

Motif Penggunaan *Second Account* Instagram Sebagai Media Interaksi Diri (Studi Kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun 2019 Universitas Mulawarman)

Sarah Maulidya¹, Johantan Alfando^{2*}, Nurliah³, Silviana Purwanti⁴

^{1,2*,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia.

article info

Article history:

Received 20 March 2024

Received in revised form

15 April 2024

Accepted 1 May 2024

Available online July 2024.

DOI:

<https://doi.org/10.35870/jtik.v8i3.2641>.

Keywords:

Instagram; Self-Interaction

Media; Second Account;

Motive; Self-Disclosure

Theory.

Kata Kunci:

Instagram; Media Interaksi

Diri; Second Account; Motif;

Teori Self-Disclosure.

abstract

The phenomenon of second account Instagram is increasing because it provides individuals with the opportunity to build different social identities and interactions that may not be shown in the main Instagram account. The purpose of this study was to determine the motives for using second Instagram accounts as a medium of self-interaction in 2019 Communication Science students at the University. This research uses qualitative methods with a qualitative descriptive approach and is based on the theory of self-disclosure by Altman and Taylor. Data collection techniques are observation, interview, and documentation. In the interview, six resource persons were obtained using purposive sampling technique. The results showed that Communication Science students in the 2019 batch of Mulawarman University used Instagram second accounts as a medium of self-interaction with motives that developed over time in accordance with the five aspects of Altman and Taylor's (1975) self-disclosure theory.

abstrak

Fenomena second account Instagram semakin meningkat karena memberikan kesempatan individu untuk membangun identitas sosial dan interaksi yang berbeda yang mungkin tidak dapat di tunjukkan dalam akun utama Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif penggunaan second account Instagram sebagai media interaksi diri pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun 2019 Universitas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan didasari teori self-disclosure oleh Altman dan Taylor. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam wawancara, didapatkan enam orang narasumber dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2019 Universitas Mulawarman menggunakan second account Instagram sebagai media interaksi diri dengan motif yang berkembang seiring dengan waktu sesuai dengan 5 aspek teori self-disclosure Altman dan Taylor (1975).

Corresponding Author. Email: Johanalfandows@gmail.com ^{2}.

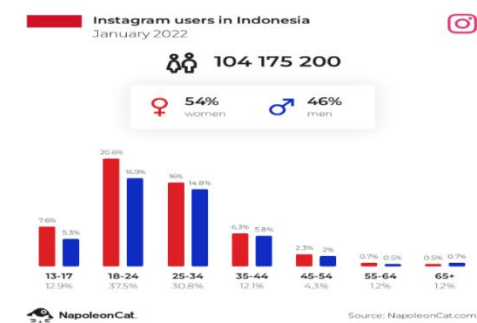
© E-ISSN: 2580-1643.

Copyright © 2024 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 

1. Latar Belakang

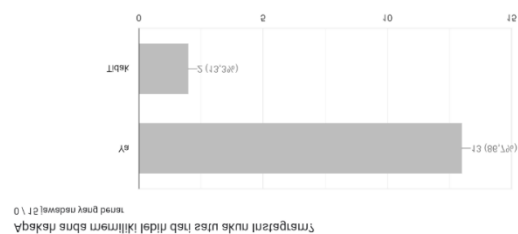
Dalam interaksi sosial, Instagram memberikan pengguna fasilitas untuk terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia melalui fitur seperti mengikuti, komentar, dan mengirim pesan. Interaksi ini memungkinkan individu untuk tetap terkait dengan teman, keluarga, dan komunitas mereka, bahkan jika mereka tidak dapat berinteraksi secara langsung. Dalam hal ini, Instagram dapat berfungsi sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan interaksi sosial yang mendasar bagi individu. Kehadiran internet telah mengubah cara masyarakat berinteraksi secara signifikan. Interaksi sosial tidak lagi terbatas oleh batasan ruang dan waktu yang sama [1]. Internet telah menghapus hambatan yang sebelumnya menghalangi orang untuk berhubungan [2]. Dalam era modern ini, konsep hubungan antara ruang dan waktu menjadi terdistorsi, di mana ruang tidak lagi terkait dengan tempat secara langsung. Ini menunjukkan bahwa manusia telah menciptakan cara-cara baru untuk berinteraksi tanpa memerlukan pertemuan fisik, salah satunya melalui internet [3].

Menurut Rahmawati (2016), Instagram adalah salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan yang signifikan dan dianggap sebagai salah satu media sosial yang menarik perhatian [4]. Instagram dikenal sebagai aplikasi media sosial yang sering digunakan untuk berbagi momen dalam bentuk foto dan video. Husnah *et al.* (2023) berpendapat bahwa Instagram sebagai media sosial mampu menyajikan berbagai jenis konten, termasuk video, tulisan, dan gambar [5]. Selain itu, Instagram juga menonjolkan desain yang menarik, sehingga pengunjung dapat dengan mudah menyerap informasi yang disajikan oleh akun tersebut.



