

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet merupakan jaringan komunikasi sosial yang dapat memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan individu lainnya dari berbagai penjuru dunia. Perkembangan internet di Indonesia mulai berkembang pesat ketika memasuki abad ke-21. Menurut Anthony Giddens perkembangan gaya hidup manusia modern memutus keterkaitan antara ruang dan waktu.¹ Transmisi informasi melalui internet dianggap lebih efektif dan efisien sehingga penggunaan internet digemari oleh berbagai lapisan masyarakat. Pada webinar bertajuk “Siberkreasi Mahasiswa Indonesia Makin Cakap Digital” Samuel A, Dirjen Aptika, mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 11% dari tahun 2021. Hal tersebut membuat jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi 202,6 juta pengguna.² Saat ini Indonesia menjadi pengguna internet terbanyak peringkat ke-3 di Asia. Bentuk komunikasi masyarakat Indonesia mengalami perubahan dan media sosial sudah menjadi bagian dari

¹ Novi Anasari & Pambudi Handoyo, 2015, “Media Sosial Sebagai Panggung Drama (Studi Deskriptif Presentasi Diri Pengguna *Twitter* Di Kalangan Mahasiswa Unesa)”, *Paradigma* Vol.03, No.03, hal.01

² aptika.kominfo.go.id, “Warganet Meningkat, Indonesia Perlu Tingkatkan Nilai Budaya di Internet”, diakses dari <https://aptika.kominfo.go.id/2021/09/warganet-meningkat-indonesia-perlu-tingkatkan-nilai-budaya-di-internet/> pada tanggal 2 Februari 2022

kehidupan sehari-hari. Berdasarkan survei yang dilakukan GWI pada triwulan ketiga 2020, *Instagram* berada di posisi ketiga dengan angka pengguna lebih dari 80% sebagai media sosial yang paling populer di Indonesia. Popularitas *Instagram* di masyarakat menggeser posisi *Facebook* ke urutan nomor empat.³

Masyarakat hadir di dunia maya dengan identitas digital yang ditampilkan pada akun media sosial *Instagram* mereka. Dewasa ini, kelompok masyarakat yang aktif menggunakan *Instagram* adalah kalangan remaja akhir. Mereka memiliki rentang usia 18-21 tahun dan umumnya merupakan pelajar yang berada di jenjang Perguruan Tinggi atau biasa disebut sebagai mahasiswa. Kelompok mahasiswa ini berasal dari berbagai Perguruan Tinggi, salah satunya adalah Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Sebagai mahasiswa, mereka akan mempertunjukkan identitas personalnya di *Instagram*. Dengan latar belakang sebagai individu yang terdidik, para mahasiswa kelak akan menjadi penerus bangsa. Mereka memiliki peran untuk melestarikan nilai dan norma serta harus mampu beradaptasi dengan perkembangan yang ada. Pada dasarnya, pemuda adalah mereka yang terwarisi masa lalu dan terbebani masa depan. Identitas yang mereka tampilkan di *Instagram* akan menggambarkan kepribadian mereka di dunia nyata.

³ BeritaSatu.com, “Data: Ini Media Sosial Paling Populer Di Indonesia 2020-2021”, diakses dari <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>. pada tanggal 28 Maret 2021

Mahasiswa dapat menjangkau audiens yang sangat luas untuk berinteraksi di dunia maya. Seiring dengan berjalannya waktu, mereka akan memaknai nilai-nilai baru yang akan membentuk kepribadian baru pada dirinya. Dalam melakukan konstruksi identitas di laman media sosial, seseorang tidak serta merta melakukan tindakan yang spontan, tetapi melalui proses seleksi agar memberikan penampilan yang sempurna.⁴ Para mahasiswa akan menampilkan eksistensi dirinya melalui berbagai postingan yang ia anggap ideal untuk dibagikan ke *Instagram*. Sebagai media sosial, *Instagram* juga memberikan kebebasan berekspresi untuk para penggunanya. Tapi, ada satu titik ketika para mahasiswa menghadapi bias mengenai apa yang sebaiknya boleh dan tidak boleh dibagikan ke akun *Instagram* personal mereka. Terutama ketika audiens di akun pertama dianggap kurang sesuai dengan impresi lain yang ingin diberikan oleh mahasiswa sebagai pemilik akun. Hal tersebut menimbulkan krisis identitas dalam diri para mahasiswa. Akhirnya mereka membuat akun kedua di *Instagram* dan memberikan penampilan berdasarkan konstruksi identitas yang berbeda dari akun pertamanya. Kemudian mereka juga akan menarik audiens lain yang sesuai dengan kesan yang ingin mereka bagikan.

