

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang serba cepat mendorong kebutuhan masyarakat akan kemudahan dan keefisienan waktu. Dalam situasi ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan fleksibilitas dalam kehidupan masyarakat, utamanya bagi Generasi Z yang lahir dan tumbuh di era teknologi digital. Maraknya Generasi Z yang menggunakan dua akun dalam satu platform media sosial menjadikan suatu fenomena yang menarik untuk di eksplorasi.

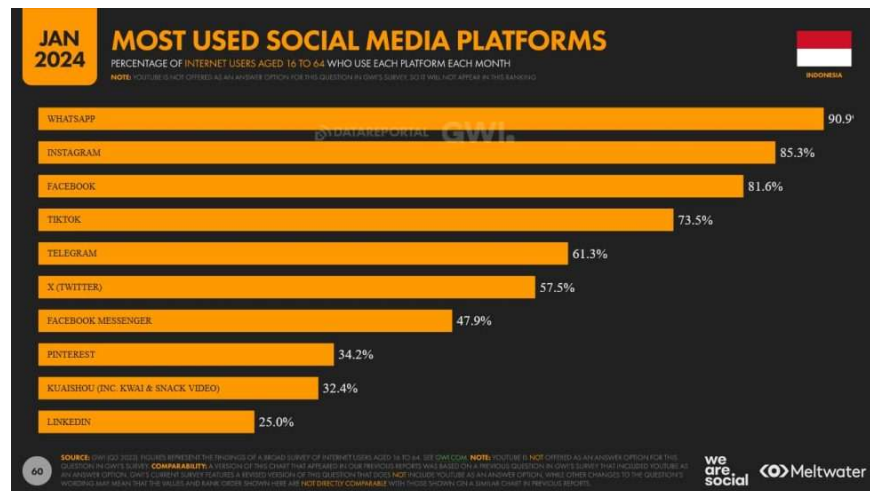
Provinsi Jawa Timur masuk sebagai wilayah dengan pengguna internet yang besar, sehingga fenomena penggunaan *second account* di kalangan Generasi Z mencerminkan kebutuhan untuk mengekspresikan identitas diri yang berbeda, yang sering kali tidak dapat dilakukan di akun utama mereka. Bagi Generasi Z, *second account* Instagram menjadi media yang strategis dalam menunjukkan identitas diri mereka, meski ada juga yang tidak sepenuhnya menunjukkan identitas dirinya di *second account* maupun dunia maya. Sehingga dari fenomena tersebut, menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana Generasi Z mengelola identitas diri pada media digital melalui *second account* Instagram.

Generasi Z yang terlahir antara tahun 1997 hingga 2012 tidak bisa lepas dari teknologi dan internet, sebab kalangan ini lahir berinteraksi dengan didikan kemajuan teknologi internet, dan hal semacam ini bukanlah sebuah inovasi seperti pemahaman generasi sebelumnya, melainkan elemen penting yang harus ada dalam kehidupan mereka (Hastini et al., 2020). Generasi Z sendiri disebut sebagai *igeneration* atau generasi internet yang tumbuh dengan keterampilan dalam mengoperasikan media teknologi serta memiliki karakter *multi-tasking* yang unik, yang berbeda dengan generasi sebelumnya (Citra Christiani & Ikasari, 2020).

Karakter Generasi Z yang tidak bisa lepas dari teknologi internet, membuat media sosial menjadi teknologi yang sering digunakan oleh generasi ini. Data Digital Indonesia yang dirilis pada Januari 2024 mengungkapkan, rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu terhadap teknologi informasi dan komunikasi lebih banyak pada media sosial selama 3 jam 11 menit setiap harinya. Disisi lain, platform media sosial Instagram berada di peringkat kedua setelah WhatsApp dengan presentase pengguna sebesar 85,3 persen, yang menjadikan

Instagram sebagai media sosial berbasis jejaring sosial dan berbagi konten yang paling diminati di Indonesia (We Are Social Indonesia, 2024). Adapun platform Instagram sebagai media sosial yang berorientasi pada konten visual dimana fitur seperti *feed* ataupun *reels* yang dibagikan pengguna dapat dilihat oleh audiens Instagram secara luas, sehingga akses audiens menjadi tidak terkontrol dan setiap unggahan dapat mempengaruhi tentang bagaimana seseorang dapat menampilkan identitas dirinya ditengah kelompok sosial digital tersebut. Hal ini yang menjadikan Instagram sebagai platform yang menarik untuk diteliti.

