

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar belakang**

Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan aspek penting yang memungkinkan individu, kelompok dan organisasi berinteraksi, bertukar informasi, dan membangun hubungan. Proses komunikasi tidak hanya terjadi secara langsung, namun juga melalui berbagai saluran komunikasi baik verbal maupun nonverbal. Pemahaman yang mendalam tentang komunikasi memungkinkan individu untuk meningkatkan keterbukaan, pemahaman, dan hubungan interpersonal dalam berbagai situasi kehidupan.

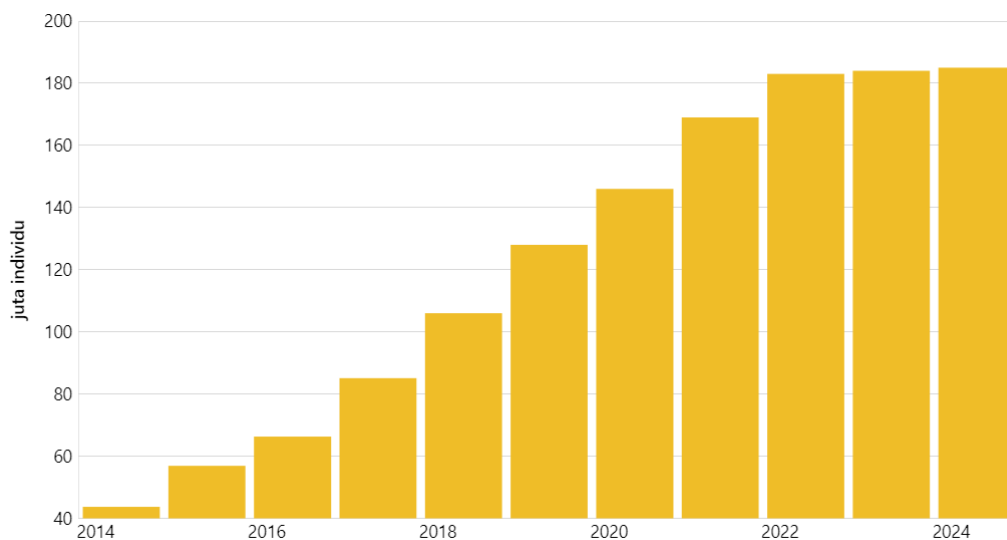
Media sosial telah mengubah cara kita berinteraksi, berbagi, dan bahkan menjalani kehidupan sehari-hari. Dengan munculnya platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya, kita dapat terhubung dengan orang di seluruh dunia dalam hitungan detik. Selain itu, media sosial telah memberi orang, perusahaan, dan organisasi kesempatan untuk mempromosikan diri mereka sendiri, menyebarkan ide, dan mempengaruhi opini publik.

Seperti yang diketahui, media sosial kini memiliki peran yang sangat signifikan dalam menyebarkan informasi. Fitur-fitur unik yang ditawarkan oleh platform-platform media sosial membuatnya berbeda dengan media massa pada umumnya, sehingga memperluas peran media sosial secara tidak langsung.

Ada berbagai macam media sosial yang ada pada saat ini, namun penulis hanya berfokus pada media sosial Instagram. Pemilihan media sosial Instagram

