

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Instagram merupakan media sosial berbasis internet yang dapat diakses dengan mudah dan tersebar luas dalam ruang virtual. Instagram dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berkomunikasi dan sebagai tempat ekspresi diri dengan mengunggah foto ataupun video. Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia, hal ini tercermin dari jumlah pengguna Instagram yang sangat besar di Indonesia. Menurut data dari Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 106,72 juta pada bulan Februari 2023. Angka ini meningkat 12,9% dibandingkan dengan jumlah pengguna pada bulan sebelumnya yang sebesar 94,54 juta pengguna. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia juga mengalami peningkatan sebesar 4,9% jika dibandingkan dengan angka pada bulan Februari 2022, dimana terdapat 101,76 juta pengguna di Indonesia.

Penggunaan Instagram yang signifikan membuat seseorang bisa mempunyai lebih dari satu akun Instagram. Seperti pada tahun 2015, mulai populer adanya *second account* yang berbeda dari akun Instagram umum (*main account*). Hal ini terjadi karena munculnya fitur baru yaitu *multiple account*. Sesuai dengan namanya, fitur *multiple account* ini berguna untuk menciptakan dua akun Instagram sekaligus dan juga berganti-ganti akun dengan mudah tanpa harus *sign out*.

Peluncuran fitur ini oleh Instagram ternyata memiliki motif ingin menambah basis penggunanya berkali lipat. Dan hal ini terjadi seperti halnya di Indonesia, seringkali seseorang memiliki dua akun Instagram untuk kebutuhan bisnis atau pekerjaan dan pribadi (Asep Irwan, 2015).

Instagram seringkali dipergunakan untuk kebutuhan umum seseorang untuk pekerjaannya, atau untuk sebuah bentuk *personal branding* yang membutuhkan *treatment* lebih di mana biasanya *feeds* atau tampilan akun Instagram seseorang akan terlihat lebih menarik dan '*Instagram-able*' sebagaimana preferensi pribadinya. Disamping itu, akun Instagram juga dipergunakan sebagai tempat seseorang untuk mengekspresikan dirinya sebebaskan mungkin tanpa ingin merasa dihakimi atau dinilai oleh orang lain. Meskipun Instagram memiliki fitur untuk membatasi privasi para pengguna supaya dapat tetap mengekspresikan dirinya di dalam satu akun, namun hal ini tidak menjadi penghalang bagi generasi muda untuk tetap membuat akun kedua atau *second account* (Pamungkas & Lailiyah, 2019).

HAI membuat survey mengenai penggunaan *second account* Instagram yang melibatkan 300 responden dengan hasil 46% remaja memiliki *second account*. Lebih dari setengahnya mengaku akun keduanya di-*private* dan tidak mengungkap identitas mereka (Alvin Bahar, 2018).

Dalam sebuah artikel di situs berita Inggris, The Guardian, disebutkan bahwa para remaja menggunakan akun kedua di Instagram untuk menjaga privasi mereka. Dengan menggunakan akun kedua, mereka dapat membagikan kehidupan mereka kepada orang-orang terdekat tanpa khawatir akan komentar dari pengikut mereka. Sebagian besar remaja menggunakan akun kedua untuk menyimpan

rahasia dari orang tua mereka, karena saat ini banyak orang tua yang memiliki akun Instagram dan mengikuti akun anak-anak mereka. Pada tahun 2016, sebuah studi di Inggris menemukan bahwa tiga perempat dari masyarakat Inggris mengaku berbohong tentang diri mereka sendiri di media sosial. Beberapa orang bahkan berhasil memalsukan kehidupan mereka, seperti seorang penulis majalah yang membuat hubungan palsu dan memposting foto yang diproduksi dengan cermat. Kebanyakan pengguna akun kedua merasa lebih nyaman dalam mengaburkan garis antara realitas dan fantasi *online*. Yang menarik dari fenomena ini adalah bahwa akun publik yang performatif dianggap sebagai akun asli kita, sedangkan akun pribadi yang lebih jujur dianggap sebagai akun palsu kita di Instagram. (Williams, 2016, seperti yang dikutip oleh The Guardian).

Instagram sendiri sempat mengeluarkan fitur baru pada tahun 2018 yaitu *close friend*. Fitur ini memberikan kebebasan pengguna untuk mengatur dan mengelola seperti apa hubungan pengguna dengan *followersnya*. Pengguna mampu mengontrol siapa saja yang dapat melihat informasi yang disampaikan oleh pengguna melalui fitur ini. Dengan adanya fitur *close friend*, pengguna bisa memilih untuk memberikan informasinya kepada orang-orang terpercaya saja yang dimasukkan ke dalam daftar *close friend*.

Permasalahan yang ditemukan penulis adalah adanya penggunaan fitur *close friend* pada *second account* Instagram di kalangan remaja akhir atau dewasa muda (usia 18-24 Tahun). Adanya *second account* sendiri sudah merupakan cara pengguna untuk melakukan kebebasan untuk mengekspresikan diri dan mengontrol

siapa saja penerima informasi yang lebih personal dan privat. Namun, saat ini tidak sedikit pengguna *second account* yang juga menggunakan fitur *close friend*.

Penggunaan fitur *close friend* pada *second account* Instagram termasuk ke dalam manajemen privasi komunikasi, dimana terdapat kemungkinan adanya ketidakjelasan batasan pengungkapan diri atas informasi pribadi antara privasi dan publik. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan diberi judul “**Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna *Second Account* dalam Menggunakan Fitur *Close Friend*”**”.

1.2. Fokus Penelitian atau Pernyataan Masalah

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa fokus penelitian atau rumusan penelitian ini adalah untuk mengetahui Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna *Second Account* Instagram dalam Menggunakan Fitur *Close Friend*, dengan subjek penelitian yang tertuju kepada mahasiswa di kota Bandung.

1.2.2. Pernyataan Masalah

Adapun pernyataan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana informasi privat dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*?
2. Bagaimana batasan privat dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*?

3. Bagaimana kontrol dan kepemilikan dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*?
4. Bagaimana sistem manajemen berdasarkan aturan dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*?
5. Bagaimana dialektika manajemen dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini selain sebagai syarat untuk Ujian Sidang Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, juga memiliki tujuan lain sebagai berikut :

1. Mengetahui informasi privat dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*.
2. Mengetahui batasan privat dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*.
3. Mengetahui kontrol dan kepemilikan dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*.

4. Mengetahui manajemen berdasarkan aturan dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*.
5. Mengetahui dialektika manajemen dalam manajemen privasi komunikasi pengguna *second account* Instagram menggunakan fitur *close friend*.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2, antara lain sebagai berikut:

- 1) Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan, pengetahuan, dan pemahaman baru mengenai manajemen privasi komunikasi melalui penggunaan *second account* dan fitur *close friend* Instagram yang erat kaitannya dengan judul penelitian. Selain itu, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan ilmu dalam kajian ilmu komunikasi akan pemanfaatan teknologi informasi dan media baru dalam memenuhi kebutuhan komunikasi.

- 2) Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman baru bagi para pengguna Instagram, dari perspektif teknologi, aturan dan etika yang ada menyangkut bagaimana pengguna melalui prosedur yang ada di media sosial dengan aspek pengguna

second account di Instagram yang berkaitan dengan perilaku komunikasinya.