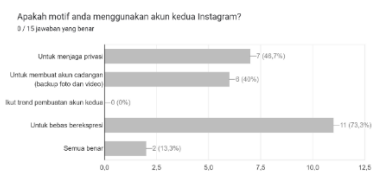
Gambar 1. Data usia dan jenis kelamin pengguna Instagram tahun 2022 oleh NapoleonCat.
Sumber: Napoleoncat.com

Dalam data yang disajikan oleh NapoleonCat pada tahun 2022 menunjukkan bahwa pengguna Instagram terbanyak dalam rentang usia 20-24 tahun terlihat bahwa jumlah wanita yang menggunakan platform ini mencapai 19.7%, sedangkan jumlah pria mencapai 18.6% dengan total sebesar 38.2%. Hulukati dan Djibrin (2018) menjelaskan bahwa rentang usia mahasiswa berada pada usia 18-25, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peminat Instagram adalah para remaja dan mahasiswa apabila dilihat dari rentan umurnya sebagai pengguna terbanyak yaitu sekitar 38%.



Gambar 2. Screenshot Hasil Observasi Awal Penelitian penggunaan *Second account* pada Instagram melalui Google Form.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan menggunakan *google form* 13 dari 15 orang responden memiliki lebih dari satu akun. Banyak orang yang memutuskan untuk membuat akun Instagram tambahan selain akun utama mereka, dan fenomena ini menunjukkan tren yang signifikan dalam penggunaan media sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kang & Wei (2020), *second account* Instagram merujuk pada akun tambahan yang digunakan untuk membagikan konten di luar akun utama [6]. Fenomena pembuatan akun Instagram kedua semakin meningkat karena memberikan kesempatan bagi individu untuk membangun identitas sosial dan eksistensi yang berbeda dari kehidupan sehari-hari mereka, yang mungkin tidak dapat mereka tunjukkan dalam akun utama mereka.



Gambar 3. Screenshot Hasil Observasi Awal Penelitian motif penggunaan *Second account* pada Instagram melalui Google Form.

Berdasarkan observasi awal diketahui sebanyak 73,3% memiliki alasan bahwa *second account* Instagram dapat bebas mengekspresikan diri mereka. Seperti pada hasil observasi awal penelitian ini, responden membuat *second account* untuk membagikan konten yang lebih pribadi hanya kepada orang-orang tertentu. Dengan *second account* mereka merasa dapat mengontrol siapa yang dapat melihat konten tersebut sehingga dapat mengekspresikan diri secara lebih personal dengan interaksi yang terbatas, tanpa perlu resah terhadap respons dari pengikut atau orang lain yang melihat kontennya. Dari hasil observasi tersebut, terlihat bahwa *second account* Instagram memberikan responden kesempatan untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas. Telah banyak peneliti terdahulu yang melakukan penelitian mengenai fenomena *second account* Instagram. Penelitian yang dilakukan oleh Permana dan Sutedja (2021) menjelaskan bahwa subjek penelitian merasa bahwa nyaman menggunakan *second account* karena dapat dengan bebas mengekspresikan dirinya [7]. Penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Motif Penggunaan *Second account* Instagram Terhadap Kepuasan Hidup” [8].

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan melihat pengaruh motif penggunaan *second account* Instagram terhadap kepuasan hidup anak muda di Indonesia. Populasi penelitian ini berupa mahasiswa Ilmu Komunikasi UNY angkatan 2016-2018. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, populasi penelitian ini berupa mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Mulawarman. Alasan peneliti mengambil subjek Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Mulawarman adalah angkatan 2019 dapat dianggap sebagai bagian yang aktif dalam ranah media sosial khususnya platform visual seperti Instagram, sehingga dapat diharapkan pengambilan subjek dapat membantu mendapatkan hasil penelitian yang baik. Selain itu, dilihat dari rentang usia angkatan 2019 yang masuk kedalam survei pengguna Instagram yaitu usia 18-24 tahun. Penelitian terdahulu menggunakan teori yang berbeda berupa teori *uses and gratifications* tentang penggunaan media dan kepuasan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan dengan penulis yang menggunakan teori *self-disclosure* yang merupakan konsep penting dalam komunikasi antarpribadi yang menekankan pada proses dimana seseorang membagikan informasi pribadi kepada

orang lain. Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis lebih menekankan pada komunikasi antarpribadi yang memungkinkan pertukaran informasi yang lebih pribadi dan sensitif. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ardiesty *et al.*, (2022) dengan judul “Motif Dan Makna *Second account* Instagram Bagi Mahasiswa Di Kota Karawang” [9].

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah penulis menggunakan pendekatan deskriptif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi menekankan pemahaman tentang pengalaman subjektif individu dan bagaimana individu memberi makna pada dunia mereka, sedangkan pendekatan deskriptif lebih fokus pada pengamatan dan penjelasan tentang fenomena tanpa menafsirkan atau memberi makna pada pengalaman subjektif individu. Keistimewaan pendekatan deskriptif adalah kemampuannya untuk memberikan gambaran yang detail dan akurat tentang fenomena yang diamati. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Shinta dan Putri (2022) dengan judul “Penggunaan *Multiple Account Media Social* Instagram sebagai Dramaturgi Pada Perempuan Milenial”. Perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah teori yang digunakan peneliti terdahulu menggunakan teori dramaturgi, berbeda dengan penulis yang menggunakan teori *self-disclosure*. Keistimewaan teori *self-disclosure* adalah fokusnya pada kejujuran dan keterbukaan dalam hubungan interpersonal, sementara teori dramaturgi menekankan aspek pertunjukan dan penciptaan citra diri.

