

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital berkembang pesat dan semakin mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Salah satu aspek utama dalam perkembangan ini adalah media sosial, yang berperan sebagai *platform* komunikasi digital. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah (Fatmawati, 2021).

Berdasarkan laporan *We Are Social* dari laman *Hootsuite* pengguna *Instagram* di dunia per April 2024 ini adalah sebanyak 1,69 miliar, dibandingkan tahun sebelumnya jumlah ini meningkat sebanyak 4,1%. Indonesia adalah satu dari 4 negara tertinggi pengguna *Instagram*. Terdapat 56 juta jiwa atau sekitar 20,97% dari jumlah penduduk Indonesia adalah pengguna aktif media ini. Pada platform *Instagram* penggunanya dapat menggunakan berbagai fitur yang tersedia. Salah satunya adalah fitur membuat lebih dari satu akun. Akun *Instagram* adalah *profil* diri yang dibuat agar individu dapat tergabung dalam komunitas di *Instagram*. Platform *Instagram* telah menjadi wadah bagi pengguna untuk mengekspresikan identitas dan citra diri mereka secara lebih bebas.

Instagram adalah platform media sosial yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam mengambil dan berbagi foto dengan cepat. Nama "Instagram" berasal dari gabungan dua kata, yaitu "*insta*," yang mewakili kecepatan

dan kemudahan berbagi foto, dan "*gram*," yang diambil dari "*telegram*," mengacu pada pengiriman informasi secara instan. *Instagram* didirikan oleh dua tokoh utama, *Mike Krieger dan Kevin Systrom*, melalui perusahaan bernama *Burb INC*. Perusahaan ini memiliki visi dan misi untuk mengembangkan aplikasi yang dirancang khusus untuk perangkat *gadget*. *Instagram* resmi diluncurkan pada Januari 2010, dan dalam kurun waktu 10 bulan berhasil mencapai lebih dari 7 juta pengguna aktif (Fadillah, 2024).

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang sangat digemari, terutama oleh generasi milenial. Generasi milenial memanfaatkan platform *Instagram* sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dengan beragam cara, seperti membuat cerita (*instastory*) dan mengunggah foto atau video di *feed* mereka. Dengan berbagai fitur menarik yang disediakan, *Instagram* memungkinkan para milenial untuk menampilkan sisi pribadi dan kehidupan mereka secara terbuka kepada publik. Hal ini mengindikasikan bahwa platform ini bukan hanya sekedar media sosial, namun juga berperan sebagai sarana bagi pengguna untuk mengekspresikan identitas dan pandangan mereka (Mauren et al., 2021).

Saat ini, semakin banyak pengguna *Instagram* yang memutuskan untuk memiliki lebih dari satu akun, yang dikenal sebagai akun kedua atau *second account*. Pengguna yang memiliki dua akun umumnya memanfaatkan akun pertama sebagai profil utama, di mana akun tersebut biasanya tidak diprivat dan terbuka untuk publik. Akun utama ini biasanya digunakan untuk unggahan yang lebih formal dan konten yang bisa dilihat oleh banyak orang, termasuk teman, rekan kerja, atau keluarga.

Sementara itu, akun kedua cenderung diprivat dan hanya bisa diakses oleh orang-orang tertentu, seperti teman dekat atau kelompok terbatas. Akun kedua ini sering digunakan untuk berbagai tujuan, misalnya berbagi hal-hal yang lebih personal, mengungkapkan emosi atau keluh kesah, atau sekadar menjadi ruang bebas tanpa khawatir mendapat penilaian dari publik (Maulidya et al., 2024).

Fenomena penggunaan *second account* ini menunjukkan bagaimana sebagian pengguna media sosial mengelola identitas digital mereka secara berbeda sesuai konteks dan kebutuhan, dengan membedakan konten yang ingin dibagikan secara luas dan konten yang lebih intim, dan ini biasanya dilakukan beberapa pengguna akun kedua atau *second account Instagram* secara sadar tanpa adanya keterpaksaan.