Data terbaru pada Desember 2024 oleh NapoleonCat, perusahaan analisis *social media* asal Polandia, menunjukkan jumlah pengguna Instagram di Indonesia yaitu sebanyak 90.183.200 pengguna dengan 54,2 % perempuan dan laki-laki sebanyak 45,8 % (NapoleonCat, 2024). Tingginya angka pengguna Instagram disusul oleh hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, dimana rata-rata generasi yang menggunakan platform Instagram paling banyak ditempati Generasi Z dengan presentase 51,90 persen, disusul Generasi Milenial (1981-1996) sebesar 22,14 persen, Generasi X (1965-1980) sebesar 12,91 persen, dan Generasi Baby Boomers (1946-1964) sebesar 12,79 persen (APJII, 2024).



Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024

(Sumber: Data Digital Indonesia 2024)

Presentase pengguna Instagram di Indonesia yang didominasi kalangan Generasi Z didorong oleh adanya fenomena penggunaan *second account* atau akun kedua dari kalangan tersebut. *Second account* lebih banyak digunakan untuk mengekspresikan diri secara bebas, lebih pribadi, dan sering kali untuk menghindari ekspektasi sosial yang melekat pada identitas digital mereka. *Second account* memberikan hal baru dalam menuangkan emosi dan pikiran

dengan lebih bebas karena pengikut yang terbatas dan hanya orang tertentu yang dipercayainya dalam akun tersebut (Prihantoro et al., 2020). Hal ini yang membuat perilaku pengguna *second account* cenderung berbeda dari yang ditunjukkan di akun utama mereka, baik dari segi kata yang digunakan, gestur tubuh, atau simbol-simbol tertentu yang terkait dengan identitas diri mereka.

Keputusan pengguna Instagram untuk memiliki *second account* ditunjukkan dalam survey pada Oktober 2022 oleh Jakpat, aplikasi survey di Indonesia terhadap 1.237 responden, menghasilkan bahwa jumlah kepemilikan *second account* terbanyak di Indonesia berada di Instagram, dengan presentase tertinggi sebesar 57 persen pengguna, disusul oleh Facebook sebesar 48,8 persen, TikTok 28,5 persen dan Twitter sebanyak 24,9 persen (Anggraeny et al., 2024). Fenomena ini menggambarkan adanya kebutuhan untuk memisahkan identitas diri yang lebih pribadi dengan identitas sosial yang lebih umum, sehingga menciptakan dualitas dalam menunjukkan identitas diri mereka di dunia maya.

Identitas termasuk bagian penting dari konsep diri, dalam hal ini tidak hanya berupa gambaran deskriptif, tetapi juga tentang bagaimana individu menilai dirinya sendiri berdasarkan pikiran dan apa yang dirasakannya (Rakanda, 2020). Seringkali jenis pengungkapan diri yang dilakukan melalui *second account* Instagram bermacam-macam, biasanya berupa foto acak, hingga tulisan *caption* atau *story* yang dirangkai dengan bahasa formal ataupun informal (gaul). Pengungkapan identitas diri melalui akun media sosial Instagram dapat berupa berbagi cerita keseharian, pengalaman pribadi yang berkesan, kesedihan, percintaan hingga berbagai permasalahan hidup (Anggraeny et al., 2024).