⁴ Novi Anasari & Pambudi Handoyo, 2015, "Media Sosial Sebagai Panggung Drama (Studi Deskriptif Presentasi Diri Pengguna *Twitter* Di Kalangan Mahasiswa UNESA)", *Paradigma* Vol.03, No.03, hal.02

Pertunjukan identitas digital mahasiswa di *Instagram* menjadi terfragmentasi. Jika di akun pertama seseorang bertujuan untuk menampilkan citra dirinya secara ideal, maka akun kedua menjadi tempat untuk menampilkan sisi lain yang bisa jadi bertolak belakang atau berbeda dengan identitas yang berada pada akun pertama. Seperti yang dikemukakan oleh Sherry Turkle dalam kajiannya mengenai hubungan antara konstruksi identitas dan teknologi berjaring (*networked technology*) pada tahun 1995. Berdasarkan hasil kajiannya, Turkle mengemukakan bahwa di dunia maya identitas berubah, menjadi lebih cair dan terfragmentasi.⁵

Dinamika yang terjadi akibat dari perkembangan internet ikut mempengaruhi perubahan nilai-nilai dan norma sosial. Termasuk dalam konstruksi identitas yang berada di masyarakat secara digital. *Instagram* memiliki fitur yang disebut *Setting Profile*. Kemudian, melalui fitur *Multiple Account* pengguna dapat mengelola lebih dari satu akun pada aplikasi *Instagram*. Hal ini semakin mendukung kebebasan dalam ajang pengelolaan kesan oleh mahasiswa di *Instagram*. Dimana setiap orang bisa melakukan konstruksi identitas yang berbeda-beda di setiap akun yang mereka miliki. Mengantarkan pada keadaan dimana pemaknaan konstruksi identitas di kalangan mahasiswa pengguna media

⁵ Retasari Dewi & Preciosa Alnashava Janitra, 2018, "Dramaturgi Dalam Media Sosial: *Second Account* Di *Instagram* Sebagai Alter Ego." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.8, No.3, hal.341

sosial menjadi cair dan terfragmentasi yang menjadi tantangan baru yang harus dihadapi mahasiswa dalam perjalanan penemuan identitas mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan studi mengenai bagaimana remaja mengkonstruksi identitas mereka di dunia maya yang bersifat cair dan terfragmentasi, khususnya terhadap mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang memiliki *Second Account Instagram*. Melalui kepemilikan dua akun setiap orang dapat mengkonstruksi persona dirinya yang berbeda. Pada akhirnya, mahasiswa di era sekarang memiliki identitas yang terbagi-bagi sesuai dengan akun mereka. Maka dari itu peneliti mengangkat judul **“Mencairnya Identitas Mahasiswa Melalui *Second Account* di *Instagram* (Studi Kasus: 8 Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Pengguna Dua Akun *Instagram*)”**.

1.2 Permasalahan Penelitian

Sebagai kalangan pelajar tentu mahasiswa memiliki gaya hidup yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, seperti keluarga dan terutama dengan teman sebaya. Selain di kampus, mahasiswa juga akan berteman dengan saling *follow* di akun media sosial seperti *Instagram*. Konstruksi identitas di dunia maya menjadi penting karena individu adalah apa yang laman *Profile*-nya katakan tentang dirinya. Itulah mengapa sebuah akun media sosial dapat memberikan gambaran identitas penggunanya. Masa remaja merupakan masa yang krusial dalam pembentukan identitas dan jati diri. Namun, saat ini mereka dihadapkan pada keadaan dunia digital yang memungkinkan terjadinya fragmentasi identitas melalui penggunaan dua akun media sosial.

Perubahan bentuk komunikasi dan sosialisasi modern telah menciptakan budaya digital. Di media sosial, seperti *Instagram*, hadirnya fitur *Setting* dan *Multiple Account* memberikan kesempatan bagi seseorang untuk mengkonstruksi identitas mereka dan menampilkannya pada dua *setting* dengan audiens yang berbeda pula. Maka dari itu seseorang akan melakukan interaksi sosial dengan mengatur penampilan yang akan ia berikan kepada audiens, menyesuaikan dengan akun yang digunakan.

Pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana latar belakang mahasiswa membuat dua akun *Instagram*?
2. Bagaimana mahasiswa mengkonstruksi identitasnya melalui dua akun di *Instagram*?
3. Bagaimana implikasi penggunaan dua akun *Instagram* terhadap identitas mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan penelitian pada pembahasan sebelumnya, maka tujuan yang ingin peneliti capai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan latar belakang mahasiswa membuat dua akun *Instagram*.
2. Untuk mendeskripsikan konstruksi identitas mahasiswa di dua akun *Instagram*.
3. Untuk mendeskripsikan implikasi penggunaan dua akun *Instagram* terhadap identitas mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya di masa depan. Kemudian juga untuk menambah kepustakaan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, khususnya Prodi Pendidikan Sosiologi. Kemudian, manfaat secara akademis hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan di dunia pendidikan pada bidang ilmu Sosiologi, baik Psikososial maupun Sosiologi Digital. Kemudian dapat memberi gambaran mengenai perkembangan dan kemajuan mengenai konstruksi identitas di ruang publik digital. Terutama pada kalangan mahasiswa di media sosial *Instagram*.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Perkembangan teknologi informasi di kalangan masyarakat tidak lepas dari perhatian para peneliti terutama mengenai berbagai fenomena yang terjadi di dalamnya. Seperti fenomena fragmentasi identitas di media sosial yang membuat konstruksi identitas digital menjadi cair. Untuk mendukung proses penelitian, pada bagian ini peneliti akan menyajikan berbagai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan konstruksi identitas di media sosial *Instagram* oleh kalangan remaja. Berikut merupakan kajian pustaka yang telah dilakukan oleh peneliti.

