

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

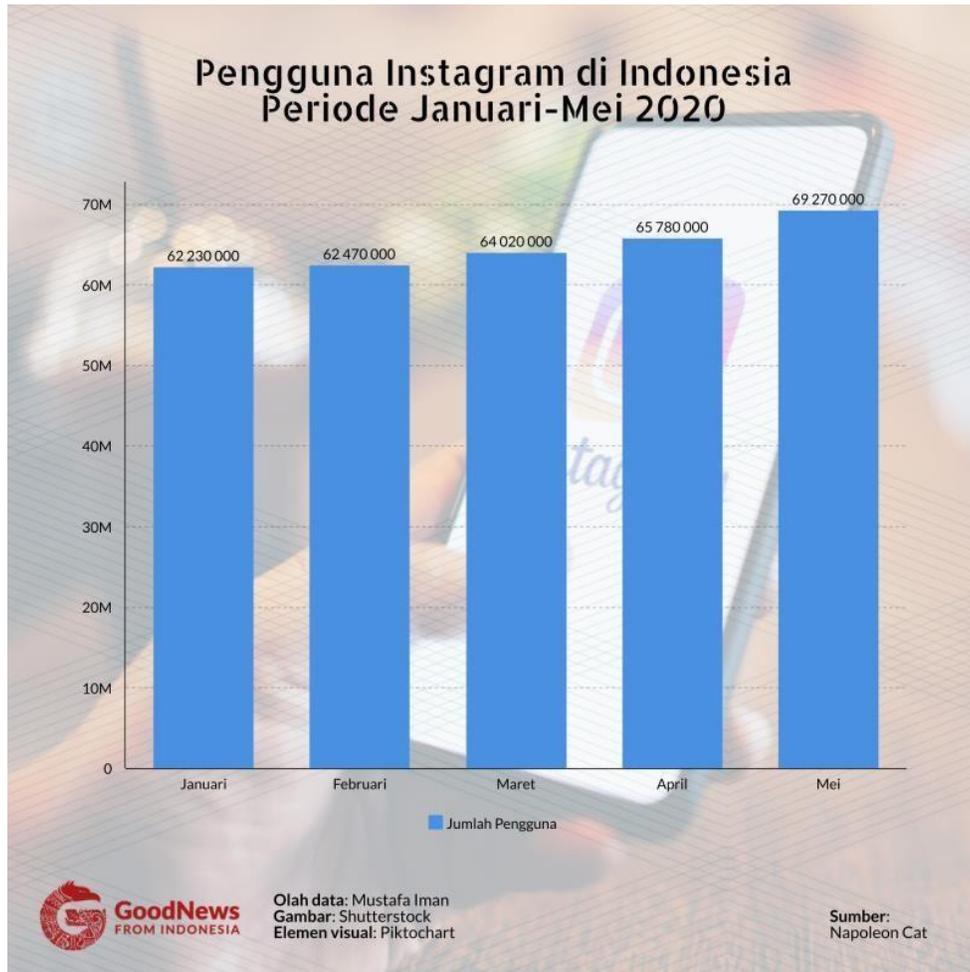
Pertumbuhan ilmu pengetahuan serta teknologi sudah berkembang, mulai dari bidang pendidikan, transportasi, sampai dengan komunikasi. Budaya komunikasi yang diterapkan dalam perkembangan teknologi secara tidak langsung memudahkan siapa saja yang melakukan komunikasi. Seiring berjalannya waktu alternatif komunikasi yaitu *computer mediated communication* adalah proses komunikasi yang menggunakan teknologi komputer dalam rangka mempengaruhi orang lain dengan tujuan tertentu. Kemajuan teknologi internet dan *smartphone* semakin nampak sehingga lahirnya media sosial yang dapat diakses kapan saja, dan di mana saja. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* pada 2019, pengguna internet di Indonesia berjumlah 150 juta orang, sedangkan jumlah seluruh penduduk Indonesia 270,20 juta jiwa (Hasil Sensus Penduduk,2020) 270,20 juta jiwa (Hasil Sensus Penduduk,2020). Hal tersebut menunjukkan jumlah penggunaan internet adalah setengahnya meningkatkan jumlah pengguna aktif internet berbanding lurus dengan jumlah pengguna media sosial. Dapat dilihat dari pengguna internet, maka dapat dikatakan bahwa seluruh pengguna internet di Indonesia telah mengakses media sosial. Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat penetrasi media sosial sebesar 56 persen, bisa disimpulkan bahwa keberadaan media sosial terus meningkat seiring pertumbuhan penduduk Indonesia.



