# BAB I PENDAHULUAN

# Latar Belakang

Penggunaan media sosial saat ini telah menjadi bagian penting untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Dengan banyaknya kebutuhan yang terpenuhi kehadiran media sosial tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari hal ini yang menjadikan penggunaan media sosial menjadi sangat penting dalam kehidupan kita. Kebutuhan akan media sosial yang semakin tinggi tentunya diikuti juga dengan perkembangan aplikasi dimedia sosial yang berlomba-lomba menawarkan berbagai fitur dan kegunaan supaya diminati pengguna media sosial.

Dari hasil survey napoleon.cat instagram merupakan media sosial yang paling banyak diminati di Indonesia. Instagram memiliki 97,38 juta pengguna pada Oktober 2022, jumlah tersebut meningkat 7% dibandingkan 2021 dengan jumlah 91,01 juta pengguna (2022).

Instagram berasal dari dua suku kata. Kata “insta” berasal dari kata instan atau foto instan yang bermasud pada kamera polaroid yang dikenal dengan instan foto. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata telegram yang mana untuk mengirimkan informasi secara cepat. Aplikasi yang dirancang pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dibuat sebagai media sosial yang dapat memudahkan seseorang untuk mengunggah foto dan video dari dalam galeri, bahkan memotret atau merekamnya secara langsung menggunakan *smartphone* dimapun dan kapanpun dan membagikannya kepada sesama pengguna Instagram maupun media sosial lainnya secara cepat. Dengan kemudahan tersebut, instagram menjadi daya tarik tersendiri bagi penggunanya.

Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia pada 2021 yaitu kaum muda berusia 18-24 tahun sebanyak 33,90 juta pengguna dengan rincian sebanyak 16,9% berjenis kelamin perempuan, sedangkan pria sebanyak 15,3% (dikutip dalam napoleon.cat, 2021). Dengan mayoritas pengguna berusia 18-24 tahun dimana usia tersebut ialah usia kawula muda yang sedang berada diusia produktif. Kawula muda menjadi pengguna paling aktif, setiap peristiwa, momen, pencapaian mereka unggah ke dalam Instagram. Selain itu mayoritas penggunaan Instagram juga dilakukan untuk terhubung teman atau keluarga, mengisi waktu luang, melihat trending topik, melihat apa yang akan dikerjakan atau dibeli, menemukan konten, membaca berita, menonton tayangan langsung, serta menemukan barang yang akan dibeli.

Pengunaan media sosial Instagram juga digunakan sebagai sarana pemenuh kebutuhan diantaranya kebutuhan hiburan, kebutuhan mencari informasi, menjadi tempat mata pencaharian bagi sebagian orang, sarana mengekspresikan diri dan kebutuhan membangun identitas. Hal ini tidak terlepas dari banyaknya fitur Instagram yang mendukung berbagai kebutuhan tersebut. Salah satu fitur Instagram yang paling popular yaitu fitur *insta story*, yang mana kita bisa mengunggah foto atau video dari galeri maupun merekamnya secara langsung yang berlangsung selama 24 jam. Adapun motif penggunaan *insta story* oleh para pengguna instagram salah satunya untuk membagikan salah satu atau seluruh keseharian pengguna Instagram tersebut. Dengan adanya fitur ini fenomena yang banyak ditemukan adalah semakin banyaknya kecenderungan pengguna Instagram mengunggah foto atau video pribadinya yang bermaksud menunjukan keseharian, pencapaian, keunggulan diri, kehidupan yang mewah, dan lain sebagainya untuk mendapatkan kesan atau like dan komentar. Tentunya hal tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan membangun atau menunjukan identitas diri dengan memberikan kesan bermakna positif dengan membuat konten untuk dibagikan.

Fenomena lain yang banyak ditemukan adalah munculnya fenomena *second account*. Istilah pengguna pada media sosial Instagram terdiri dari dua jenis, pertama ialah *first account* atau akun utama yang merupakan kepemilikan akun Instagram guna menggambarkan dirinya sebagai seseorang yang sempurna atau bahkan digunakan hanya sebagai akun formalitas tanpa memposting apapun. Sedangkan *second account* disebut sebagai akun kedua digunakan untuk pengguna Instagram yang memiliki akun lebih dari satu, hal tersebut bertujuan untuk menunjukkan jati diri yang berbeda pada akun Instagram pertama.

Adanya *second* account berarti adanya perbedaan konten antara satu akun dengan akun lainnya. Kedua akun tersebut memiliki fungsi yang cukup berbeda dikarenakan menunjukan sebuah kondisi yang membuat seseorang menunjukan karakter berlainan untuk dipresentasikan kepada khalayak pada suatu waktu.