Identitas menjadi penting karena melekat dan dapat mendefinisikan seseorang di suatu lingkup budaya masyarakat. Dalam perspektif interaksi simbolik tradisional, masyarakat aktif dalam proses penciptaan melalui interpretasi dan definisi aktor dalam situasi sosial.⁶ Di era digital perkembangan teknologi telah membentuk dinamika konsep identitas masyarakat. Presentasi diri sehari-hari kini tidak hanya dilakukan secara tatap muka langsung, namun juga dapat dilakukan di dunia maya. Nastaran Khoshsabk menjelaskan bahwa melalui perkembangan internet, kini individu dapat mengandalkan dan mempertimbangkan lebih banyak aspek dalam dirinya untuk dipresentasikan pada masyarakat luas.⁷ Ketika seseorang aktif berjejaring di dunia maya ia disebut sebagai konsumen media dan ia juga otomatis akan memiliki identitas digital.

Dewasa ini, konsumen media berasal dari berbagai lapisan masyarakat. Terutama kalangan remaja generasi Z yang proses tumbuh kembangnya beriringan dengan perkembangan teknologi. Ketika mencari berita atau informasi mereka sudah tidak lagi menonton siaran berita di TV atau membaca koran pagi hari, namun mereka mencari dan mendapatkannya langsung melalui media *online*

⁶ Stets, J.E. and Burke, P.J., 2003, *A sociological approach to self and identity. Handbook of self and identity*, Washington State University, hal.1

⁷ Khoshsabk, N., 2018, "Digital Identities: Presentation of Self through Social Media", A thesis of Doctor of Philosophy, Faculty of Education, Departement of Education, Monash University, Melbourne, hal.67, diakses dari https://bridges.monash.edu/articles/thesis/Digital_identities_Presentation_of_self_through_social_media/6243431/1

dan sesuai dengan topik yang paling hangat saat ini.⁸ Dari sudut pandang Sosiologi, remaja dipelajari dari dinamika budaya dan perilakunya dalam jejaring sosial. Dimana nantinya hal ini akan berkaitan dengan pemaknaan identitas remaja dan budaya digital.

Masa remaja adalah periode antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang membawa perubahan besar, baik secara psikis maupun psikologi seseorang.⁹ Masa remaja juga erat kaitannya dengan masa dimana setiap orang menempuh pendidikan. Identitas mereka tidak lepas dari lingkungan sosialnya di Sekolah. Berdasarkan kelompok usia-nya, mahasiswa merupakan golongan remaja akhir. Dengan *setting* di lingkup Perguruan Tinggi, mereka sudah mulai mengadaptasi nilai-nilai orang dewasa. Di masa remaja mereka, para mahasiswa sudah mulai lebih banyak menghabiskan waktu dengan teman-temannya. Maka dari itu, teman sebaya memiliki pengaruh yang lebih besar pula terhadap konstruksi identitasnya dan bagaimana mereka melakukan presentasi diri. Kemudian yang tidak kalah penting juga adalah peran keluarga yang masih berkaitan dengan mereka dan juga media massa. Keluarga menjadi merupakan agen pertama yang membantu sosialisasi remaja ke lingkungan luar. Seorang remaja akan mendapatkan pengawasan dan juga arahan dari keluarga mereka. Kemudian, dalam disertasi

⁸ Valkenburg, P.M. and Piotrowski, J.T., 2017, *Plugged In: How Media Attract and Affect Youth*, Connecticut: Yale University Press, hal.11

⁹ *Ibid*, hal.88

Wang dijelaskan bahwa remaja memanfaatkan teknologi dan budaya di sekitarnya untuk memahami diri. Remaja mengartikulasikan perasaannya tentang diri mereka sendiri melalui komunikasi yang terjadi dengan teman-teman terdekat; mereka juga mempelajari informasi apa yang mereka bagikan dengan orang lain serta apa yang membuat mereka unik.¹⁰

Seperti kehidupan di dunia nyata, di dunia maya juga terdapat budaya yang berkembang. Çötelı mengemukakan bahwa hadirnya proses digitalisasi membawa perubahan bentuk komunikasi dan sosialisasi sehingga menciptakan hal yang disebut sebagai “budaya digital” di masyarakat.¹¹ Budaya digital mengacu pada kesadaran masyarakat tentang norma, makna, dan nilai bersama yang dibangun melalui interaksi *online*¹². Miller dan Slater mengemukakan bahwa budaya digital merupakan bentuk dari teknologi interaksional yang menyediakan sarana interaksi sosial dan representasi diri. Budaya digital terhubung dan tidak terpisah dengan dunia nyata dan kehidupan sehari-hari.