Gambar 1. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia (2019)
Sumber:www.wearesocial.com

Media sosial adalah *platform* yang bersifat interaktif , media sosial yang aktif digunakan warga Indonesia adalah *Instagram*, *Instagram* merupakan aplikasi yang memiliki tujuan sebagai tempat berbagi foto dan video. *Instagram* kerap diketahui sering digunakan sebagai berbagi informasi, dokumentasi pribadi, salah satu media yang digunakan untuk berjualan, serta dapat menjadi penyaluran ekspresi diri. *Instagram* adalah media sosial sangat besar di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya para remaja yang merupakan pengguna media sosial terbesar di Indonesia. Seperti data yang dirilis *Napoleon Cat* pada Januari- Mei 2020, pengguna aktif *Instagram* di Indonesia meraih angka 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Jumlah tersebut telah terjadi peningkatan dari bulan ke bulan atas penggunaan sebuah *platform Instagram*. Pada bulan Januari tercatat sebanyak 62,23 juta pengguna, lalu pada bulan Februari menjadi 62,47 juta pengguna. Kemudian pada bulan berikutnya (maret) penggunaan aplikasi tersebut meningkat mencapai angka 64 juta pengguna. Sebulan kemudian diperoleh data pengguna yang mencapai 65,7 juta, hingga ditutup pada

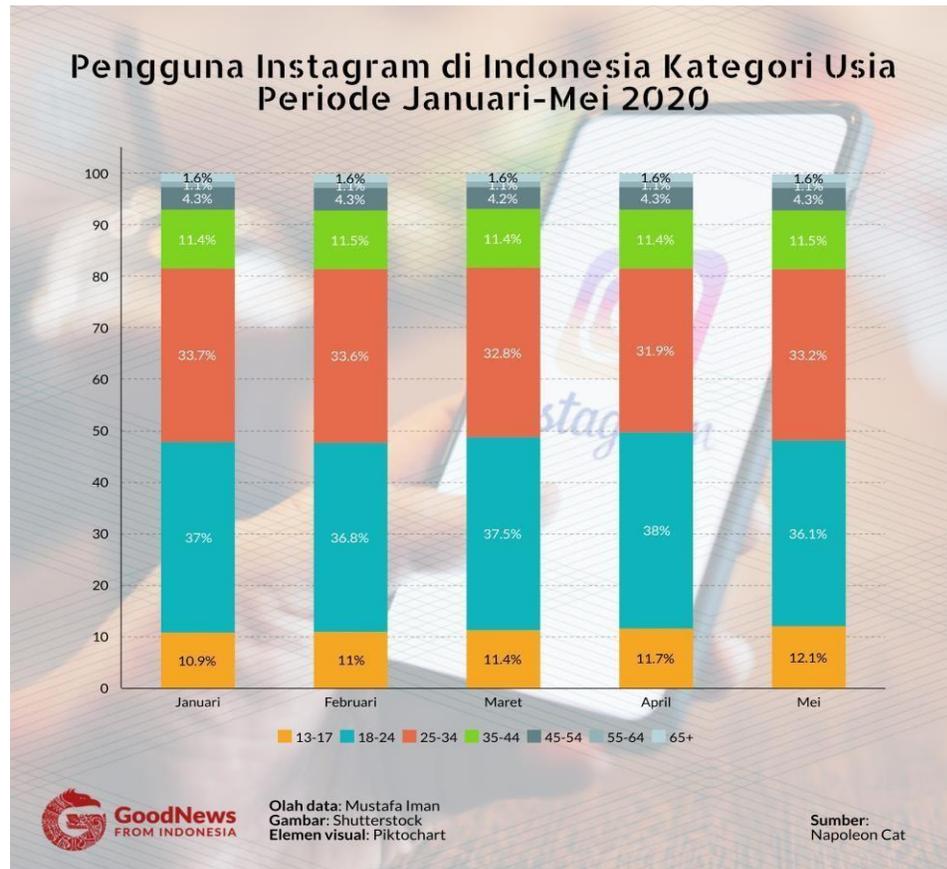
bulan Mei dengan catatan 69,2 juta pengguna.