Fenomena identitas diri melalui *second account* Instagram oleh Generasi Z menjadi kajian yang menarik di provinsi Jawa Timur. Hal ini dikarenakan Provinsi Jawa Timur memiliki keberagaman subkultur kebudayaan terbanyak di Pulau Jawa, membuat masyarakatnya memiliki keunikan tersendiri dalam membentuk jati diri utamanya pada era digital saat ini. Pembentukan ini tentunya dipengaruhi oleh lingkungan yang turut berperan dalam membentuk identitas individu. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Jawa Timur mencapai 81,79%, dengan Generasi Z sebagai pengguna dominan (APJII, 2024). Tentunya fenomena pengelolaan identitas diri di dunia maya semakin berkembang seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan perubahan pola komunikasi digital di kalangan masyarakat Jawa Timur. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa masyarakat Jawa Timur sangat terhubung dengan dunia

digital, sehingga lebih mungkin untuk memanfaatkan platform media sosial dalam mengelola identitas dan interaksi sosial mereka.

Identitas diri dan interaksi sosial yang bersamaan dengan perubahan pola komunikasi digital di Jawa Timur mendorong Generasi Z untuk turut menggunakan teknologi yang bernama media sosial. Media sosial adalah medium virtual yang memudahkan penggunanya untuk berinteraksi, berpartisipasi, berbagi, serta mengekspresikan diri dalam berbagai platform, sehingga membangun ikatan sosial antara pengguna satu dengan yang lainnya (Fahmi & Arrasuli, 2021). Selain bagian dari perkembangan teknologi komunikasi yang memberikan banyak kemudahan, media sosial menjadi sarana bertukar informasi dengan pengguna lain diseluruh dunia hingga medium untuk berekspresi atau menunjukkan identitas diri. Pada dasarnya, media sosial berfungsi sebagai perantara interaksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan melalui kata-kata, gambar, dan video dalam sebuah jaringan dan komunikasi virtual (Boer, 2021).

Mengkaji fenomena pengelolaan identitas diri Generasi Z dalam menggunakan *second account* pada media sosial Instagram. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah peneliti temukan terkait fenomena Generasi Z dalam penggunaan *second account* Instagram. Kajian penelitian terdahulu oleh Meilinda Tiara Ardiesty dkk, mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang pada tahun 2022 dengan judul Motif Dan Makna *Second Account* Instagram Bagi Mahasiswa Di Kota Karawang mengungkapkan mengenai tiga motif penggunaan *second account* pada media sosial Instagram oleh mahasiswa di Kota Karawang, diantaranya; mendapatkan komentar yang kurang menyenangkan, mengikuti tren, serta mengabadikan momen penting yang membutuhkan ruang penyimpanan. Selain itu, penelitian tersebut juga menyebutkan tiga motif tujuan dan fungsi pembuatan *second account* yakni; dapat digunakan sebagai akun spam, hubungan pertemanan yang lebih dekat, dan dapat menjadi tempat yang aman untuk membuka diri dengan lebih bebas. Persamaan dari penelitian ini adalah keduanya menggunakan objek yang sama yaitu penggunaan *second account* Instagram, namun perbedaannya terdapat pada “motif dan makna”. Sementara penelitian selanjutnya, objek penelitiannya mengacu pada “pengelolaan identitas diri”. Perbedaan selanjutnya yaitu tempat dan fokus subjek penelitian. Dalam penelitian ini bertempat di Kota Karawang, menjabarkan tentang fungsi kegunaan *second account*, dan fokus subjek penelitian yaitu mahasiswa di Kota Karawang. Sementara fokus subjek peneliti yakni Generasi Z diwilayah Jawa Timur yang secara aktif menggunakan *second account* Instagram sekaligus

mendalami perilaku Generasi Z di Jawa Timur dalam mengelola identitas diri pada platform *second account* Instagram.

