

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di tengah kemajuan teknologi digital yang begitu cepat, media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari banyak individu. Keberadaannya menjadikan platform-platform digital ini sebagai saluran utama dalam berkomunikasi, berbagi informasi, dan menjalin interaksi sosial secara lebih intens. Komunikasi sendiri dapat dipahami sebagai proses pertukaran pesan antara dua pihak atau lebih untuk membentuk pemahaman bersama, sebuah konsep yang menegaskan bahwa komunikasi bukan hanya pengiriman informasi, melainkan juga penciptaan makna bersama melalui interaksi sosial (Handayani & Junaidi, 2024).

Dengan berkembangnya teknologi digital, interaksi tidak hanya dilakukan melalui tatap muka tetapi dapat juga dilakukan melalui jarak jauh dengan menggunakan telepon dan perangkat lainnya. Beragam jenis platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan aplikasi lainnya menjadi sarana utama untuk melakukan interaksi sosial secara daring. Oleh karena itu, media sosial selain digunakan untuk alat komunikasi juga berfungsi sebagai ruang untuk membangun citra diri, memperluas jejaring sosial, serta membentuk identitas personal di dunia digital (Handayani & Junaidi, 2024).

Dalam kehidupan nyata, adanya teknologi digital mendorong munculnya konsep identitas digital dalam kehidupan modern. Identitas umumnya merupakan gambaran mengenai diri seseorang yang mencerminkan bagaimana dia berperilaku, berinteraksi, dan menjalankan peran sosial dalam kelompok. Pada ruang digital, pembentukan identitas tidak hanya dapat dilakukan pada pertemuan langsung, melainkan dapat berlangsung melalui berbagai aktivitas secara online. Identitas digital terbentuk dari cara individu menampilkan dirinya di media sosial. Sehingga platform digital memberi kesempatan pada setiap pengguna untuk dapat membangun cira diri

sesuai harapan dan bagaimana mereka ingin dipandang oleh orang lain (Husna et al., 2024).

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan generasi baru yang dikenal sebagai generasi digital. Generasi ini merupakan kelompok individu yang sejak kecil telah terbiasa dengan perangkat teknologi dan dunia digital. Mereka memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi informasi, terutama internet, serta terbiasa melakukan berbagai aktivitas secara bersamaan atau multitasking seperti menggunakan ponsel untuk mengakses media sosial sambil mendengarkan musik melalui headset. Generasi ini kerap disebut sebagai generasi Z, yakni mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Nugraha et al., 2024).

Berdasarkan data dari We Are Social dalam laporan digital 2025 Global Overview Report yang dimuat melalui website inet.detik.com menyatakan pengguna internet di Indonesia meningkat 17 juta dari periode sebelumnya. Hal ini sebanding lurus dengan peningkatan penggunaan media sosial di Indonesia. Indonesia memiliki 143 juta identitas pengguna media sosial pada Januari 2025, yaitu setara dengan 50,2% dari keseluruhan populasi. Dilihat berdasarkan usia, seseorang yang aktif di dunia maya didominasi oleh generasi Z.

Generasi Z memiliki keterikatan yang sangat kuat dengan media sosial. Hubungan ini bisa dilihat melalui gen z yang membagikan dan menampilkan kehidupan mereka melalui media sosial. Sehingga dapat dikatakan media sosial menjadi kebutuhan pokok oleh generasi Z di masa ini. Media sosial turut berperan besar dalam menyebarkan informasi secara cepat serta memungkinkan akses tanpa batasan ruang dan waktu (Permana & Sutedja, 2021). Media sosial juga memiliki peran besar dalam mempengaruhi pandangan dunia generasi muda sehingga dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kelompok sosial lain dan dinamika sosial yang ada (Afifah & Kuntari, 2025).

Aplikasi media sosial yang paling populer di kalangan generasi Z adalah Instagram. Menurut laporan Kepois yang dimuat melalui website upgraded.id

menjelaskan penggunaan instagram di Indonesia mencapai 91 juta pengguna per Januari 2025. Dari data We Are Social, instagram merupakan aplikasi terpopuler di dunia per April 2023. Instagram memberikan berbagai fasilitas untuk para penggunanya, salah satu yang paling populer yaitu berbagi foto dan video secara langsung. Selain itu, instagram juga memberikan fitur *multiple account* yaitu fitur yang memberikan para penggunanya untuk membuat dan mengelola lebih dari satu akun pada satu handphone yang dimiliki (Permana & Sutedja, 2021).