Second account sering kali menjadi wadah di mana pengguna merasa lebih nyaman untuk mengeksplorasi identitas dan mengekspresikan minat, hobi, atau sisi dari diri yang berbeda secara lebih bebas tanpa mempengaruhi citra dari akun utama. Selain itu, teori *self-disclosure* menyoroti kebutuhan individu akan keterhubungan sosial dan interaksi dengan orang lain, yang mungkin dipenuhi melalui penggunaan *second account* yang terpisah dari ekspektasi yang ada pada akun utama. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis Motif Penggunaan *Second account* Sebagai Media Interaksi Diri (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun 2019 Universitas Mulawarman).

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif banyak digunakan dalam penelitian di bidang sosial, karena hasil dari metode penelitian ini tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi lainnya, tetapi dengan cara mengumpulkan data, menganalisis data kemudian menginterpretasikannya [10]. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang didapatkan langsung dari sumber pertama baik individu maupun lembaga. Data Sekunder merupakan data yang tidak diperoleh langsung dari sumber penelitian, namun diperoleh dari pihak lain.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* merupakan pengambilan ilustrasi yang bersumber pada sesuatu pertimbangan tertentu semacam sifat-sifat populasi maupun identitas yang dikenal tadinya [11]. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis Miles & Huberman (1992) yang terdiri dari beberapa tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi [12].

3. Hasil dan Pembahasan

Ketepatan

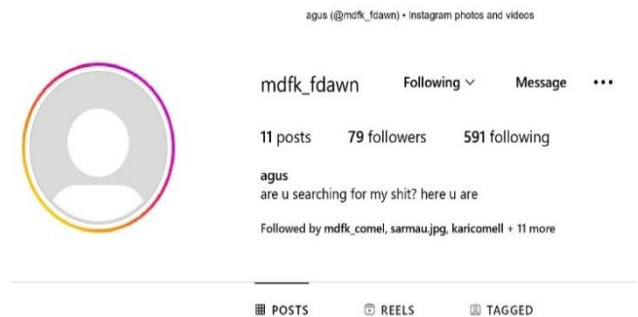
Aspek ketepatan ini merujuk pada sejauh mana individu mampu mengungkapkan dirinya dengan relevan, serta sejauh mana mereka terlibat langsung dalam peristiwa atau topik yang menjadi pusat pembahasan.

Identitas Akun Kedua Instagram

Sebagian besar narasumber tidak mengenakan nama asli atau informasi pribadi mereka di *second account* Instagramnya, namun beberapa narasumber lainnya tetap menambahkan unsur dari nama asli dan informasi mereka. Seperti yang dilakukan oleh FDA yang menggunakan kombinasi nama aslinya dan PK yang menggunakan kombinasi tanggal lahirnya, sedangkan RR, NIM, DSR dan FCF tidak

menambahkan nama asli dan informasi pribadi mereka pada *second account* Instagramnya.

“Tidak, tapi sedikit menggunakan kombinasi dari nama asli.” (Wawancara Firda Dwi Agustin, 18 Januari 2024).



Gambar 4. *Screenshot* nama pengguna akun kedua milik Firda Dwi Agustin dengan nama pengguna @mdfk_fdawn yang menggunakan kombinasi nama aslinya (menggunakan kombinasi informasi pribadi).

Ekspresi Diri

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber setuju bahwa *second account* membantu mereka dalam mengekspresikan diri dengan leluasa tanpa memikirkan pertimbangan lebih lanjut. Sesuai dengan pernyataan RR, pengisian *second account* dengan orang-orang terpilih yang dikenal baik secara fisik dan mental menjadi kunci dalam menciptakan lingkungan yang bebas dari penilaian. Kondisi ini memberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri tanpa mempertimbangkan hal-hal lebih lanjut.

“Iya, soalnya *second account* aku diisi orang-orang terpilih yang memang aku kenal baik secara fisik maupun mental. No judgemental people on my 2nd acc, so bisa ngomongin suatu isu atau topik yg lagi viral.” (Wawancara Rafianur Ramadhani, 21 Januari 2024).

Berdasarkan hasil wawancara, dapat dipastikan bahwa terdapat situasi yang menyebabkan para narasumber lebih nyaman menggunakan *second account* Instagram dan menjadikan *second account* Instagram sebagai wadah untuk berinteraksi. RR menyatakan bahwa *second account* digunakan khususnya untuk topik-topik yang bersifat gosip atau berkaitan dengan artis, karena pada akun tersebut ia mengikuti akun-akun yang membahas hal tersebut.