Penelitian terdahulu selanjutnya oleh I Putu Hendika Permana dkk, mahasiswa STIKOM Universitas Teknologi Indonesia pada tahun 2021 dengan judul Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua Di Media Sosial Instagram, meneliti tentang perilaku dan alasan utama pengguna Instagram memutuskan untuk membuat *second account*, mendapatkan hasil 15 data yaitu; 1) dapat memposting konten dalam jumlah banyak dan lebih bebas, 2) membuat akun instagram lebih tertutup (*privacy*), 3) memantau akun instagram orang lain, 4) membagikan kegiatan untuk orang-orang terdekat, 5) mengikuti akun *online shop*, 6) memisahkan postingan pribadi dan profesional, 7) keinginan memiliki akun lebih dari satu, 8) sebagai akun uji coba postingan sebelum diunggah ke akun utama, 9) mempromosikan produk atau jasa, 10) memiliki teman baru diluar akun utama, 11) menyembunyikan identitas asli, 12) lebih leluasa mengekspresikan diri, 13) membatasi circle pertemanan, 14) menambahkan likes dan followers untuk akun utama, dan 15) menjadi alternatif saat akun utama mengalami gangguan. Persamaan dari penelitian ini adalah keduanya menggunakan objek yang sama yaitu penggunaan *second account* Instagram. Sementara perbedaan dari penelitian ini ada pada objek penelitian yang lebih berfokus pada alasan utama pengguna akun kedua, serta subjek penelitian yang lebih luas yakni pengguna *second account* Instagram. Sementara pada objek penelitian saat ini, lebih mendalami fenomena pengguna Instagram dalam mengelola identitas diri mereka melalui *second account*, serta subjek penelitian yakni generasi Z yang berasal dan tinggal diwilayah Jawa Timur.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dijabarkan, fenomena identitas diri Generasi Z pada penggunaan *second account* Instagram sebagian besar dilatarbelakangi oleh keinginan mereka untuk mengekspresikan kebebasan diri. Terlebih dengan adanya media sosial Instagram, memungkinkan mereka untuk dapat menyalurkan kebebasan berekspresi secara virtual. Melanjutkan dari penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk mendalami bagaimana Generasi Z mengelola identitas diri mereka secara digital melalui perspektif fenomenologi dengan menginterpretasikan pengalaman mereka secara historis terkait pengelolaan identitas diri dalam penggunaan *second account* Instagram. Subjek penelitian berasal dari kalangan Generasi Z yang tinggal dan berasal dari provinsi Jawa Timur, serta aktif menggunakan *second account* Instagram. Peneliti akan mendalami permasalahan dengan judul “Identitas Diri dalam Penggunaan *Second Account* Generasi Z pada Media Sosial Instagram : Studi Fenomenologi Penggunaan *Second Account* oleh Generasi Z”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Generasi Z mengelola identitas diri dalam penggunaan *second account* pada media sosial Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Generasi Z mengelola dua identitas dalam penggunaan *second account* pada media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam terkait fenomena Generasi Z dalam mengelola identitas diri mereka pada penggunaan *second account* Instagram. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang fenomena pengungkapan diri dalam konteks digital terutama kalangan Generasi Z, serta dapat mengembangkan pengetahuan mengenai Generasi Z dalam mengelola identitas diri di era digital.
2. Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, khususnya terkait ruang ekspresi diri autentik di media digital yang dapat melengkapi literatur Goffman maupun literatur Fenomenologi lainnya dalam konteks digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan kesadaran reflektif dibalik identitas yang ditampilkan oleh para pengguna Instagram agar lebih mengenal jati diri dalam ruang lingkup media sosial Instagram.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengetahuan bagi orang tua untuk dapat memberikan dukungan secara mental sebagai upaya membangun kepercayaan diri anak agar tidak sepenuhnya berpacu pada stigma sosial baik di kehidupan nyata maupun dunia maya, dengan tetap memberikan pengasuhan terkait dampak keterbukaan identitas yang tidak terkontrol dari segi positif dan negatif.
3. Penelitian ini diharapkan juga bermanfaat bagi praktisi/psikolog dalam menyusun pendekatan konseling yang relevan dengan fenomena fragmentasi identitas di media sosial, serta memahami pola *coping mekanism* (mekanisme pertahanan diri) remaja melalui pengarsipan kehidupan pribadi di akun privat.