¹⁰ Davis, K., 201., Young people’s digital lives: The impact of interpersonal relationships and digital media use on adolescents’ sense of identity, *Computers in Human Behavior*, Vol.29, No.6, hal.2282

¹¹ Çötelı, S., 2019, The impact of new media on the forms of culture: digital identity and digital culture. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. Vol.9, No.2, hal.2

¹² Kennedy, J., dan Lynch, H., 2016, A shift from offline to online: Adolescence, the internet and social participation, *Journal of Occupational Science*, Vol.23, No.2, hal. 2

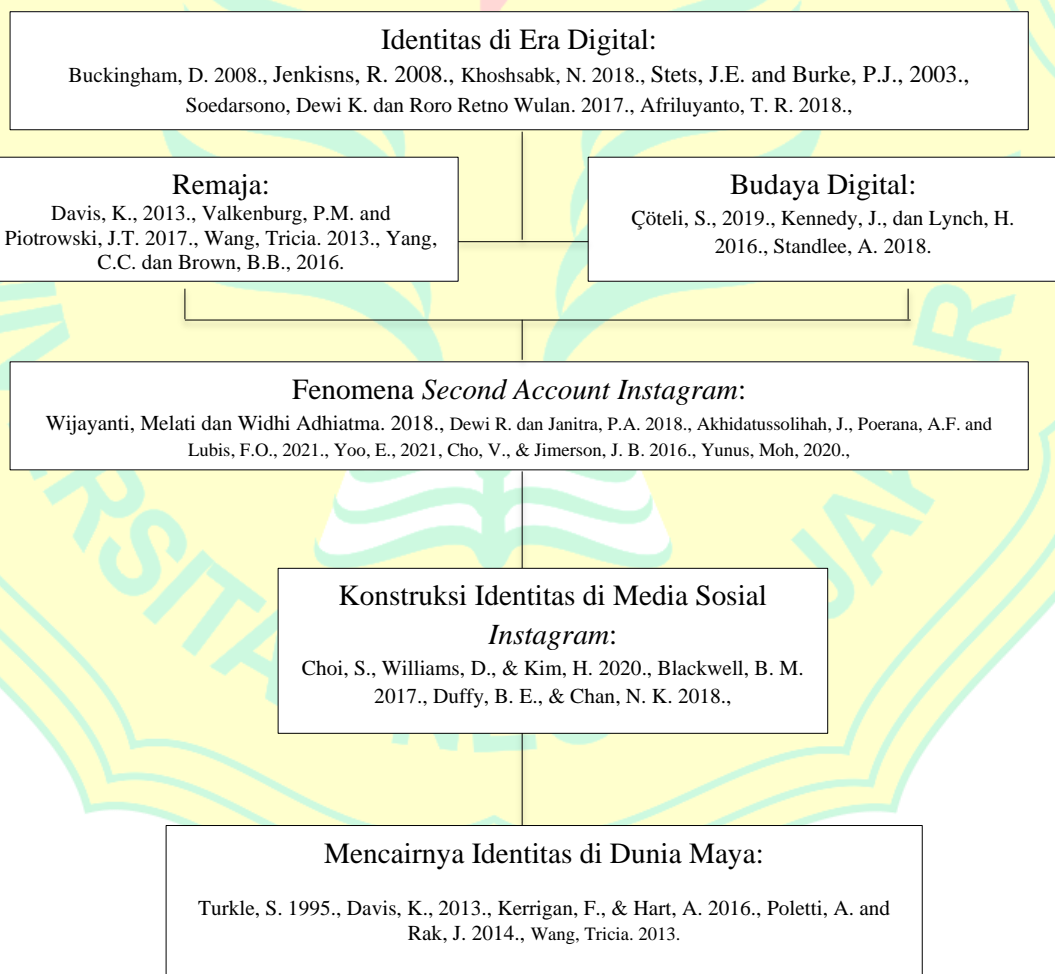
Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh kalangan remaja saat ini adalah *Instagram*. Sebagai tempat remaja dalam bersosialisasi di ruang publik digital, *Instagram* tidak lepas dari perkembangan fenomena yang terjadi di dalamnya. Fenomena yang hingga saat ini masih marak terjadi di media sosial *Instagram* adalah penggunaan dua akun. Berdasarkan beberapa kajian terdahulu, fenomena penggunaan dua akun *Instagram* berangkat dari dinamika konsep diri (*self-concept*) para pengguna *Instagram*. Mereka mengelola dua akun untuk menampilkan atau melakukan presentasi citra diri yang umumnya memiliki perbedaan antara akun pertama dengan akun kedua. Citra diri merupakan cara seseorang untuk mengkonstruksi penilaian atau pandangan orang lain terhadap dirinya.¹³ Fenomena penggunaan *Second Account* yang paling populer di kalangan masyarakat adalah jenis *Private Account*. Tidak hanya itu, saat ini juga sudah mulai marak penggunaan akun kedua yang digunakan untuk menyalurkan hobi, akun professional, akun untuk terhubung dengan komunitas tertentu, dan lain sebagainya.