Kelompok individu yang berasal dari rentang tahun kelahiran 1997 hingga 2012, yang dikenal sebagai Generasi Z menggunakan instagram untuk berbagai tujuan pribadi maupun sosial. Selain itu, Gen-Z umumnya juga menggunakan instagram sebagai tempat mengekspresikan berbagai aspek diri yang mungkin tidak dapat mereka tampilkan dalam kehidupan nyata. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Afifah & Kuntari, 2025) menjelaskan bahwa instagram berperan penting dalam pembentukan identitas sosial Gen-Z. Instagram memungkinkan penggunanya untuk membentuk nilai-nilai sosial dan berinteraksi dengan komunitas yang memiliki minat yang sama.

Generasi Z yang sangat terlibat dengan teknologi dan media sosial cenderung ingin menampilkan identitas diri mereka dengan terbuka melalui berbagai platform digital. Mereka cenderung membagikan kehidupan mereka baik yang bersifat pribadi maupun umum. Seiring berkembangnya penggunaan media sosial, muncul fenomena baru di kalangan gen Z yaitu penggunaan akun instagram yang lebih dari satu. Fenomena ini tidak hanya sekadar gaya hidup digital, tetapi mencerminkan cara komunikasi identitas yang kompleks. Dalam penggunaannya, pengguna instagram biasanya membuat atau memiliki akun lebih dari satu yang lebih *private* atau rahasia untuk menyembunyikan identitasnya (Idaman & Kencana, 2021). Hal ini mencerminkan adanya kebutuhan mendalam akan ruang aman (*safe space*) pada dunia maya, sekaligus bentuk pengelolaan diri secara digital dalam menghadapi tekanan untuk selalu tampil “sempurna” di ruang publik media sosial.

Adanya penggunaan lebih dari satu akun atau *multiple accounts* di Instagram oleh Gen-Z menunjukkan adanya segmentasi konten dan audiens yang disengaja. Karena setiap akun memiliki fungsi dan karakteristik yang berbeda baik dari segi isi maupun target audiensnya. Hal ini sejalan dengan temuan Boyd (2014), yang menjelaskan bahwa remaja sering memisahkan ruang digitalnya untuk menjaga privasi, mengatur tingkat keterbukaan diri, dan membangun identitas yang lebih fleksibel di media sosial. Dengan demikian, penggunaan akun kedua dan ketiga bukan sekedar tren, tetapi merupakan perilaku bermedia sosial yang memperlihatkan bagaimana generasi Z dalam menyesuaikan bentuk komunikasi, identitas, dan kontrol audiens pada ruang digital.

Pada akun pertama biasanya digunakan bertujuan membangun citra yang lebih baik kepada audiens yang lebih luas. Pada akun kedua digunakan untuk ruang ekspresi diri yang lebih pribadi dan bebas. Penelitian yang dilakukan oleh Nathania & Nurhaqiqi (2024) menjelaskan bahwa Gen-Z laki-laki menggunakan akun kedua untuk membagikan sisi mereka yang tidak mereka tampilkan pada akun utama. Sedangkan pada akun ketiga dapat digunakan untuk komunitas tertentu, hobi, atau bahkan menggunakan identitas anonim. Akun ketiga ini dapat muncul ketika kedua akun masih belum mampu menampung kebutuhan ekspresi tertentu pengguna.

Fenomena ini menjadi perhatian karena dalam penggunaannya pengguna mengelola akun-akun tersebut untuk tujuan yang berbeda. Pada akun pertama pengguna dominan menggunakan untuk konten yang lebih “publik” atau lebih terbuka dan dapat dilihat banyak orang seperti foto-foto yang mencerminkan citra diri mereka kepada masyarakat luas. Sedangkan pada akun kedua dan ketiga, pengguna seringkali menggunakannya dengan tujuan yang lebih privat atau lebih tertutup seperti eksplorasi identitas yang berbeda dari akun pertama. Dalam penelitian Tandres & Winduwati, (2024) memetakan ketiga akun sebagai personal, private, dan profesional dengan setiap lapisan menunjukkan keterbukaan diri pengguna dan segmentasi audiens yang semakin sempit serta tujuan yang makin khusus.