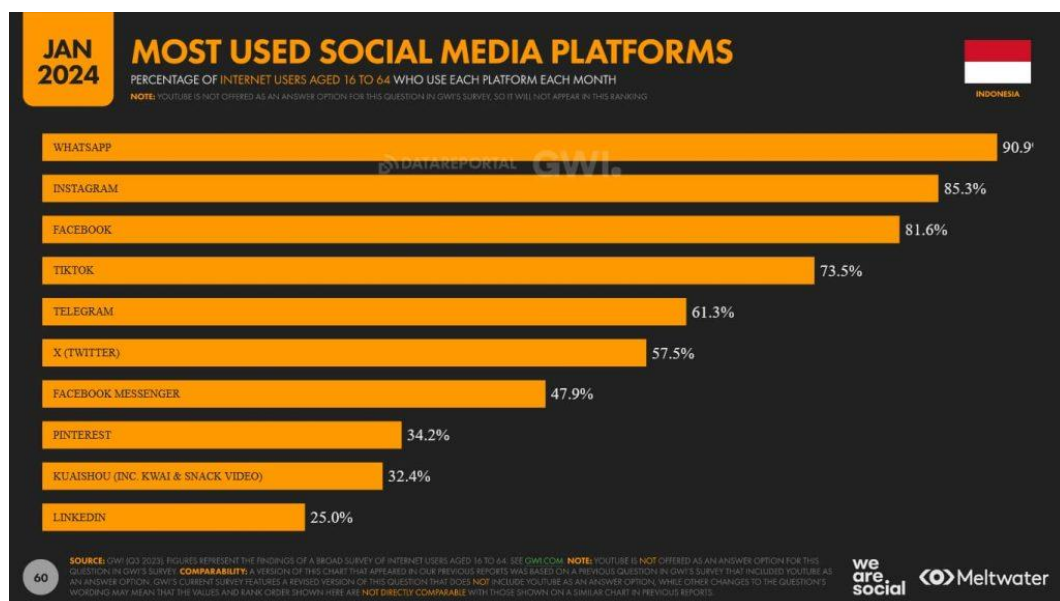
dalam penelitian ini karena penulis menemukan data hasil penelitian terhadap presentase kepemilikan media sosial yang dipublikasikan oleh sebuah lembaga We Are social, sebuah artikel DataIndonesia.id pada bulan Januari 2024 mengungkapkan berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 185 juta orang pada Januari 2024. Angka itu setara 66.5% dari total populasi di Indonesia

Mengingat banyaknya pengguna jejaring sosial Instagram, angka ini sesuai dengan data yang diperoleh dari riset We Are Social yang menjelaskan bahwa jejaring sosial Instagram menduduki peringkat kedua platform jejaring sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2024.



**Gambar 1 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)**

Setiap tahun, HootSuite (We are Social) menyediakan data dan tren yang diperlukan untuk memahami perilaku bisnis online, jejaring sosial, dan Internet. Semua informasi yang tersedia bersumber dari Indonesia dan belahan dunia lainnya. HootSuite biasanya merilis data tren Internet dan media sosial pada bulan kedua setiap tahun. HootSuite melakukan survei tersebut pada akhir tahun yang lalu dan menerbitkannya pada awal tahun. Dan pada tahun 2024, tepatnya pada bulan Januari 2024, HootSuite mempublikasikan data dan tren di Internet dan jejaring sosial



**Gambar 1 2 Data Media Sosial Paling banyak digunakan 2024**

Dengan tingginya tingkat pengguna jejaring sosial, Instagram memiliki pengaruh yang besar terhadap pengguna, pengguna Instagram berinteraksi dan memperlakukan akun secara berbeda. Menurut Dewi dan Janitra Instagram digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri atau menunjukkan keberadaan penggunanya. pengguna aktif Instagram di kalangan Mahasiswi,

mengekspresikan diri melalui foto atau video yang mereka posting secara online. Selain itu, Instagram juga memiliki beberapa fitur hebat termasuk Insta Stories dan Live video. Layanan tersebut berupa streaming video real-time atau tidak dengan durasi dan kondisi menonton tertentu. Berkat ini, pengguna dapat membuka akun Instagram melalui fitur jejaring sosial Instagram.

Instagram, sebuah platform media sosial yang terkenal dengan fokusnya pada berbagi foto dan video. Salah satu fitur utamanya adalah Feed, Stories, IGTV (Instagram TV) untuk video panjang, Reels untuk video pendek, Explore untuk menemukan konten baru, Live untuk siaran langsung, Direct Messaging untuk pesan pribadi, Shopping untuk belanja langsung dari aplikasi, dan Analytics untuk melacak kinerja konten. Fitur *Close Friend* adalah salah satu dari banyak fitur baru yang ditambahkan Instagram untuk memenuhi kebutuhan penggunanya.

Fitur *Close Friend* ini adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk berbagi Cerita hanya dengan sekelompok teman tertentu. Hal ini memungkinkan pengguna untuk berbagi cerita yang lebih pribadi atau relevan dengan sekelompok teman tertentu daripada dengan semua pengikut mereka. Ketika pengguna mempublikasikan sebuah cerita, mereka memiliki pilihan untuk membagikannya hanya dengan "Teman Dekat". Cerita tersebut hanya dapat dilihat oleh mereka yang ada dalam daftar "Teman Dekat" pengguna. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk lebih mengontrol siapa saja yang dapat mengakses cerita mereka, menjaga privasi dan keintiman dalam lingkup yang lebih kecil.