Di ruang publik digital, seperti media sosial *Instagram*, sebuah akun ibaratkan kanvas kosong yang diberikan kepada para pengguna untuk membuat gambar yang ingin mereka tampilkan. Dengan memanfaatkan berbagai fitur dan

¹³ Yunus, Moh, 2020, "Citra Diri Mahasiswa Islam Surabaya di *Instagram*", Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, hal.1, diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/44845/>

Pengaturan di *Instagram*, seseorang dapat mengkonstruksi identitas yang berbeda antara dunia nyata dan dunia maya. Misalnya melalui fitur *Create, Edit Profile, Following* dan *Followers, Privacy Mode*, hingga fitur *Multiple Account*. Tidak hanya itu, bahkan ia juga dapat mengkonstruksi identitas yang berbeda melalui dua akun dengan memanfaatkan fitur *Multiple Account*. Hal ini menyebabkan banyak kalangan masyarakat yang pada akhirnya mengkonstruksi beragam melalui dua akun.

Skema 1.1 Peta Penelitian Sejenis



(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2022)

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 *Identity Fluidity* Remaja di Era Digital

Turkle mengemukakan bahwa di era post modern, orang-orang merasakan identitas sebagai seperangkat peran yang dapat dikreasikan secara pribadi, beragam dan perlu dinegosiasikan.¹⁴ Internet menjadi bagian dari budaya komputer yang berkontribusi pada pemikiran tentang identitas sebagai multiplisitas. Dalam pandangan masyarakat tentang *self*, gambaran baru tentang identitas sebagai multiplisitas, heterogenitas, fleksibilitas, dan fragmentasi mendominasi pemikiran masyarakat tentang pemikiran identitas saat ini.¹⁵

Seseorang dapat mengkonstruksi identitas dengan berbagai konsep diri yang ia inginkan di dunia maya. Karakter yang dibuat seseorang akan disebut sebagai “persona” atau “topeng aktor” dan merupakan akar dari “individu” dan “kepribadian”.¹⁶ Seseorang bisa secara eksplisit memainkan peran dan juga secara tersirat membentuk kepribadian *onlinenya*. Internet memberikan dunia interaksi yang anonim dimana seseorang dapat memainkan peran yang sangat menggambarkan dirinya hingga sangat berbanding terbalik dengan dirinya.¹⁷ Hal tersebut berkaitan dengan pengungkapan diri seseorang (*self-disclosure*) dan

¹⁴ Turkle, S., 1995, *Life on The Screen*, New York: Touchstone, hal.178

¹⁵ *Ibid*, hal.178

¹⁶ *Ibid*, hal.183

¹⁷ *Ibid*, hal.183

mengenai hal yang ia sembunyikan (*self-disclosed*). Kemudian, internet juga memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi keberagaman aspek yang terdapat dalam diri mereka, namun di satu sisi mereka juga menginginkan identitas yang otentik.¹⁸ Sementara itu, Kerrigan dan Hart mengemukakan ketika berinteraksi di dunia maya seseorang tidak hanya berganti identitas, namun mereka memang memiliki banyak identitas yang ditampilkan sesuai dengan keadaan sekitarnya.¹⁹ Maka dari itu berbagai identitas yang dimiliki oleh seseorang di dunia maya bersifat sementara (*multiple temporal selves*).

Di era digitalisasi seperti saat ini, remaja generasi Z sebagai *digital natives* tumbuh dan berkembang seiring dengan kemajuan dunia digital. Perkembangan teknologi informasi disebut membawa tantangan tersendiri, yaitu untuk mengintegrasikan tanggung jawab berdasarkan identitas di tengah cairnya keadaan dunia maya. Pembentukan identitas remaja di dunia digital bisa menjadi tantangan tersendiri karena pemahaman konstruksi identitas masyarakat cenderung cair dan terfragmentasi. Ketika seseorang memasuki fase remaja akhir, ia sudah memiliki perubahan pada kemampuan kognitif. Secara umum ia akan lebih baik dalam mengendalikan impuls dan konsentrasinya, memahami konteks yang lebih luas dari suatu masalah atau keputusan, serta mengemukakan pendapat. Kemudian

¹⁸ *Ibid*, hal.254

¹⁹ Kerrigan, F., & Hart, A, 2016, Theorising digital personhood: a dramaturgical approach. *Journal of Marketing Management*, vol.32, no.17-18, pp.1705

mereka juga mulai mengadaptasi nilai-nilai orang dewasa. Saat ini mayoritas remaja akhir sudah menginjak bangku Perguruan Tinggi dan berstatus sebagai mahasiswa. Dimana mereka lekat dengan identitasnya sebagai seseorang yang terpelajar di lingkungan sekitarnya.