Pada *second account* pengguna cenderung pemilih terhadap pengikutnya, disebabkan pengguna kurang percaya diri mengenai diri pribadi, tidak adanya ruang berbicara, dan ketakutan untuk dikritik oleh masyarakat luas. Beberapa hal tersebut ditujukan untuk mempresentasikan diri mereka kepada pengguna lain dengan tujuan agar kehadiran mereka lebih dianggap dan mengundang rasa simpati.

Istilah *First account* dan *second account* ini relevan dengan Teori Dramaturgi oleh Erving Goffman. Dalam teori Dramaturgi, terdapat dimensi ekspresif yang berisi tentang makna sebuah aktivitas yang dilakukan oleh manusia dalam mengekspresikan dirinya melalui sosialisasi dengan orang lain dan menempatkan seseorang menjadi aktor dalam kehidupannya yang diyakini sebagai panggung sandiwara, yakni panggung depan dan panggung belakang.

Panggung depan (*front stage*) merupakan panggung yang banyak diperlihatkan kepada penonton dengan menampilkan sebuah peran formal dengan menampilkan mimic wajah, gaya, dan penampilan. Sedangkan panggung belakang (*back stage*) merupakan tempat aktor mempersiapkan dirinya untuk tampil di panggung depan. Pada panggung ini, seorang aktor tidak terkait dengan peran yang didalaminya, sehingga aktor lebih bebas untuk mengekspresikan diri tanpa orang lain mengetahui keadaan yang sesungguhnya (Mulyana, 2008, h 115).

Dengan adanya *first account* maupun *second account* kesimpulan yang didapat ialah bahwa pemilik akun ingin dikenal dirinya pada *first account* sebagai orang yang utama, sedangkan pada *second account* merujuk pada pemilik menunjukan “sisi lain” dari dirinya. Merujuk pada gagasan Mead dengan konsep *“I dan Me”,* ada kesenjangan antara diri kita dan diri kita yang tersosialisasi. Konsep *“I”* yang berarti tampil apa adanya dan konsep *“Me”* merujuk pada diri orang lain.

Pemilik akun tidak merasa khawatir terhadap komentar atau respon yang didapatkan pada *second account* karena pemilik akun selektif terhadap siapa yang berhak follow atau melihat isi dari akun tersebut. Biasanya hanya orang-orang terpilih yang berhak melihat isi dari *second account* tersebut seperti orang yang dipercaya dan tidak akan merespon secara berlebihan terhadap kebebasan pada konten yang diunggah.

*Second account* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan cukup populer digunakan. Secara terang-terangan atau tidak mahasiswa mempunyai second account Instagram. Umumnya satu orang memiliki dua atau lebih akun Instagram guna untuk semakin memperkecil *audience* berdasarkan konten yang akan dibagikan, hal ini sudah menjadi hal yang lumrah di kalangan Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan. Terbentuknya *second account* dilatar belakangi dengan banyak alasan. Salah satunya ialah ingin mengekspresikan pengguna dengan bebas dan menghindari komentar-komentar negatif. Umumnya *second account* ini berisi candaan, pandangan pribadi terkait topik yang sensitif, curhatan dan lain-lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin membahas lebih dalam mengenai perilaku komuniaksi pengguna *second account* Instagram di kalangan mahasiswa dengan judul “**Penggunaan *Second Account* di Instagram Pada Mahasiwa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan.”**

# Fokus dan Pertanyaan Penelitian

## Fokus Penelitian

Fokus penelitian meupakan tema masalah yang dihadapi dalam penelitian. Berdasarkan uraian dari konteks penelitian diatas, maka yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah **“Bagaimana Penggunaan *Second Accout* di Instagram Pada Mahasiwa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan?”**

## Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian ini untuk meneliti bagaimana panggung depan dan panggung belakang pengguna *second account* Instagram mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Pasundan, maka dirumuskan beberapa pertanyaan:

1. Bagaimana panggung depan (*front stage*) *second account* instagram mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan?
2. Bagaimana panggung belakang (*back stage*) *second account* instagram mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan?

# 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

## 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk menyelesaikan program studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Selanjutnya terdapat tujuan lain sesuai dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Mengetahui panggung depan (*front stage*) *second account* instagram mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan.
2. Mengetahui panggung belakang (*back stage*) *second account* instagram mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan.

## 1.3.2 Kegunaan Penelitian

### 1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dedikasi dalam kepustakaan teoritis bagi mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi yang tengah melakukan penelitian.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi berbagai pihak yang membutuhkan.
3. Hasil penelitian diharapkan dapat berperan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai perilaku komunikasi *second account* pengguna Instagram melalui teori Dramaturgi.

### 1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian diharapkan dapat menjadi dedikasi pemikiran bagi pemecah masalah yang berhubungan dengan topik penelitian.
2. Penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran mengenai perilaku komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa dalam *second account* Instagram.
3. Hasil penelitian dapat menjadi bahan masukan dan pemikiran mengenai panggung depan dan panggung belakang pengguna media sosial Instagram dari berbagai lapisan masyarakat.