Meskipun adanya akun ketiga ini memberikan ruang eksplorasi identitas dan kebebasan berekspresi lebih luas, beberapa literatur mengingatkan adanya risiko penyalahgunaan akun anonim di media sosial. Seperti penyebaran ujaran kebencian, hoaks, dan perundungan siber. Dalam penelitian Ayundari & Perbawani, (2021) mengungkapkan bahwa pengguna bebas mengekspresikan diri namun juga dapat mendorong perilaku tidak bertanggung jawab karena rendahnya rasa takut terhadap konsekuensi sosial. Selain itu dalam penelitian Kirana & Pribadi, (2021) menjelaskan pemanfaatan akun alter membuka celah terhadap perilaku manipulatif dan agresif secara daring.

Perilaku penggunaan akun kedua dan ketiga di Instagram dapat dipahami sebagai cara anak muda dalam mengelola audiens sekaligus menampilkan sisi identitas yang berbeda sesuai kebutuhan sosial dan emosional. Dalam perspektif *Uses and Gratifications Theory* (UGT), pengguna media sosial dipandang sebagai individu aktif dan selektif dalam menggunakan *platform* untuk memenuhi kebutuhan personal seperti hiburan, interaksi sosial, dan kepuasan psikologis (Hossain, 2019). Dalam konteks penggunaan akun kedua dan ketiga di Instagram, hal ini dapat dilihat dari perilaku generasi Z yang menggunakan setiap akunnya untuk kebutuhan berbeda.

Fenomena ini juga dapat dilihat melalui perspektif teori dramaturgi Erving Goffman, yang dimana menjelaskan bahwa individu menampilkan identitas yang berbeda sesuai dengan audiens yang dihadapi dalam ruang sosial tertentu. Dimana Instagram sebagai panggung dan foto atau video yang diunggah sebagai pertunjukan (Mokos, 2025). Teori ini juga dapat digunakan untuk melihat bagaimana perilaku pengguna dalam menggunakan akun Instagramnya dimana akun tambahan sebagai *front stage* (panggung depan) dan akun tambahan sebagai *back stage* (panggung belakang) (I. A. Putri, 2022). Dengan demikian teori ini digunakan untuk membantu menjelaskan bagaimana pengguna mengekspresikan diri dengan membagi ruang sesuai karakteristik audiens yang berbeda. Dalam penelitian ini, teori dramaturgi digunakan sebagai teori pendukung untuk memperkuat pemahaman mengenai penggunaan akun tambahan di Instagram.

Fenomena ini menimbulkan beberapa pertanyaan unik seperti pertanyaan mengenai perilaku bermedia sosial khususnya instagram pada generasi Z. Pertanyaan-pertanyaan ini mengacu pada bagaimana pengguna menunjukkan diri mereka dan menjelaskan bagaimana karakteristik setiap perilaku. Adanya akun yang dimiliki satu individu dapat menunjukkan adanya perbedaan antara kehidupan publik dan pribadi. Ini juga dapat menggambarkan bahwa generasi Z berusaha menjaga kontrol terhadap identitas digital mereka. Di sisi lain, fenomena ini dapat dilihat sebagai usaha mereka untuk menunjukkan berbagai sisi kepribadiannya tanpa takut terhadap penilaian sosial dunia maya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mencoba menjelaskan fenomena ini, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Permana & Sutedja, (2021) yang berjudul “Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media sosial Instagram” yang menemukan bahwasannya akun kedua digunakan untuk mengekspresikan diri lebih bebas dengan menampilkan sisi kepribadian yang tidak ditampilkan di akun utama. Dan penelitian yang dilakukan oleh Hesadiwana & Syafrini, (2022) yang berjudul “Motif Penggunaan Akun Alter Ego Media Sosial Instagram Pada Remaja Kota Padang” menjelaskan tentang akun alter ego digunakan untuk menghindari pengawasan sosial serta mengurangi tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Dari kedua penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena penggunaan akun ganda berkaitan erat dengan kebutuhan individu untuk mengatur identitas diri dan keterbukaan diri pengguna.