Remaja hadir di ruang digital dengan persona digital mereka. Mereka akan berkomunikasi, melalui pertukaran simbol-simbol, gerakan, mengekspresikan emosi, dan berbagai tindakan lain yang dapat menggambarkan eksistensi digitalnya. Ketika remaja hadir dengan identitas digital mereka dan berkumpul di sebuah ruang digital yang membuat mereka dapat saling berkolaborasi, maka akan menciptakan ruang realitas virtual sosial yang baru.²⁰ Secara sederhana sebagai wadah interaksi remaja di dunia virtual. Internet memberikan kesempatan hubungan interaksi yang luas dan tidak terbatas. Seseorang dapat hadir dengan membuat karakter dan lingkungan tersendiri yang ingin ia tinggali. Dunia maya ibaratkan taman bermain identitas dimana mereka akan melakukan eksplorasi diri.

1.6.2 Instagram Sebagai Ruang Publik Digital

Media sosial adalah sarana berjejaring *online* yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk bersosialisasi dengan siapapun, kapanpun dan dimanapun. *Setting* dunia maya yang mempertemukan berbagai penggunanya

²⁰ Turkle, S., 1995, *Life on The Screen*, New York: Touchstone, hal.183

membentuk sebuah ruang publik digital. Untuk dapat mengakses media sosial, masyarakat membutuhkan internet dan juga gadget yang tidak lepas dari perkembangan teknologi informasi. Sejak munculnya internet perkembangan bentuk komunikasi masyarakat mulai berubah, dari komunikasi *Computer-Mediated Communication* (CMC) ke *Video-Mediated Communication* (VMC). Jumlah media sosial sebagai ruang publik digital yang hadir di tengah masyarakat menjadi tidak terkira. Seperti *Friendster*²¹, *Facebook*²², *Twitter*²³, *Path*²⁴ dan sebagainya. Ditengah maraknya penggunaan media sosial dewasa ini *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dunia, termasuk Indonesia.

Sejak pertama kali diluncurkan, *Instagram* identik sebagai platform untuk berbagi foto dan video. Kehadiran *Instagram* dibekali berbagai pengaturan dan fitur pendukung yang berkaitan dengan pengabdian gambar serta video.

²¹ Media sosial yang diciptakan oleh Jonathan Abrams dan rilis pada tahun 2002.

Friendster dikenal sebagai sistus berjejaring yang marak digunakan untuk membangun jaringan pertemanan secara online oleh masyarakat.

²² Media sosial yang diciptakan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004. Penggunaanya dapat berteman dan terhubung dengan pengguna lain dari seluruh dunia. Saat ini *Facebook* dikuasai oleh *Meta Platforms*.

²³ Media sosial berbasis mikroblog yang didirikan oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Evan Williams, dan Biz Stone pada tahun 2006. *Twitter* berbasis pada layanan pengiriman informasi berbasis teks dan biasa disebut dengan istilah cuitan (*tweet*).

²⁴ Media sosial yang didirikan oleh Dave Morin, Shawn Fanning, dan Dustin Mierau pada tahun 2010. *Path* menyediakan layanan berbagi pesan dan gambar yang terbatas pada 50 orang. Dengan kesan yang eksklusif, *Path* menjadi salah satu media sosial yang digemari masyarakat.

Seseorang dapat memposting berbagai konten media ke laman *Profile*-nya di *Instagram*. Konten-konten tersebut akan tersusun menjadi tiga baris postingan dan seolah-olah akan menjadi seperti album digital pribadi si pemilik akun. Untuk menunjang ciri khasnya sebagai media sosial berbasis konten visual, *Instagram* dilengkapi dengan fitur Kamera yang disertai *Filter* beragam. Awalnya berbagai *Filter* yang disediakan oleh *Instagram* kurang lebih mirip dengan *Filter* film kamera analog atau kamera instan. Namun saat ini terdapat berbagai *Filter* terbaru yang dapat digunakan *Instagram* untuk mempercantik hasil akhir dari suatu media.

Instagram sebagai ruang publik digital memberikan kesempatan bagi penggunaannya untuk hadir dalam bentuk sebuah akun. Dimana seseorang dapat melakukan pengungkapan dirinya melalui berbagai informasi yang akan ditampilkan dan terus terekam secara digital. Saat ini fitur *Multiple Account* memberikan kesempatan bagi pengguna *Instagram* untuk hadir dengan dua penampilan yang berbeda di dunia maya. Melalui berbagai fitur lainnya, seseorang dapat dengan bebas mengkonstruksi identitas yang ia inginkan.