Motivasi

Dalam aspek Motivasi terkait dengan penggunaan *second account* Instagram sebagai media interaksi diri, akan dibahas secara lebih mendalam apa yang menjadi dorongan seseorang untuk membagikan informasi tentang dirinya kepada orang lain melalui platform tersebut.

Motivasi Intrinsik atau Ekstrinsik

Motivasi penggunaan *second account* Instagram perlu memperhatikan peran faktor intrinsik dan ekstrinsik dalam pengambilan keputusan individu. Faktor intrinsik, seperti kebutuhan akan ekspresi diri dan pengembangan personal, dapat memberikan wawasan tentang motivasi internal individu. Di sisi lain, faktor ekstrinsik, seperti pengaruh dari lingkungan sekitar atau interaksi yang sudah ada, dapat memengaruhi keputusan individu dalam penggunaan *second account*.

Motivasi Intrinsik

“Dorongan dari dalam diri sendiri” (Wawancara Firda Dwi Agustin, 18 Januari 2024), “Dibuatnya akun kedua ini agar lebih leluasa membagikan cerita yang ditujukan untuk orang-orang yang saya kenal saja” (Wawancara Putri Kumalasari, 20 Januari 2024).

Hasil jawaban dari narasumber FDA dan PK menekankan bahwa dorongan untuk menggunakan *second account* berasal dari dalam diri mereka sendiri, menunjukkan kesadaran akan kebutuhan ekspresi diri dan pengelolaan citra secara personal.

Motivasi Ekstrinsik

“Gak mau ngotorin 1st acc pakai *"the real me"*, biar brandingnya tetap terjaga. Ada sisi yang harus disimpan dan cuma dibagikan ke orang-orang tertentu. Teman-temanku nganggap 1st acc ku sebagai orang yang *"estetiknya anak kota"*, padahal aslinya bisa jedag jedug juga, receh juga. Aku juga suka kepikiran *"ini yang liat story atau postinganku terganggu gak yah?"* jadi mikir 2x buat bisa upload di 1st acc, dan memilih untuk membuat 2nd acc untuk posting hal-hal tersebut.” (Wawancara Rafianur Ramadhani, 21 Januari 2024).

Hasil wawancara dengan narasumber RR diketahui bahwa RR memotivasi pembuatan *second account* dengan keinginan untuk menjaga branding atau citra diri yang berbeda antara akun pertama dan kedua.

Mereka merasa perlu memisahkan aspek-aspek tertentu dari diri mereka yang mungkin tidak cocok atau relevan dengan akun utama mereka, sehingga memilih untuk menyimpannya di *second account*.

Waktu

Waktu memainkan peran sentral dalam keputusan individu untuk berbagi informasi atau berinteraksi dengan orang lain di platform media sosial. Dalam konteks penelitian ini dilakukan wawancara yang mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan waktu dalam penggunaan *second account* Instagram oleh narasumber. Dari menentukan waktu yang tepat untuk menggunakan *second account* hingga melihat perubahan pola interaksi dari waktu ke waktu.

Waktu Penggunaan Second account

“Ga ada waktu spesifik yang tepat, misalkan aku ngepost di *feeds second account* itu kalau misalkan sudah banyak foto-foto di galeri aku post kalau misalkan di *insta story* aku ngepost kegiatanku, skincare apa yang aku pakai dan lain-lain” (Wawancara Nurul Istian Magafira, 18 Januari 2024).

Hasil jawaban wawancara NIM menyatakan bahwa tidak ada waktu spesifik yang tepat, tetapi dia cenderung menggunakan *second account* untuk posting foto-foto di *feed* saat sudah banyak gambar di galerinya, sedangkan untuk *InstaStory*, dia menggunakan waktu untuk membagikan kegiatan atau rutinitas sehari-harinya, seperti perawatan kulit. Hal ini menunjukkan bahwa dia memilih waktu berdasarkan konten yang ingin dia bagikan.

“Tidak ada waktu khusus. Sepertinya semua orang menggunakan media sosial kapan saja, termasuk menggunakan 2nd acc.” (Wawancara Rafianur Ramadhani, 21 Januari 2024).

Sedangkan jawaban lain yang diberikan oleh narasumber RR menunjukkan tidak ada waktu khusus. Sama hal nya dengan jawaban yang diberikan oleh DSR dan FDA dalam wawancara.

“Waktu saya depresi atau waktu saya jatuh cinta HAHHAHAHA. Kedua hal tersebut adalah informasi yang tidak perlu diketahui banyak orang di *first account*. *Keep it with the closest ones.*” (Wawancara Fransisca Corry Famelia, 20 Januari 2024).

Hasil jawaban wawancara yang diberikan oleh narasumber FCF menunjukkan bahwa waktu yang tepat menggunakan sosial media adalah saat FCF merasakan suatu emosi seperti depresi dan jatuh cinta, FCF merasa emosi tersebut hanya patut dibagikan kepada orang terdekat saja.

Perbedaan Waktu Akun Pertama dan Akun Kedua

“Balance sih menurut saya. Kalau saya lagi tidak stres saya lebih banyak di first account. Kalau sudah spam di *second account* berarti saya stres” (Wawancara Fransisca Corry Famelia, 20 Januari 2024).