Gambar 2. Pengguna Instagram di Indonesia Sumber: Napoleon Cat

Pengguna *Instagram* di Indonesia didominasi dengan golongan umur produktif dengan rentang usia 18-34 tahun yang disebut generasi *milenial*. Pada rentang umur tersebut, dikenal sebagai generasi yang ramah dengan dunia digital serta sanggup lebih banyak mengeksplor gadget. Banyaknya pengguna *Instagram* memiliki tujuan untuk menunjukkan keberadaan dirinya yang disebut eksistensi diri, keinginan untuk diakui keberadaannya melalui media sosial, salah satunya *Instagram*. Kebutuhan untuk memenuhi kepuasan dirinya serta mendapatkan hasrat senang dengan mengunggah

foto atau video yang mereka lakukan.

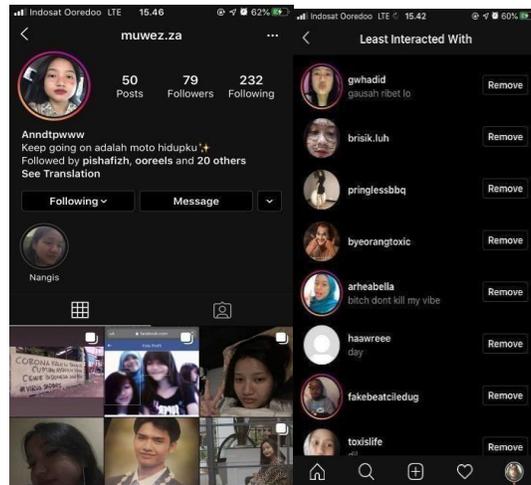


Gambar 3. Pengguna Instagram di Indonesia Kategori Usia Sumber: NapoleonCat

Instagram memiliki fitur yang disebut *snagram* yang menyerupai media sosial *snachat*. Berawal dari fitur terkenal yang disebut *Instastory* yang marak membuat pengguna *Instagram* meningkat drastis. Fitur yang terdapat di *Instagram* memiliki keunikan untuk berbagi foto maupun video dengan berbagai filter yang mempunyai kegunaan sebagai citra dengan menunjukkan keunggulan yang menarik seperti fisik, gaya berpakaian, merek barang yang digunakan, hingga bertutur kata untuk berkomunikasi yang secara tidak langsung akan menumbuhkan atensi dari khalayak melalui postingan yang telah diunggah.

Fenomena yang kerap kita jumpai disekitar bahwa kecenderungan penggunaan media sosial *Instagram* memiliki *account Instagram* lebih dari satu, terkhususnya pada kalangan remaja. Kepemilikan *account* lebih dari satu tidak hanya disebut sebagai *second account* namun terdapat sebutan lain yang serupa dengan *second account* seperti *Fake account*, *Alter Account*, dan *Pseudo account*. Keberadaan hal tersebut membuat pengguna dapat lebih mengekspresikan diri dengan cara mengunggah foto atau video terus menerus dan menunjukkan segala aktivitas mereka tanpa harus memfilter diri. Keberadaan *Second Account Instagram* membuat penggunanya bebas mengekspresikan diri dan tidak menjadikan standar kesempurnaan, berbeda dengan *Main Account* atau *First Account* yang mengekspresikan diri harus dengan standar kesempurnaan yang diciptakan orang lain.

Second Account Instagram sebagai wadah untuk bebas menjadi dirinya, dengan seperti itu pengguna *Second Account Instagram* akan merasa tetap diakui dalam lingkungan sosialnya dan tidak mendapat *judgement* terkait hal yang diunggah, karena tidak semua orang bisa mengakses *second account* tersebut. Di sisi lain *Second Account Instagram* hal yang perlu dikaji yaitu mengenai bagaimana pengguna *second account* berinteraksi dan bagaimana mereka mengelola akun mereka secara berbeda dengan *main account*. *Instagram* sebagai media yang dapat mempresentasikan diri serta menampilkan eksistensi diri penggunanya. Hal tersebut didukung oleh fitur *Instagram* yang tersedia di gawai, yaitu fitur *multiple account*. Fitur tersebut mempersilahkan pengguna untuk memiliki akun lebih dari satu, guna untuk mempresentasikan diri yang sebenarnya sesuai dengan tujuan yang dituju. Terpaut dengan keberadaan *Second Account Instagram* dapat dibuktikan dengan teori Erving Goffman.



Gambar 4. Pengguna Second Account Instagram Sumber : Pengguna Second Account Instagram

Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta menjadi objek dalam penelitian ini *Second Account Instagram* sebagai media di mana mereka dapat menunjukkan dirinya secara bebas tanpa beban komentar orang lain. Dengan beragam motif penggunaan *Second Account Instagram*, peneliti menjadikan mahasiswa ilmu komunikasi UPN “Veteran” Jakarta menjadi objek dalam penelitian ini, karena perlu diketahui *Second Account Instagram* adalah ranah *privacy* bagi pengguna, hanya orang terdekat dan benar-benar kenal satu sama lain yang dapat mengakses *Second Account Instagram* tersebut.