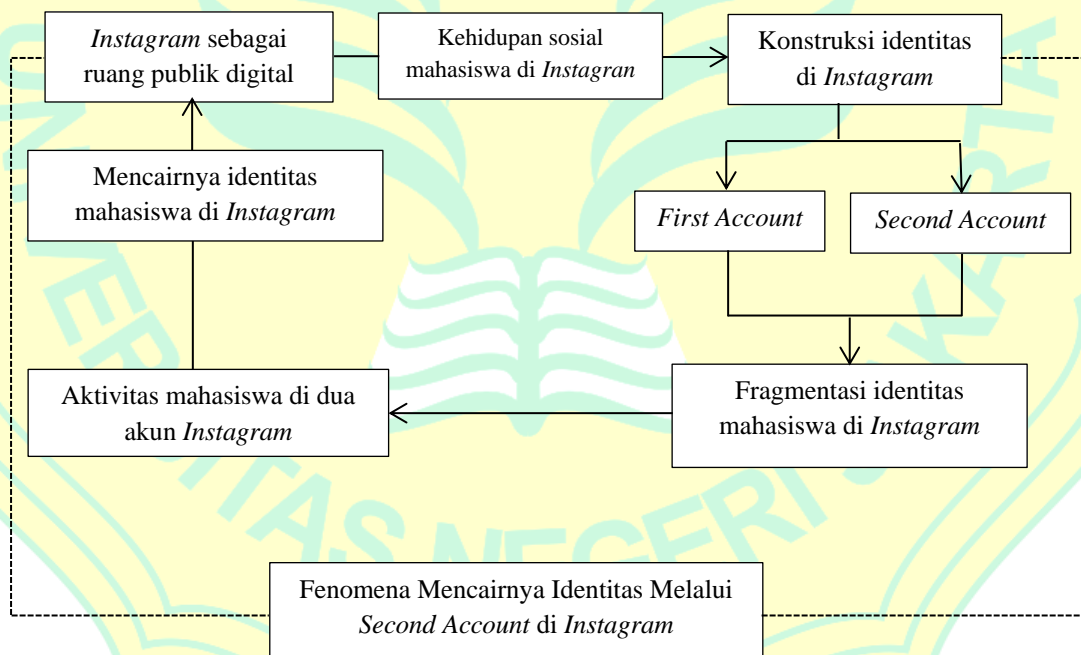
Setiap orang memiliki latar belakangnya masing-masing dalam menggunakan media sosial *Instagram*. Hal itu bisa berupa membangun komunikasi, sarana eksistensi diri, berbagi dan mencari informasi, sebagai media untuk memperoleh hiburan dan sebagainya. Tidak jarang ada akun *Instagram* berisi konten yang disukai atau dianggap dapat merepresentasikan pemilik akun tersebut. Dengan latar belakang yang berbeda-beda, banyak masyarakat di luar sana membuat dua akun untuk memisahkan aktivitas peran mereka di *Instagram*.

Dewasa ini, penggunaan dua akun atau bahkan lebih sudah menjadi hal yang lumrah di kalangan masyarakat. Bahkan, tidak jarang dapat ditemukan beberapa akun dengan isi konten yang berbeda namun ternyata dikelola oleh satu orang.

1.6.3 Hubungan Antar Konsep

Pada studi ini peneliti membuat hubungan antar konsep yang berkaitan dengan mencairnya identitas mahasiswa, sebagai kelompok remaja akhir yang tengah menempuh studi di Universitas Negeri Jakarta, melalui penggunaan *Second Account Instagram*.

Skema 1.2 Hubungan Antar Konsep



(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2022)

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, maka penelitian ini hendak memahami peristiwa, fakta, dan gejala yang terjadi di masyarakat secara menyeluruh dan mendalam. Informan berperan sebagai subjek karena nantinya data yang diperoleh akan berperan penting pada keseluruhan penelitian. Pada penelitian ini data diambil dengan teknik observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi. Kemudian data juga didukung dengan data sekunder berupa kajian literatur dari penelitian terdahulu. Creswell membagi penelitian kualitatif menjadi lima jenis dan salah satunya adalah jenis penelitian studi kasus. Pada penelitian ini kasus akan digali lebih dalam dan secara khusus agar dapat dipahami dalam konteks, situasi, dan waktu tertentu.²⁵

1.7.2 Subjek Penelitian

Mahasiswa merupakan bagian dari kelompok masyarakat yang juga termasuk dalam kelompok usia remaja akhir. Mahasiswa adalah status yang disandang oleh mereka yang berkuliah atau menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi. Dengan kisaran usia dari 17-22 tahun, mayoritas mahasiswa saat ini sudah

²⁵ Raco, Jozef. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia. hal.49

merupakan pengguna aktif media sosial *Instagram*. Pada penelitian kali ini, peneliti secara khusus mengambil informan yang berkuliah di Universitas Negeri Jakarta sebagai subjek penelitian. Kriteria lain yang ditetapkan untuk pengambilan informan pada penelitian ini ialah, mahasiswa sebagai informan menggunakan media sosial *Instagram* dan memiliki *Second Account*. Kriteria tersebut cukup penting karena data yang diperoleh dari para informan nantinya akan menjadi data utama pada penelitian ini.

Tabel 1.1 Informan Penelitian

No.	Nama	Prodi	Angkatan
1.	YA	Pendidikan Sosiologi	2019
2.	BI	Sastra Indonesia	2018
3.	FH	Pendidikan Sosiologi	2019
4.	BA	Manajemen Pendidikan	2021
5.	KA	Pendidikan Sejarah	2018
6.	LK	Pendidikan Tata Rias	2018
7.	N	Kimia	2019
8.	KS	Pendidikan Ekonomi	2019

(Sumber: Dokumentasi Peneliti 2022)

1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada *Instagram* sebagai *setting* penelitian. Mengingat keadaan yang masih rentan karena masa pandemi, lokasi utama penelitian juga bersifat *online*. Dimana peneliti melakukan observasi serta wawancara dengan informan melalui media sosial. Misalnya pengamatan terhadap akun media sosial *Instagram* milik informan dan juga memperdalam data dengan melakukan wawancara menggunakan media sosial pesan, video call dan voice call. Untuk memperoleh data yang valid dan mampu mendukung hasil penelitian,

waktu yang dilakukan pada penelitian ini berjalan selama empat bulan. Peneliti memulai penelitian ini dimulai dari bulan Februari 2022 hingga bulan Mei 2022.