Sedangkan jawaban yang diberikan oleh FCF menunjukkan bahwa ia mencoba menjaga keseimbangan antara kedua akun tersebut, lebih aktif di akun pertama saat tidak stres, dan lebih aktif di *second account* saat merasa stres.

“Tidak ada perbedaan waktu karna biasanya kalau ingin membuka Instagram saya lebih sering membukanya di malam hari dan kadang beralih ke akun pertama dan ke akun kedua. Kalau ditanya lebih sering aktif di akun yang mana tentu saja di akun kedua, gatau ya kayaknya karna udah terbiasa aja jadi kadang pernah tuh berapa hari saya gapernah akses akun pertama saya. jadi kalau main Instagram yang dibuka untuk membagikan cerita, melihat cerita orang, melihat explore & reels itu semua lebih banyak menggunakan akun kedua” (Wawancara Putri Kumalasari, 20 Januari 2024).

PK tidak merasakan perbedaan waktu yang signifikan antara kedua akunnya, tetapi ia cenderung lebih sering aktif di *second account* karena terbiasa dengan itu.

“Kalau pada akun pertama interaksinya sangat minim karna juga saya jarang sekali mengakes akun tersebut.” (Wawancara Putri Kumalasari, 20 Januari 2024).

Berdasarkan pernyataan PK pola perubahan tidak terlihat karena memang PK jarang mengakses akun utama dan kerap mengakses *second account*.

Keintensifan

Aspek keintensifan seseorang dalam melakukan self-disclosure tidak hanya bergantung pada seberapa sering mereka berbagi informasi, tetapi juga pada siapa mereka mengungkapkan diri. Dalam penelitian

ini dilakukan wawancara yang mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan keintensifan dalam penggunaan *second account* Instagram oleh narasumber. Hal yang akan dibahas dalam aspek intensitas adalah kategori pengikut *second account*, intensitas dengan pengikut antara akun pertama dengan *second account* dan intensitas respon pengikut pada *second account*.

Kategori Pengikut Akun Kedua Instagram

“Teman dekat, alasannya karena apa yang saya posting hanya ingin saya bagikan kepada orang-orang terdekat” (Wawancara Dennis Said Raihan, 21 Januari 2024).

“Teman dekat (teman-teman SMA dan kuliah), maupun teman yang lumayan dekat (pernah interaksi lumayan sering dalam organisasi). Sengaja mengecualikan orang yang baru kenal karena mereka tidak perlu tahu aku seperti apa, kecuali interaksi langsung. Keluarga juga aku kecualikan karena ada rahasia-rahasia yang mereka tidak boleh tahu, setidaknya sampai aku siap untuk menceritakannya.” (Wawancara Rafianuar Ramadhani, 21 Januari 2024)

“Relasi yang ada pada akun pertama tentu saja keluarga, teman dekat, teman jauh dan juga kenalan di sosial media sedangkan pengikut di akun kedua hanya beberapa teman saja seperti teman dekat pada waktu sma dan beberapa teman kuliah. Kalau ditanya kenapa saya tidak membiarkan golongan tertentu mengikuti akun kedua saya, simpelnya karna saya hanya mengizinkan teman-teman saya saja yang dapat mengikuti akun kedua saya mungkin alasannya karna saya lebih nyaman jika cerita-cerita yang saya bagikan dilihat oleh mereka.” (Wawancara Putri Kumalasari, 20 Januari 2024).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh semua narasumber. Mereka mengatakan bahwa *second account* hanya boleh diikuti oleh teman dekat saja atau orang yang benar-benar akrab. Alasan di balik pembatasan ini adalah untuk menciptakan ruang yang lebih pribadi dan nyaman dalam berbagi konten yang mungkin tidak semua orang dapat terima dengan baik. Pengguna juga cenderung mengecualikan keluarga dan orang yang baru dikenal dari *second account*, karena ada rahasia atau aspek-aspek tertentu yang mereka belum siap untuk dibagikan kepada golongan tersebut.

Intensitas dengan Pengikut Antara Akun Pertama Dan Akun Kedua

“Kalau akun kedua bisa membagikan informasi tentang apapun, kalau akun pertama hanya informasi yang berkaitan dengan promosi, branding, ataupun moment dengan orang-orang tertentu” (Wawancara Firda Dwi Agustin, 18 Januari 2024).

“Kalau di akun pertama aku ngepost yang bagus jadi kebanyakan orang hanya jadi viwers cuma ngelike, berbeda dengan *second account* itu banyak yang comen dan ngerespon kalau kita ngepost” (Wawancara Nurul Istian Magafira, 18 Januari 2024).

Narasumber FDA dan NIM dalam hasil wawancara menyoroti perbedaan dalam ruang lingkup konten yang dibagikan di kedua akun tersebut. Akun utama cenderung digunakan untuk membagikan informasi yang berkaitan dengan promosi, branding, atau momen-momen tertentu dengan orang-orang tertentu, sementara *second account* memberikan kebebasan untuk membagikan informasi apa pun tanpa batasan.