Namun, beberapa orang membuat akun kedua di *Instagram* karena akun utama mereka diblokir atau mereka lupa kata sandi maupun email yang digunakan untuk masuk. Dalam kondisi seperti ini, mereka harus membuat akun baru. Selain itu, ada juga yang membuat akun kedua karena identitas mereka digunakan oleh orang lain, seperti teman atau kerabat dekat, tanpa izin, untuk membuat akun anonim di *Instagram*. Hal ini seringkali terjadi tanpa sepengetahuan pemilik identitas asli.

Dengan memiliki dua akun di *Instagram*, pengguna merasa lebih leluasa dalam mengekspresikan diri. Akun kedua sering dijadikan wadah pribadi untuk membagikan konten seperti foto dan video tanpa merasa terikat oleh tuntutan sosial atau ekspektasi dari pengikut di akun utama. Bagi sebagian besar pengguna, akun kedua ini berfungsi sebagai tempat pelarian, ruang yang lebih

tertutup dan aman untuk menampilkan sisi lain diri mereka yang tidak ingin dibagikan secara luas, sambil tetap menjaga citra tertentu yang telah dibentuk melalui akun utama (Novanra et al., 2022).

Fenomena *dual identity* (dual identitas) dengan memiliki dua akun di *Instagram* ini juga dapat ditemui di kalangan mahasiswa, yang merupakan bagian dari generasi digital aktif dalam menggunakan media sosial. Salah satu komunitas akademik yang cukup besar dan aktif adalah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan, salah satu dari delapan fakultas yang ada di kampus tersebut. Fakultas ini menaungi tiga jurusan, yaitu Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Pendidikan Geografi, dan Pendidikan Sejarah, serta satu program studi, yakni Pendidikan Antropologi. Jumlah mahasiswa aktif di fakultas ilmu sosial mulai dari angkatan 2019 yaitu kurang lebih sekitar 2000 mahasiswa.

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial menjadi informan peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai *dual identity* (dua identitas) pada akun *Instagram*, Peneliti melihat bahwa berdasarkan studi pendahuluan, lebih dari 50% mahasiswa memiliki akun *Instagram*, dari jumlah tersebut peneliti juga menemukan banyak dari mereka yang memiliki dua identitas dengan memiliki dua akun dengan nama yang berbeda di *Instagram*, serta peneliti melihat bahwa adanya perbedaan pada akun pertama dan akun kedua dalam hal mengunggah postingan, membangun identitas sosial, *followers* atau pengikut mereka, dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai " *Dual identity* pada akun *Instagram*: studi kasus mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan." Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang fenomena dua identitas sosial pada akun Instagram, sehingga hasilnya dapat memberikan pemahaman dan manfaat bagi para pembaca.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa yang menjadi latar belakang pemilik akun membuat dua identitas (akun) *Instagram* ?
2. Bagaimana cara pemilik membangun identitas pada kedua akun itu ?
3. Bagaimana dua identitas itu mempengaruhi kehidupan sehari-hari ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis latar belakang pemilik dua identitas akun di Instagram
2. Untuk menganalisis cara mereka membangun identitas pada dua akun di Instagram
3. Untuk menganalisis dua identitas itu mempengaruhi kehidupan sehari-hari

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat membantu menjelaskan fenomena sosial kepemilikan dua identitas akun Instagram sebagai bentuk strategi pengguna dalam mengelola citra diri dan privasi.
2. Penelitian ini untuk memperkaya khazanah pengetahuan antropologi media khususnya tentang bagaimana fenomena dua identitas sosial di Instagram.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini memberikan referensi bagi pendidik dan mahasiswa dalam memahami pengaruh media sosial terhadap perkembangan identitas dan perilaku individu.
2. Penelitian ini dapat memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang potensi dampak positif dan negatif dari penggunaan media sosial, terutama terkait privasi, dan pola interaksi sosial