukan di akun Instagram miliknya.

Penelitian ini berangkat dari fenomena di mana banyak remaja pengguna aplikasi Instagram yang membuat dan menggunakan Instagram kedua atau *second account* untuk memposting foto dan video mereka. Para remaja ini menggunakan *second account* Instagram agar dapat bercerita atau melampiaskan apa yang mereka alami namun tidak dapat mereka ungkapkan pada akun media sosial khususnya pada akun Instagram utama. Biasanya mereka mengunggah pengalaman atau foto dan video yang bersifat pribadi atau dapat juga mengunggah kutipan kalimat yang menggambarkan kesedihan atau

kebahagiaan dari diri mereka. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *second account* Instagram membuat para penggunanya merasa lebih bebas dan leluasa untuk mengungkapkan tentang diri mereka dan melakukan penyampaian informasi bersifat privasi kepada pengguna lain yang dianggapnya dekat. Tidak jarang media sosial Instagram juga dapat menimbulkan konflik batin bagi diri para pengguna apabila mereka tidak dapat mengikuti tren dan tidak dapat memenuhi standar unggahan dari pengguna yang lain. Untuk mengatasi rasa tertekan agar dapat tampil *perfect* di Instagram, tidak jarang para pengguna Instagram membuat *second account* untuk mengekspresikan diri dengan leluasa dan sesuka hati yang tidak dapat mereka lakukan. Ketidaknyamanan dan kecemasan yang dialami oleh beberapa pengguna Instagram ini membuat mereka lebih nyaman untuk mengunggah foto dan video di *second account* Instagram miliknya saja.

Pada survei HAI membuktikan bahwa 46% remaja Indonesia memiliki *second account* pada Instagram mereka. Bahkan sebesar 60% remaja yang telah memiliki *second account* tersebut, masih memiliki akun *alter* lainnya yang sengaja di-*private* (Bahar, 2018). Menurut (Harmoko, 2020) menjelaskan bahwa *second account* bisa digunakan sebagai pilihan untuk membatasi kepentingan profesional dan pribadi. Seperti pada akun utama (*main account*) adalah portofolio diri atau akun bisnis yang digunakan untuk kepentingan *self-branding* dan akun kedua (*second account*) berfungsi untuk berinteraksi dengan kerabat terdekat. Dan kebanyakan pengguna akun kedua lebih nyaman dengan (*finstagram* atau akun kedua) karena dianggap sebagai akun nyata kita dan dapat memperlihatkan akun pribadi yang lebih jujur (Williams, 2016). Penggunaan *second account* menjadi lebih terbuka tentang kehidupan pribadi para pengguna dari pada penggunaan yang terdapat di akun utama mereka.

Penelitian ini menggunakan teori manajemen privasi komunikasi milik Sandra Petronio, di mana pada teori ini membahas mengenai keterbukaan dan privasi antara seseorang dengan publik. Disini peneliti ingin mengkaji lebih dalam untuk melihat dan menggali motif apa saja yang mempengaruhi

seseorang mengenai keterbukaan atau menutupi informasi melalui teori komunikasi manajemen privasi. Teori ini menjelaskan bahwa setiap individu yang menjalin sebuah hubungan melakukan batasan antar publik dan pribadi, antara perasaan dan pikiran di mana mereka bersedia berbagi informasi pribadinya dengan individu lain atau tidak (Kevin Garindy Junior & Hastjarjo, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengguna *second account* Instagram dalam mengelola keterbukaan privasinya. Fakta tersebut yang mendorong peneliti untuk mencari tahu bagaimana para remaja atau mahasiswa berusaha untuk terbuka dan juga berusaha untuk menutupi rahasia pribadinya dalam kehidupan sehari-hari melalui penggunaan *second account* Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Bagaimana manajemen privasi komunikasi Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam penggunaan *second account* Instagram?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka tujuan dari penelitian yang akan dibahas adalah untuk mengetahui manajemen privasi komunikasi Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam penggunaan *second account* Instagram.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi khususnya pada bidang *cyber media*.

- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi mahasiswa dalam mengembangkan kajian pada ilmu komunikasi, khususnya mengenai manajemen privasi komunikasi pada media sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pengguna media sosial khususnya Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang menggunakan *second account* Instagram mengenai manajemen privasi komunikasi mereka di Instagram.
- b. Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi subjek dalam penelitian agar dapat memahami gambaran akan dirinya pada penggunaan *second account* Instagram.
- c. Mampu memberikan pemahaman bagi masyarakat umum dalam melakukan manajemen privasi komunikasi di media sosial khususnya pada Instagram.