Kedalaman dan Keluasan

Dalam menjelajahi aspek kedalaman dan keluasan dalam *self-disclosure*, Kedalaman *self-disclosure* mencakup sejauh mana individu membuka diri dalam pengungkapan informasi, mulai dari permukaan hingga yang lebih pribadi atau mendalam. Di sisi lain, dimensi keluasan menyoroti kepada siapa individu tersebut membuka diri atau mengungkapkan informasi pribadi mereka, yang juga dikenal sebagai target person. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara yang mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan kedalaman dan keluasan dalam penggunaan *second account* Instagram oleh narasumber. Diantaranya berupa strategi komunikasi pada *second account* dan kedalaman dan keluasan dengan pengikut *second account*. “Sangat dalam, saya tidak melakukan hal yang sama di akun pertama karena akun pertama pengikutnya banyak dan sangat umum, pastinya tidak disaring untuk melihat konten pribadi saya” (Wawancara Firda Dwi Agustin, 18 Januari 2024).

FDA mengungkapkan bahwa ia sangat dalam dalam membagikan informasi di *second account*, tetapi tidak melakukan hal yang sama di akun utama karena pengikutnya yang banyak dan umum, sehingga tidak

semua konten dapat disaring untuk memastikan privasi. “Pada akun pertama informasi yang dibagikan biasanya general karna yang lihat juga lumayan banyak sedangkan pada akun kedua biasanya informasi yang diberikan lebih bersifat pribadi dan hanya orang-orang tertentu saja yang dapat melihat seperti teman dekat saya. karena saya hanya nyaman jika informasi pribadi yang saya berikan cuman dilihat oleh teman-teman saya atau orang-orang yang saya percayai.” (Wawancara Putri Kumalasari, 20 Januari 2024).

“Ya. Semakin dekat saya dengan si penerima informasi maka saya memberitahu sedikit lebih banyak.” (Wawancara Fransisca Corry Famelia, 20 Januari 2024).

PK mencatat bahwa pada akun pertama, informasi yang dibagikan cenderung lebih umum karena audiensnya yang lebih banyak, sedangkan pada *second account*, informasi yang diberikan lebih bersifat pribadi dan hanya bisa dilihat oleh orang-orang tertentu, seperti teman dekatnya. Hal ini karena ia hanya merasa nyaman jika informasi pribadi yang ia berikan hanya dilihat oleh teman-teman atau orang-orang yang ia percayai. Hal ini sama dengan pernyataan yang diberikan oleh narasumber FCF dalam wawancara yang menunjukkan bahwa semakin dekat ia dengan penerima informasi, ia cenderung memberikan sedikit lebih banyak informasi.

Pembahasan

Ketepatan

Altman dan Taylor (1973) mengungkapkan bahwa aspek keakuratan dalam teori *self-disclosure* mengacu pada kebutuhan individu untuk memahami dan menyajikan diri secara akurat kepada orang lain [13]. Ini berarti bahwa individu harus berusaha untuk menjadi jujur dan autentik dalam interaksi mereka, berbagi informasi yang mencerminkan diri mereka yang sebenarnya. Dalam aspek ketepatan, ketepatan merujuk pada apakah individu mengungkapkan informasi pribadi dengan sesuai dan relevan untuk situasi tertentu di mana individu terlibat [14]. Dalam penelitian ini aspek ketepatan akan merujuk pada sejauh mana individu mampu mengungkapkan dirinya dengan relevan, serta sejauh mana mereka terlibat langsung dalam peristiwa atau topik yang menjadi pusat pembahasan. “Tidak, tapi sedikit menggunakan kombinasi dari nama asli” (Wawancara Firda Dwi Agustin, 18 Januari 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang memiliki second account Instagram, sebagian dari mereka menutupi identitas asli mereka dan juga adanya penambahan kombinasi dari identitas asli mereka. Dalam teori *self-disclosure* Altman dan Taylor (1973) menjelaskan bahwa seseorang akan cenderung melakukan self-disclosure ketika merasa nyaman dan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap orang yang mereka ungkapkan [13]. Hal ini dilakukan untuk tetap menjaga privasi mengenai identitas asli mereka dan tetap merasa nyaman di second account mereka yang hanya dapat diikuti oleh segelintir orang saja.

Para narasumber juga merasa bahwa dalam *second account* mereka, mereka dapat mengekspresikan diri mereka dengan bebas dan nyaman. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2019) menjelaskan bahwa motif dari beberapa orang membuat second account adalah dapat bebas mengekspresikan diri dengan bebas tanpa diketahui oleh siapapun kecuali orang tertentu [8], hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Kang dan Wei (2018) yang juga menjelaskan orang cenderung memilih *second account* sebagai sarana untuk mengekspresikan diri mereka [6].

“Iya, soalnya *second account* aku diisi orang-orang terpilih yang memang aku kenal baik secara fisik maupun mental. No judgemental people on my 2nd acc, so bisa ngomongin suatu isu atau topik yg lagi viral.” (Wawancara Rafianur Ramadhani, 21 Januari 2024).

