

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda. Dari sekian banyak platform yang dapat digunakan sebagai wadah *second account* Instagram lebih unggul dibandingkan dengan Aplikasi X dan Facebook. Instagram menunjukkan tingkat popularitas yang lebih tinggi dibandingkan Aplikasi X dan Facebook. Menurut studi yang dilakukan oleh (GoodStats, 2023) banyaknya pengguna Instagram ini terlihat dari jumlah pengguna aktif Instagram yang secara signifikan melampaui kedua platform tersebut. Di Indonesia, pengguna Instagram mencapai 106 juta orang, jauh lebih tinggi dibandingkan Twitter yang hanya digunakan oleh sekitar 14,8 juta orang. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada statistik pengguna, tetapi juga mencerminkan preferensi perilaku pengguna media sosial. Instagram, yang mengutamakan konten visual, dianggap lebih menarik bagi generasi muda dibandingkan Twitter yang lebih fokus pada teks dan opini. Studi yang diterbitkan (Doe, J 2019) menyatakan bahwa pengguna lebih cenderung mengekspresikan emosi mereka melalui media visual seperti foto dan video di Instagram, sedangkan Twitter cenderung digunakan untuk menyampaikan pikiran dan komentar secara verbal (Ferrara, 2016). Selain itu, jika dibandingkan dengan Facebook, Instagram juga mengalami peningkatan popularitas, terutama di kalangan remaja. Survei yang dilakukan oleh (GoodStats, 2023) menunjukkan bahwa hanya 3% remaja di Amerika Serikat dan Indonesia yang menyukai Facebook). Penurunan pengguna muda di Facebook juga diamati oleh eMarketer yang mencatat pergeseran preferensi dari Facebook ke platform yang lebih visual seperti Instagram dan Snapchat (Liputan6, 2018). Kecenderungan pengguna untuk lebih memilih Instagram dibandingkan platform lain juga tercermin dalam survei yang dilakukan oleh Piper Jaffray, yang menemukan bahwa 33% remaja Indonesia dan Amerika Serikat lebih menyukai Instagram, sedangkan hanya 20% yang memilih X (Kompas, 2015). Fakta-fakta ini menunjukkan bahwa Instagram berhasil merebut hati para pengguna

media sosial melalui pendekatan visual, fitur interaktif, dan daya tarik estetik yang kuat, sehingga mendorong lebih banyak orang untuk membuat akun utama bahkan akun cadangan (*second account*) di platform ini dibandingkan di X atau Facebook. Berdasarkan sumber data laporan digital 2023 pada tren pengguna Instagram di Indonesia yang dilansir *We Are Sosial* dan *Hootsuite*, pada saat ini pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2023 yaitu 85 juta jiwa, pada persentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan sebanyak 48.2% dan persentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki sebanyak 51.8%. Dengan banyaknya pengguna media Instagram, hal ini selaras dengan data yang penelitian peroleh dari *We Are Sosial*, yang menunjukkan bahwa Instagram sedang menduduki peringkat kedua sebagai platform media sosial yang banyak di gunakan di Indonesia tahun 2023. Dalam konteks ini *second account* Instagram muncul sebagai wadah untuk menampilkan citra diri seseorang yang berbeda dibandingkan dengan akun utama penggunanya, sehingga mereka memiliki ruang dalam menampilkan jati dirinya secara bebas dan tidak diketahui oleh publik (Nurdiati, 2022).

Dengan banyaknya jumlah presentase pengguna Instagram memberikan pengaruh besar terhadap penggunanya, para pengguna Instagram dapat berinteraksi dan memperperlakuan akun secara berbeda. Serta adanya Instagram menjadi peran penting dalam mengekspresikan diri (Dewi & Janitra 2018). Menurut Dewi dan Janitra Instagram digunakan sebagai sebuah medium untuk merepresentasikan diri atau menampilkan eksistensi penggunanya. Pengguna aktif Instagram di kalangan mahasiswa, dalam mengekspresikan diri melalui postingan yang mereka unggah. Dengan ini pengguna akun Instagram mempunyai adanya keterbukaan diri melalui fitur fitur yang ada pada media sosial Instagram. Misalnya melalui fitur instastory, pengguna Instagram awalnya memposting pengalaman pribadinya mengenai kegiatan sehari-harinya sebagai mahasiswi. Mahasiswi lebih memperhatikan citra diri dibandingkan dengan mahasiswa. Dibandingkan dengan laki-laki, perempuan lebih menyukai memasang potret di profil di media sosialnya dan lebih aktif mengunggah aktivitasnya sehari harinya ke media sosial (Widya, 2024).