1.7.4 Peran Peneliti

Pada penelitian ini, peran peneliti berperan sebagai peneliti (aktor) yang mengumpulkan data, baik primer maupun sekunder, yang diperoleh pengamatan, observasi, serta wawancara di lapangan. Kemudian mengolah hasil data yang diperoleh merujuk pada hasil kajian literatur yang sudah dilakukan. Peneliti tidak terlalu merasa kesulitan untuk mencari informan karena saat ini terdapat banyak mahasiswa yang memiliki dua akun media sosial *Instagram*. Tetapi, salah satu kesulitan yang dialami adalah mencari mahasiswa dengan *Second Account* yang lebih beragam, seperti akun fotografi, video editing, akun penggemar, dan sebagainya. Hal tersebut dikarenakan mayoritas kalangan mahasiswa memiliki *Private Account* sebagai *Second Account* mereka. Seperti halnya pada penelitian ini, terdapat 5 dari total 8 orang mahasiswa yang menggunakan *Second Account* sebagai *Private Account* mereka. Meskipun begitu, penelitian masih dapat dilaksanakan sesuai dengan konsep yang sudah direncanakan.

Peneliti melakukan pendekatan terhadap informan pada penelitian ini dengan cara menghubungi mereka terlebih dahulu melalui media sosial, seperti *WhatsApp*, *Instagram* dan *Twitter*. Pendekatan awal dilakukan dengan cara menyampaikan maksud dan tujuan peneliti kepada informan. Kemudian dilanjutkan dengan percakapan singkat mengenai kesepakatan peneliti dengan informan dan beberapa hal lain yang berkaitan dengan media sosial atau nantinya akan membantu penyusunan skripsi. Metode pendekatan ini mengantarkan peneliti

untuk mencapai rasa saling percaya antara peneliti dan informan agar kedepannya proses pengumpulan data yang dilakukan tidak terlalu sulit.

1.7.5 Triangulasi Data

Dalam melakukan triangulasi data, peneliti menggunakan triangulasi member-checking. Triangulasi member-checking dilakukan dengan cara memberikan laporan akhir dari hasil penelitian penulis kepada informan. Dimana untuk menjamin kredibilitas temuan, para informan akan menentukan keakuratan temuan pada penelitian ini, apakah sudah sesuai dan akurat dengan apa yang mereka lakukan di lapangan.²⁶ Seluruh informan pada penelitian ini adalah para mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang memiliki dua akun *Instagram*. Kemudian Peneliti juga menambahkan *Follower* kedua akun mahasiswa di *Instagram*, sebagai informan pendukung untuk triangulasi data.

1.8 Sistematika Penelitian

Pada bagian sistematika penelitian berisi pembahasan mengenai gambaran umum sebagai alur pemikiran penulis. Dimana bagian ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian. Penelitian ini terdiri dari lima bab sebagai berikut:

²⁶ Creswell, J.W., 2014. *Research Design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches Second Edition*, hal.224

Bab I: Berisi pembahasan mengenai latar belakang peneliti dan permasalahan mengenai fenomena mencairnya identitas mahasiswa di dunia maya. Selanjutnya membahas tujuan dan manfaat penelitian, didukung dengan penelitian sejenis dan kerangka konseptual. Terakhir dilanjut dengan metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II: Berisi pembahasan mengenai gambaran umum latar penelitian yaitu *Instagram*, mulai dari perkembangan dan fiturnya. Lalu terdapat profil mahasiswa dari Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan *Instagram*. Terakhir latar belakang munculnya fenomena penggunaan *Second Account* di kalangan remaja.

Bab III: Berisi pembahasan deskriptif dari hasil temuan peneliti tentang mencairnya identitas mahasiswa melalui *Second Account Instagram*. Dimana para mahasiswa melakukan aktivitas melalui dua akun *Instagram* yang berbeda. Kemudian bab ini juga membahas implikasi dari penggunaan dua akun *Instagram* di kalangan mahasiswa.

Bab IV: Berisi pembahasan secara deskriptif mengenai analisis konstruksi identitas mahasiswa melalui *Second Account Instagram*. Hasil temuan dianalisis dengan teori konsep yang digunakan oleh peneliti, yaitu konsep cairnya identitas di dunia maya. Kemudian peneliti juga membahas *fluidity identity* dari perspektif pendidikan.

Bab V: Berisi penutup yang membahas kesimpulan dari rangkaian pembahasan sebelumnya. Bagian ini juga berisi saran yang peneliti tulis dan tentunya berkaitan dengan isi penelitian.