Para narasumber merasa bahwa pengisian second account dengan orang-orang terpilih yang dikenal baik secara fisik dan mental menjadi kunci dalam menciptakan lingkungan yang bebas dan nyaman. Kondisi ini memberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri tanpa mempertimbangkan hal-hal lebih lanjut karena komunikasi *online* memungkinkan individu untuk berinteraksi secara anonim dan berkomunikasi dengan orang-orang di seluruh dunia tanpa terkendala oleh jarak geografis. Fenomena ini dapat diterangkan oleh teori *self-disclosure* milik Altman & Taylor (1973), di mana individu lebih cenderung untuk melakukan self-disclosure secara mendalam hanya kepada individu yang mereka anggap dekat dan dapat dipercaya [13]. Narasumber menunjukkan tingkat kehati-hatian yang tinggi dalam

memilih orang atau figur yang mereka percayai untuk berbagi cerita dan menyampaikan keluhan mereka. Mereka cenderung membuka diri kepada individu yang mereka anggap memiliki ikatan yang erat dan telah dikenal dengan baik, seringkali memiliki latar belakang dan frekuensi interaksi yang serupa. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Qian dan Scott (2007) menunjukkan bahwa individu yang menggunakan sosial media menghindari memberikan informasi pribadi yang dapat mengidentifikasi diri mereka cenderung merasa lebih aman secara anonim dan lebih terbuka dalam pengungkapan diri [15]. Terlebih lagi, ketika seseorang mengungkapkan informasi seperti usia, jenis kelamin, dan status hubungan di platform jejaring sosial mereka lebih condong untuk melakukan pengungkapan diri secara umum.

Motivasi

Aspek motivasi dalam teori *self-disclosure* menyoroti pentingnya keinginan dan kesediaan individu untuk terlibat dalam proses pengungkapan diri [16]. Mereka perlu termotivasi untuk berbagi informasi pribadi dan menjelajahi tingkat kedalaman yang lebih dalam dalam hubungan mereka [13]. Dalam aspek motivasi yang akan dibahas dalam penelitian ini bersangkutan dengan hal yang mendorong para narasumber membuat *second account* di Instagram, hal ini mencakup dari motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik berhubungan dengan apa yang ada pada dalam diri, para narasumber mengaku bahwa karena ingin merasa leluasa dalam membagikan suatu hal sehingga mereka membuat akun Instagram kedua [17].

“Dibuatnya akun kedua ini agar lebih leluasa membagikan cerita yang ditujukan untuk orang-orang yang saya kenal saja” (Wawancara Putri Kumalasari, 20 Januari 2024).

Sedangkan motivasi ekstrinsik biasanya dipengaruhi oleh lingkungan, para narasumber merasa harus memisahkan diri dari orang disekitar yang tidak dirasa dekat sehingga membuat *second account*.

“Karena saya berasumsi orang-orang yang mengikuti akun kedua saya setuju/consent pada konten yang saya bagi dan mereka terima. Sedangkan di first account saya tidak semua dapat menerima postingan saya atau bahasanya *followers* mengikuti karena tidak

kepo dengan kehidupan personal saya, melainkan mungkin ingin follow karena melihat konten yang bermanfaat bagi mereka/menghibur.” (Wawancara Fransisca Corry Famelia, 20 Januari 2024).

Berdasarkan hasil wawancara motivasi ekstrinsik berdasarkan pada interaksi dalam membagikan informasi dengan para pengikut di akun pertama Instagram dan pada saat yang sama pengguna merasa lebih leluasa berinteraksi dengan pengikut di second account Instagram. Hal ini dapat juga terjadi karena pengguna tidak ingin citra dirinya dipandang buruk oleh orang umum sehingga lebih memilih memisahkan diri dan membuat ruang nyaman di *second account*.

Waktu

Aspek waktu dalam teori *self-disclosure* Altman dan Taylor (1973) mengacu pada durasi saat melakukan interaksi antara individu [13]. Dalam aspek waktu yang akan dibahas dalam penelitian ini berkaitan dengan keputusan pengguna *second account* Instagram dalam berbagi informasi dan berinteraksi dengan pengikut di *second account* Instagram. Narasumber tidak memiliki waktu khusus dalam membagikan informasi di second account Instagram mereka, mereka akan membagikan informasi kepada pengikutnya apabila hal tersebut diharuskan, seperti ingin membagikan moment tertentu atau perasaan tertentu.

“Ga ada waktu spesifik yang tepat, misalkan aku ngepost di *feeds second account* itu kalau misalkan sudah banyak foto-foto di galeri aku post kalau misalkan di insta story aku ngepost kegiatanku, skincare apa yang aku pakai dan lain-lain” (Wawancara Nurul Istian Magafira, 18 Januari 2024).

Sesuai dengan teori *self-disclosure* yang dikemukakan oleh Altman dan Taylor (1973), mereka tidak secara terjadwal atau rutin membagikan informasi, namun lebih bersifat responsif terhadap situasi atau kebutuhan tertentu [13]. Hal ini tercermin dari kecenderungan mereka untuk membagikan momen atau perasaan tertentu hanya ketika dianggap perlu atau relevan.