Perempuan biasanya lebih memilih foto atau video yang memperlihatkan sisi atraktif dan daya tarik seksualnya secara jelas, foto dan video yang di tampilkan juga menekankan ekspresi emosional seperti kontak mata, tersenyum, serta

menggunakan filter yang di sediakan Instagram. Pengguna aktif Instagram dikalangan mahasiswi dalam hal ini berusaha menampilkan konten-konten yang dapat menarik pengguna lain agar mendapatkan kesan berupa like atau komentar. Platform Instagram digunakan untuk mempresentasikan citra baik bagi para penggunanya. Konten yang diunggah biasanya memiliki sifat estetika, dioptimalkan untuk ekspresi diri, dan juga merupakan hasil ekspresi diri yang kreatif. Instagram adalah platform berbasis gambar dan video pengguna dapat lebih mudah menggunakan gambar atau video daripada teks untuk mengekspresikan diri. Dari sinilah kecemasan bermedia sosial dapat muncul terhadap penggunanya, sehingga di saat Instagram digunakan berlebihan dan digunakan di setiap situasi oleh pengguna media sosial Instagram dapat menimbulkan kecemasan yang berlebih, ketika pengguna mulai membandingkan dirinya dengan orang lain. Karena sangat beresiko lebih besar untuk mengalami depresi dan kecemasan sosial (Lestari & Solekhah, 2022).

Menurut (Sawaki & Wahyuni, 2025), yang lebih rentan mengalami kecemasan dalam bersosial media yaitu mahasiswi yang dalam tahap perkembangan emerging *adulthood* periode dimana perkembangan individu dari masa remaja akhir hingga usia dua puluh tahun akhir, yang berfokus secara spesifik di usia 18 hingga 25 tahun. Karena mahasiswi di fase tersebut lebih sering menghabiskan banyak waktu luang untuk menggunakan internet dan mengakses media sosial salah satunya Instagram. Fitur yang ada pada platform banyak keutungan bagi seseorang dalam kecemasan sosial yang terhambatnya kepercayaan diri serta mempresentasikan dirinya secara langsung, seperti fitur *Multiple Account* memiliki kegunaan untuk dapat memiliki akun Instagram lebih dari satu akun pada satu smartphone yang dimiliki. Banyak pengguna Instagram yang memiliki akun lebih dari satu yang biasanya di sebut dengan akun kedua (*second account*). Dalam konteks pengungkapan diri deskriptif, pengguna media sosial (Instagram) dapat mengungkapkan detail tentang dirinya yang mungkin tidak diketahui orang lain, seperti pekerjaan atau tempat tinggalnya. Pengungkapan diri evaluatif bertujuan untuk mengkomunikasikan pandangan atau sentimen pribadi, seperti menyukai atau tidak menyukai barang-barang tertentu (Febyantari, 2019).

Pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Karismawati, 2024) yang tertuang dalam bentuk skripsi menunjukkan bahwa penggunaan *second* Instagram berfungsi sebagai panggung depan, tempat pengguna menampilkan diri sesuai dengan harapan sosial, norma, atau citra yang ingin ditunjukkan kepada publik. Pengguna biasanya lebih berhati-hati dalam memilih konten, menjaga estetika feed, dan mempertimbangkan reaksi dari *followers* yang lebih luas dan beragam. Akun utama sering kali mencerminkan citra diri yang lebih ideal, formal, atau "disesuaikan" dengan ekspektasi sosial (Zainuri, 2021). Adanya *second account* bisa menghasilkan hal yang berbeda, banyak hal baru yang di posting oleh seseorang melalui *second account*. Munculnya fenomena pengguna *second account* pada mulanya digunakan sebagai presentasi diri yang berbeda di kedua akun utama dan akun kedua yang dimilikinya, untuk mendapatkan citra diri dihadapan pengikut atau para akun pengguna yang bermutualan sehingga membentuk identitas diri sesuai apa yang diinginkan.

