

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Sosial media dan internet saat ini merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan manusia di kalangan seluruh dunia. Dalam beberapa aktivitas saat ini tak lepas dari penggunaan sosial media dan internet. Berdasarkan data yang diperoleh dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), penggunaan internet di negara Indonesia pada tahun 2020 lalu mencapai 175, juta dari total penduduk Indonesia yaitu 272,1 juta jiwa pada saat itu. Sedangkan pada data *We Are Social* pada tahun 2023 penggunaan media sosial di Indonesia lebih dari 167 juta jiwa pada Januari, yaitu artinya melebihi dari 60% dari jumlah total penduduk di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan sosial media di Indonesia menunjukkan signifikansi yang dratis.

Dengan menggunakan internet, sosial media dapat dengan mudah berbabagi dan bergabung, membuat forum, wiki dan dunia maya lainnya secara online. Media sosial merupakan wadah yang dapat menghasilkan berbagai bentuk komunikasi dan pemberian bermacam informasi yang untuk semua orang dari anak – anak hingga dewasa. Adanya ponsel canggih saat ini yang memiliki kualitas kamera yang tinggi, membuat publik dengan mudah mengupload menggunakan jaringan internet sehingga dapat membuat orang mudah untuk berbagi informasi dan mengambil gambar kapanpun dan dimanapun (Ahmad,2013).

Dirangkum pada *We Are Social* berdasarkan aplikasi yang digunakan para pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2023 per Januari yaitu posisi pertama diduduki oleh Youtube, Facebook, Tik Tok, Instagram, Twitter, Facebook Messenger, LinkedIn, dan yang terakhir merupakan Snapchat. Ciri umum pada jejaring sosial merupakan adanya dialog yang terbuka antara pengguna sosial media. Jejaring sosial media dapat berubah dari waktu ke waktu dan dapat diunggah oleh pembuatnya atau dapat diubah oleh suatu komunitas pada sejumlah halaman tertentu oleh seseorang yang telah mencetusnya. Unggahan dari pengguna sosial media yaitu berupa sebuah postingan video, foto, berita informasi, dan iklan promosi hal apapun.

Di Indonesia, salah satu sosial media yang paling banyak diminati oleh masyarakat yaitu Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi yang menjadi salah satu media sosial yang paling banyak diakses dalam masyarakat Indonesia khususnya remaja pada masa sekarang yang selalu *update* dan *upload* di Instagram. Instagram muncul pada tahun 2010 lalu yang mana dari masa kemasa meningkat penggunaannya. Instagram dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Salah satu kegunaan dari Instagram adalah untuk berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil langsung dari smartphone mereka, Instagram juga sudah menerapkan beberapa filter digital dan sekarang sudah membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial yang sudah terhubung dengan melalui Instagram seperti Facebook, Whatsapp, Tiktok, dan beberapa situs media lainnya, termasuk Instagram sendiri (Arifudin, 2019).

Melihat dari banyaknya jumlah pengguna Instagram di Indonesia, membuat Instagram sebagai salah satunya yaitu fenomena pembuatan *second account* yang

sering diminati oleh kalangan generasi z. *second account* merupakan suatu fenomena yang penggunaannya memiliki akun lebih dari satu atau bisa disebut dengan akun kedua. Dengan hadirnya *second account* tersebut menjadikan setiap pengguna akun tertarik untuk memiliki akun kedua di Instagram (Rifqi, 2020).

Fenomena pembuatan akun kedua Instagram tersebut menjadi subjek penelitian ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, dimana pada informan yang dipilih yaitu Mahasiswa pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh karena pada salah satu karakteristik informan yaitu senang mengabdikan dan membagi momentnya di media sosial khususnya di *second account* tersebut menjadi alasan peneliti memilih para informan-informan tersebut dan subjek dalam penelitian ini adalah akun kedua di aplikasi Instagram. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara pada informan pemilik *second account*. Penelitian ini juga bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang motif yang membuat suatu individu mempunyai akun kedua terkait dengan kedekatan memposting dan menutup suatu informasi tentang akun kedua mereka kepada pengguna Instagram lainnya atau publik. Teori dalam penelitian ini adalah Teori Dramaturgi, pada teori tersebut dijelaskan tentang suatu interaksi sosial terhadap suatu individu dan individu lainnya, individu dalam kehidupannya memiliki suatu panggung yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*backstage*). Penelitian ini akan disusun menggunakan metode penelitian kualitatif. Dari hasil pra-survey ditemukan bahwa *second account* digunakan untuk menyaring pertemanan yang ada di dalam

second account mereka untuk menentukan meningkatkan kualitas kepercayaan diri dari lima informan dalam memberikan informasi privatnya.

Peneliti sempat melakukan sebuah pengamatan kepada salah satu pemilik *second account* Instagram informan. Dari pengamatan peneliti, peneliti menemukan bahwa pada *first account* pemilik akun sangat jarang memposting sebuah kegiatan, sedangkan pada *second account* pemilik akun sangat sering *update* memposting seperti saat pemilik akun sedang bermain, hal-hal yang *aesthetic*, seputar dunia kpop, dan beberapa aktifitas harian yang sering dilakukan.

Di lihat dari akun Instagram, terdapat beberapa perbedaan dari segi postingan yang dimana postingan dalam *second account* lebih banyak dibandingkan postingan *first account*, lalu dari segi pengikut dapat dilihat bahwa pengikut *second account* lebih sedikit dibanding dengan *first account*. Dalam hal tersebut peneliti mendapatkan fakta bahwa pemilik akun tersebut menggunakan *second account* untuk lebih mengekspresikan diri tanpa harus *ngejudge* dan lebih percaya diri dalam memposting serangkaian kegiatan apapun di media sosial Instagram dan pengikutnya lebih sedikit dikarenakan hanya orang terdekat saja (lebih privasi).

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk dijadikan judul **“Dramaturgi Dalam Sosial Media : Penggunaan Second Account Di Instagram Pada Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh (Studi deskriptif kualitatif)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut
Bagaimana penggunaan *Second Account* di Instagram pada kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi jika ditinjau dari teori dramaturgi.

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian harus memiliki sebuah tujuan yang jelas agar penelitian tersebut mempunyai sasaran yang tepat. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan *second account* di Instagram pada kalangan mahasiswa program studi ilmu komunikasi jika ditinjau dari teori dramaturgi.

1.4 Fokus Penelitian

Satu hal penting dalam penelitian ini merupakan menemukan identifikasi masalah. Didalam penelitian ini topik yang di kaji peneliti difokuskan pada penggunaan *second account* di Instagram pada kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi

1.5Manfaat Penelitian

Penelitian ini mampu memberikan manfaat diantaranya :

a. Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan bantuan ilmiah, pemikiran, ide, serta sarana untuk memahami ilmu komunikasi. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian lebih lanjut tentang dramaturgi dalam kajian ilmu komunikasi, menuju pada pemahaman mengenai media, terutama sosial media Instagram.

b. Praktisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah acuan kedepannya saat peneliti yang lain ingin meneliti mengenai Dramaturgi pada sosial media : Penggunaan *Second Account* Di Instagram Pada Kalangan Mahasiswa Progam Studi Ilmu Komunikasi