Hal tersebut juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yaitu Perilaku Komunikasi Pengguna *Fake Account* di *Instagram* (Fauziyyah, N. Sarah, 2019) begitu pula dengan (Ayuningthyas, P.Vidia, 2016) bahwa terdapat alasan pemakaian media sosial paling utama pada golongan pelajar ialah untuk mempresentasikan diri mereka sebab *Instagram* merupakan media sosial yang lebih unggul serta luas serta mempunyai fitur yang lebih menunjang.

Peneliti berasumsi bahwa terdapat pengaruh penggunaan *Second Account Instagram* terhadap kecenderungan bereksistensi diri penggunanya, dalam hal ini peneliti menggunakan sampel mahasiswa yang dapat diistilahkan sebagai mahasiswa aktif pengguna media sosial *Instagram* serta komunikatif, dalam hal ini biasanya mereka akan menunjukkan keseharian mereka di belakang selama perkuliahan, atau sekedar mengunggah keseharian tidak penting seperti menggunakan *filter* terbaru, bermain games, bergurau , menampilkan romansa, berkeluh kesah, memberi tahu keberadaan, pesta dan lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin meneliti adakah pengaruh *Second Account Instagram* terhadap sebuah eksistensi diri yang dirangkum ke dalam judul **“Pengaruh Motif Penggunaan *Second Account Instagram* Terhadap Eksistensi Diri Mahasiswa (Studi *Eksplanatif* pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta”**. Peneliti memilih topik mengenai *Second Account Instagram* bahwa hal tersebut merupakan sebuah fenomena yang sedang menjadi *trend* dikalangan masyarakat, serta pengalaman pribadi peneliti merasakan fenomena tersebut memang nyata. Maka dari fenomena yang terjadi peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai *Second Account Instagram* terhadap eksistensi diri. Selain itu juga, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *Second Account Instagram* terhadap eksistensi diri di kalangan Mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

“Seberapa besar Motif Penggunaan *Second Account Instagram* berpengaruh pada Eksistensi diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar penggunaan *Second Account Instagram* berpengaruh pada eksistensi diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Mengacu pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan antara lain bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pengembangan ilmu yang mengarahkan kepada pemahaman mengenai teori *Computer Mediated Communication*, dengan fokus pada media sosial yaitu *Instagram* yang berkaitan erat dengan judul penelitian. Peneliti berharap penelitian ini sebagai referensi gagasan dalam pemanfaatan media digital dalam memenuhi kebutuhan komunikasi. Dan penelitian diharapkan dapat membantu bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat praktis

Peneliti berharap agar pengguna *Instagram* yaitu kalangan remaja bisa memanfaatkan *Instagram* secara menguntungkan, serta dapat menjadikan referensi bagi pembaca khususnya untuk Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta untuk melakukan penelitian

dengan hal serupa. Dan teruntuk pengguna aktif *Instagram* menambah pengetahuannya serta pengguna lain berkecimpung dalam dunia sosial media, tentunya dari kepemilikan *second account* yang berkaitan dengan kecenderungan bereksistensi diri.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dalam penelitian ini terbagi menjadi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan terkait latar belakang masalah penelitian yang relevan dengan topik, serta alasan mengapa peneliti mengangkat topik ini. Pada bab ini terdapat penjabaran rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan terkait penelitian terdahulu sebanyak 10 (sepuluh) penelitian serupa. Pada bagian ini peneliti juga menjabarkan teori-teori dasar serta definisi konsep mengenai penelitian yang akan diteliti, peneliti juga membuat kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan terkait pemilihan metode kuantitatif, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variabel, teknik analisis data serta waktu lokasi penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan terkait penjelasan objek penelitian, serta menganalisis variabel dan analisa data untuk memberikan jawaban terhadap masalah penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan terkait hasil dari pembahasan peneliti mengenai penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini menjelaskan referensi atau sumber yang dibutuhkan peneliti dalam menyusun penelitian yang berasal dari buku, website, maupun data - data dari instansi yang bersangkutan serta jurnal ilmiah.

LAMPIRAN

Bab ini berisi mengenai data-data pendukung pada penelitian ini.