Fenomena *second account* di Instagram telah banyak digunakan oleh pemilik akun Instagram. Mereka melakukannya sebab mempunyai tujuan yang berbeda-beda sehingga rata-rata yang menggunakan *second account* terbanyak merupakan seorang wanita, alasannya adalah wanita yang sangat emosional dan mereka terkadang tidak ingin menahan sendiri. Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh (Permana & Sutedja 2021) menunjukkan bahwa Perilaku pengguna dalam akun kedua sangat berkaitan erat dengan kebutuhan akan privasi dan kebebasan berekspresi. Dalam ranah ini, privasi bukan hanya soal menyembunyikan informasi dari orang asing, tetapi juga tentang menciptakan ruang aman dari tekanan sosial, norma masyarakat, dan tuntutan pencitraan yang melekat pada akun utama. Pengguna merasa lebih bebas mengekspresikan perasaan, mengunggah konten tanpa filter, serta mencurahkan pikiran atau emosi yang mungkin dianggap tidak pantas atau tidak sesuai dengan "persona" yang ditampilkan di akun utama.

Emosi dan pikiran yang dituangkan di *second account* lebih bebas karena seseorang membatasi *followers* pada akun tersebut, dan dalam hal keterbatasan tersebut adalah suatu privasi yang banyak tidak diketahui sebab para pengikutnya adalah orang-orang terdekat dan dipercayainya. Sehingga seseorang pengguna

second account berani menuangkan pikiran dan emosi karena mereka saling percaya. Data menunjukkan pengguna Instagram ditahun 2023 didominasi oleh remaja dan dewasa muda. 30,8% pengguna Instagram masuk kedalam kelompok usia 18-24 tahun. Kelompok usia 25-34 tahun menyusul di posisi kedua dengan nilai 30,3% dan kelompok usia 35-44 tahun di posisi ke tiga dengan 15,75%. Dalam arena sosialnya, individu mempunyai sebuah kenyamanan dan mereka menjadikan *second account* sebagai ruang yang tepat untuk menjadi diri sendiri sehingga tidak perlu ragu dalam membagikan apapun dalam berbagai moment (Wattinema dkk, 2022). Dalam hal ini sejalan dengan temuan yang dipaparkan dalam sebuah artikel yang menyatakan bahwa privasi menjadi motivasi utama di balik pembuatan *second account*. Banyak individu merasa bahwa akun utama mereka terlalu "terbuka" atau "diawasi" oleh lingkungan sosial (keluarga, rekan kerja, teman sekolah), sehingga tidak bisa mengekspresikan diri secara autentik. Dengan *second account*, mereka memiliki ruang yang lebih aman dan terbatas untuk mengontrol informasi yang dibagikan dan kepada siapa informasi itu ditampilkan. Akun kedua bersifat privat, sehingga hanya pengguna yang disetujuinya yang dapat mengikutinya. Hanya segelintir teman itupun yang sangat dekat dengan pemilik akun yang diizinkan untuk menjadi pengikut. Dimana pemilik akun merepresentasikan diri atau menampilkan eksistensi kepada para pengikutnya tanpa kecemasan yang muncul dalam dirinya. Sehingga presentase diri yang biasa diunggah oleh pengguna *second* menjadi suatu kebiasaan yang dilakukan secara tidak sadar apa yang tengah diposting melanggar norma atau tidak sebab pengguna akun tersebut dalam arena yang privasi yang tertutup sehingga bebas berekspresi (Balqis, 2023).

Pengguna memiliki dua akun yang dibagi menjadi akun yang mempresentasikan diri yang sebenarnya pada akun kedua (*second account*) sedangkan akun utama adalah akun yang menampilkan imaji diri ideal yang ingin dibangun dengan kata lain pengguna tidak dapat menampilkan dirinya sendiri pada akunnya karena, merasa tidak pantas dan merasa tidak mampu menjadi dirinya sendiri. Pada akun utama yang dimiliki menunjukan bahwa yang diposting harus terlihat indah pada para pengikut sehingga menimbulkan rasa cemas karena akan penilaian orang lain terhadap unggahan yang akan di posting. Akun yang lebih menonjolkan citra diri ini identik dengan ideal sehingga menunjukan citra diri yang

baik untuk merepresentasikan diri agar menampilkan citra yang baik namun bukan menjadi dirinya yang seutuhnya karena dalam unggahan pada akun utamanya selalu memikirkan likes dan sedangkan pengguna menggunakan panggung belakang nya pada akun kedua yang dimilikinya.