Meskipun sudah ada penelitian serupa, penelitian ini tetap penting dilakukan. Hal ini disebabkan karena penelitian ini berfokus pada dua jenis akun, yakni akun kedua dan akun ketiga, sementara sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menyoroti akun pertama dan akun kedua. Sementara dalam kenyataannya banyak pengguna kini memiliki akun ketiga dengan fungsi yang berbeda dari akun pertama dan kedua. Perbedaan ini mencerminkan bahwa pengguna tidak hanya memanfaatkan instagram untuk berbagi aktivitas sehari-hari tetapi juga membentuk dan menyesuaikan identitas mereka di media sosial. Selain itu penelitian ini dilakukan di area kampus Universitas Muhammadiyah Malang yang lebih spesifik dan terkini. Bagi mahasiswa

sebagai bagian dari generasi Z, keberadaan lebih dari satu akun menjadi bentuk strategi komunikasi personal yang digunakan untuk berinteraksi dengan berbagai kelompok sosial.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa perilaku bermedia sosial mahasiswa generasi Z terus berubah mengikuti kebutuhan personal, kenyamanan emosional, serta tekanan sosial yang mereka hadapi. Dalam konteks tersebut, Oleh karena itu, adanya fitur multiakun ini menjadi sarana penting bagi mahasiswa dalam mengatur bagaimana mereka di ruang digital, memilih apa yang ini ditampilkan, dan memutuskan siapa audiens mereka. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana mahasiswa memanfaatkan fitur multiakun di Instagram sebagai sarana ekspresi, representasi diri, dan respon terhadap tekanan sosial yang muncul dalam lingkungan digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih lanjut tentang peran media sosial dalam membentuk perilaku komunikasi pada generasi muda saat ini.

Fokus penelitian ini adalah perilaku bermedia sosial mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), yang merupakan representasi Gen-Z yang memiliki kecenderungan terlibat dengan teknologi dan media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggali lebih dalam bagaimana mahasiswa UMM khususnya mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 22 menggunakan akun kedua dan ketiga di Instagram, serta bagaimana hal tersebut mencerminkan strategi mereka dalam memperlihatkan identitas secara selektif, menjaga privasi, dan mengelola hubungan sosial pada dunia digital.

Pemilihan mahasiswa prodi ilmu komunikasi karena mahasiswa ilmu komunikasi memiliki pemahaman mengenai komunikasi digital, personal branding, dan pengelolaan citra diri sehingga mereka sadar dalam mengelola identitas di media sosial (Safitri et al., 2024). Selain itu, mahasiswa ilmu komunikasi juga menggunakan instagram tidak hanya sebagai sarana hiburan atau komunikasi, melainkan sebagai ruang untuk membangun identitas profesional, akademik, dan personal (Nurfaizi et al.,

2025). Oleh karena itu, mahasiswa ilmu komunikasi digunakan karena dapat menjelaskan bagaimana individu secara sadar mengelola identitasnya pada ruang digital.

Asumsi sementara dari penelitian ini adalah akun kedua dan akun ketiga dibuat untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dan ekspresi diri yang berbeda-beda. Hal ini terjadi karena satu akun tidak selalu mampu merepresentasikan keseluruhan identitas mereka secara utuh. Akun kedua dan ketiga diyakini berfungsi sebagai ruang yang lebih privat dan juga bebas yang tidak mereka tampilkan pada akun utama. Dengan demikian, penggunaan akun kedua dan ketiga pada mahasiswa dapat menampilkan diri mereka apa adanya, mengekspresikan perasaan tanpa tekanan, memilih audiens, serta mengontrol seberapa jauh identitas mereka dapat diakses oleh orang lain. Oleh karena itu, penelitian ini juga mengansumsikan bahwa fenomena akun kedua dan ketiga di instagram bukan sekedar trend melainkan strategi komunikasi identitas yang digunakan Gen-Z untuk menghindari tekanan sosial pada dunia digital.

1.2 RUMUSAN MASALAH

“Bagaimana perilaku bermedia sosial mahasiswa UMM dalam menggunakan akun kedua dan ketiga di instagram?”

1.3 TUJUAN PENELITIAN

“Untuk memahami bagaimana perilaku bermedia sosial mahasiswa UMM dalam menggunakan akun kedua dan ketiga di instagram”

1.4 URGENSI PENELITIAN

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya berkaitan dengan komunikasi di era digital. Berfokus pada konsep perilaku Generasi Z dalam bermedia sosial dan karakteristik pada setiap perilaku dalam menggunakan akun kedua dan ketiga di instagram, dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana Gen-Z membentuk dan mengelola identitas digital mereka.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, akademis, serta praktisi komunikasi dalam meningkatkan pengetahuan dan memahami bagaimana Gen-Z membentuk identitas dan mengekspresikan diri mereka melalui berbagai akun di instagram.