Mahasiswa sebagai kelompok usia dewasa muda berada pada fase eksplorasi identitas dan sangat rentan terhadap tekanan sosial. Akun utama di Instagram sering kali digunakan untuk menampilkan citra diri yang telah dikurasi dengan hati-hati, mencerminkan sisi formal, prestasi, atau pencitraan positif. Sebaliknya, akun kedua digunakan untuk berbagi konten yang lebih pribadi, ekspresif, atau bahkan kontroversial, yang tidak mereka unggah di akun utama karena khawatir akan persepsi orang lain.

Mahasiswa yang menggunakan *Second Account* cenderung melakukan Self Disclosure melalui unggahan di feed dan Instagram Story. Terdapat perbedaan antara perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari, dimana biasanya mereka lebih tertutup, namun di *Second Account*, mereka merasa lebih leluasa untuk membagikan aktivitas sehari-hari melalui Instagram Story. Hasil pra-survey menunjukkan bahwa pengguna *Second Account* menggunakan platform tersebut untuk menyaring atau memfilter pertemanan, sehingga mereka dapat menentukan tingkat kepercayaan diri dalam memberikan informasi pribadi kepada orang-orang tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik (Fisip) di Universitas Pasundan menggunakan *Second Account* Instagram sebagai sarana untuk mengekspresikan diri. Penelitian ini difokuskan pada informan yang secara aktif menggunakan *Second Account* Instagram, dengan seleksi berdasarkan karakteristik tertentu seperti kebiasaan berbagi momen melalui media sosial, terutama melalui *Second Account*. Objek penelitian ini adalah *Second Account* di Instagram, dengan tujuan untuk memahami

lebih dalam hubungan antara penggunaan *Second Account* Instagram dan tingkat keterbukaan diri. Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk menjelajahi topik ini dengan judul "Fenomena Penggunaan *Second Account* Instagram Sebagai Media Keterbukaan Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan"

Melalui penelitian ini, peneliti berupaya mengetahui sejauh mana tingkat keterbukaan diri yang dilakukan mahasiswa melalui second account, serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan mereka dalam membedakan konten antara akun utama dan akun kedua. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi peran second account dalam memenuhi kebutuhan emosional dan sosial mahasiswa, seperti kebutuhan akan penerimaan, pemahaman, dan kenyamanan psikologis dalam lingkungan digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai dinamika keterbukaan diri mahasiswa di media sosial serta kaitannya dengan identitas digital dan manajemen privasi di era teknologi komunikasi modern.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan, maka dapat dirumuskan bahwa fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui “Bagaimana Fenomena penggunaan *Second Account* Instagram sebagai Media Keterbukaan Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan”, dengan subjek

penelitian yang tertuju pada kelompok Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, yang terdiri dari 5 prodi yaitu Ilmu Komunikasi, Administrasi Negara/Publik, Ilmu Kesejahteraan Sosial, Hubungan Internasional, dan Administrasi Bisnis

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana motif pengguna *Second Account* Instagram Sebagai Media Keterbukaan diri di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan?
2. Bagaimana tindakan pengguna *Second Account* Instagram di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan?
3. Bagaimana makna *Second Account* Sebagai Media Keterbukaan diri di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui motif pengguna *Second Account* Instagram Sebagai Media Keterbukaan diri dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.

2. Untuk mengetahui tindakan mahasiswa dalam menyikapi Fenomena *Second Account* Instagram dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan?
3. Untuk mengetahui makna *Second Account* Instagram Sebagai Media Keterbukaan diri dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan?

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis penulis berharap penelitian ini dapat. Dijadikan sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman baru bagi peneliti sendiri maupun pihak akademis mengenai topik media sosial Instagram.
2. Secara praktis penulis berharap hasil penelitian ini dapat berguna dalam penerapannya di kehidupan sehari-hari, khususnya dalam lingkup komunikasi yang berkaitan dengan media sosial Instagram. Serta dapat menjadi referensi dan masukan bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan topik di atas.