Fenomena *second account* Instagram ini juga bukanlah hal yang asing atau aneh lagi yang terjadi di Universitas Trunojoyo Madura. Pembua tan akun kedua sebagai subjek dalam penelitian ini subjek penelitian ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, dimana pada informan mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura yang dipilih. Mempunyai *second account* Instagram ini mendominasi oleh mahasiswi yang ada di Universitas Trunojoyo Madura. Para mahasiswi termasuk sebagai kategori remaja putri karena rata rata berusia 18-24 Tahun. Para pengguna aktif *second account* mengaku lebih aktif di *second account* Instagram yang dimilikinya. Karena *second account* dianggap sebagai akun ternyaman untuk mengungkapkan diri dalam kehidupan sehari-hari *second account* tercondrong memiliki pengikut orang orang yang kenal dan dianggap dekat dan menjadi arena privasi bagi mereka.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bilqis, dkk 2024) menyatakan bahwa penggunaan akun kedua pada mahasiwa menciptakan identitas tambahan tanpa terpikat pada akun utama seperti yang diharapkan. Mereka juga menyatakan bahwa individu mempunyai *second account* Instagram untuk menjaga privasi yang diposting. Penelitian sejenis juga dilakukan oleh (Dewi dan Janitra 2018) yang menyatakan bahwa individu memmpunyai *second account* pada Instagram sebagai buku harian atau dimana mereka setiap harinya membagikan konten tanpa rasa kecemasan dan untuk menampilkan diri mereka yang lain dan secara bebas.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Wattinema, 2022), mereka juga menyatakan bahwa penggunaan *second account* Instagram digunakan untuk menjaga citra dirinya dari hal-hal negatif yang tidak diinginkan. Selain itu mereka juga mengatakan bahwa menggunakan second accout mereka lebih merasa nyaman dan aman privasi mereka pun juga terjaga sebab terbatasnya akun lain untuk mengikuti. Yang menjadi pembaruan pada penelitian judul ini adalah menggunakan

konsep dari Pierre Bourdieu yang melihat habitus mahasiswi meluangkan privasinya pada arena sosial.

Penelitian ini akan membahas mengenai penggunaan *second account* sebagai ruang privasi dalam konteks arena sosial dan habitus dikalangan mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura, khususnya pada informan yang berstatus sebagai mahasiswi universitas Trunojoyo madura yang masih aktif dalam menggunakan *second account* Instagram. Karena pada masing-masing karakteristik informan seperti salah satunya yaitu senang mengabadikan moment nya di media sosial khususnya di *second account* nya tersebut menjadi alasan peneliti memilih para informan-informan tersebut dan subjek penelitian ini adalah akun kedua di Instagram kemudian urgensi dalam penelitian ini untuk melihat hubungan antara pengguna *second account* Instagram sebagai arena sosial yang bersifat privasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :
Penggunaan *Second account* seperti apakah dalam perspektif Pierre Bourdieu (Habitus, Modal dan Arena)?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis Penggunaan *Second account*: Untuk menganalisis bagaimana mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura menggunakan *second account* Instagram sebagai ruang privasi dalam mengekspresikan diri dan membagikan konten.
2. Mengevaluasi Pengaruh terhadap Citra Diri: Untuk mengevaluasi bagaimana penggunaan *second account* Instagram mempengaruhi citra diri dan kepercayaan diri mahasiswi, serta perbedaan antara presentasi diri di akun utama dan *second account*.
3. Mempelajari habitus dan arena sosial: Untuk mempelajari bagaimana habitus serta arena sosial mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura

terbentuk dan dipengaruhi oleh penggunaan *second account* Instagram dalam konteks sosial dan budaya mereka

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mampu memberikan manfaat diantaranya:

1. Secara teoritis, Memperkaya kajian akademis tentang penggunaan media sosial, khususnya fenomena *second account* Instagram sebagai ruang privasi dan ekspresi diri, serta menambah pemahaman tentang hubungan antara habitus, arena sosial, dan identitas digital dalam konteks media sosial.
2. Secara praktis, Memberikan wawasan bagi pengguna media sosial, khususnya mahasiswi, tentang bagaimana memanfaatkan *second account* untuk menjaga privasi dan mengekspresikan diri secara sehat dan juga Menjadi bahan pertimbangan bagi pendidik, konselor, atau pihak kampus dalam memahami perilaku digital mahasiswa dan membantu mengatasi kecemasan sosial terkait penggunaan media sosial.