“Lebih sering aktif di 2nd acc. Karena aku merasa followers di 1st acc tidak semuanya bisa menerima sisiku yang lain yang aku bagikan ke 2nd acc. Aku

juga merasa ada beban setelah share tentang sesuatu ke 1st acc, jadi memilih untuk menghapusnya dan membagikannya di 2nd acc.” (Wawancara Rafianur Ramadhani, 21 Januari 2024).

Para narasumber juga merasa lebih sering aktif saat menggunakan second account, hal ini dapat terjadi karena narasumber lebih terbiasa melakukan interaksi dan berbagi informasi di *second account*. Hal ini sejalan dengan penjelasan yang disampaikan oleh Pohan & Dalimunthe (2017), yang menyatakan bahwa tingkat self-disclosure dapat dinilai dengan melihat seberapa sering seseorang mengungkapkan dirinya dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyampaikan pesan yang ingin dia sampaikan kepada orang lain atau lawan bicaranya [18].

Keintensifan

Altman dan Taylor (1973) mengungkapkan Aspek keintensifan dalam teori self-disclosure mengacu pada tingkat pengungkapan diri dan keterlibatan emosional antara individu-individu dalam suatu hubungan yang akan meningkatkan ketertarikan, keterbukaan, dan kedalaman hubungan sosial antara individu-individu yang ditandai dengan bertambahnya jumlah informasi pribadi dari masing-masing individu saat melakukan keterbukaan diri [13]. Dalam aspek keintensifan penelitian ini akan mengacu pada seberapa sering mereka berbagi informasi dan pada siapa mereka mengungkapkan diri. Kebanyakan narasumber pengguna *second account* Instagram hanya mengizinkan orang yang dekat dengan pengguna untuk melihat isi *second account* Instagramnya. “Ya. Karena balik lagi, saya tidak bisa membagikan informasi pribadi di akun pertama secara gamblang seperti di *second account*.” (Wawancara Firda Dwi Agustin, 18 Januari 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat bahwa pada *second account* narasumber akan lebih secara terang-terangan dalam membagikan informasi pribadi di *second account* karena merasa lebih bebas dan tidak ada tekanan seperti pada akun pertama. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusmawati *et al.*, (2016) hal ini dikarenakan mereka umumnya memiliki perbedaan usia yang tidak terlalu jauh dan memiliki pandangan serta pemahaman yang serupa, sehingga memudahkan mereka untuk saling memahami [2]. Para narasumber juga mengaku respon para pengikut di *second account* Instagram juga mempengaruhi intensitas mereka dalam melakukan interaksi.

Kedalaman dan Keluasan

Altman dan Taylor (1973) mengungkapkan bahwa aspek kedalaman dan keluasan dalam teori *self-disclosure* mengacu pada tingkat kedalaman pengetahuan yang saling dipahami antara individu-individu dalam hubungan tersebut serta keberagaman topik-topik yang dibahas dalam interaksi tersebut. Kedalaman dan keluasan merupakan salah satu dimensi inti dalam teori *self-disclosure* yang dikemukakan oleh Altman dan Taylor (1973). Istilah "luasnya pengungkapan diri" mengacu pada sejauh mana individu mengungkapkan berbagai domain konten atau aspek dari kepribadian mereka, sementara "kedalaman pengungkapan diri" mengacu pada tingkat kedekatan yang terkait dengan materi yang diungkapkan dalam suatu domain konten tertentu (Altman & Taylor, 1973). Dalam aspek kedalaman dan keluasan pada penelitian ini mencakup tentang sejauh mana individu membuka diri dalam pengungkapan informasi, mulai dari permukaan hingga yang lebih pribadi atau mendalam.

“Dalam dikit lah. Urusan dating, keluarga, mental state, hal hal tersembunyi lainnya yang menurutku personal banget itu di *second account*. Ngga bisa dishare di *first account* karena hal itu bakal menjadi kelemahan di saya yang bisa orang lain manfaatkan. Makanya orang lain di *first account* nggak perlu tahu.” (Wawancara Fransisca Corry Famelia, 20 Januari 2024).

Pernyataan narasumber menyoroti aspek kedalaman dan keluasan dalam *self-disclosure* yang diungkapkan oleh Altman dan Taylor (1973). Dalam hal ini, narasumber mengakui bahwa informasi yang sangat pribadi, seperti urusan dating, keluarga, dan keadaan mental, hanya dibagikan di *second account*. Hal ini menunjukkan tingkat kedalaman pengungkapan diri yang lebih signifikan dibandingkan dengan akun pertama. Hal ini sejalan dengan teori *self-disclosure*, di mana individu akan membuka diri lebih dalam hanya kepada orang-orang yang mereka anggap dekat dan dapat dipercaya. Pengungkapan informasi pribadi yang lebih dalam di *second account* memungkinkan narasumber untuk memperkuat ikatan interpersonal dengan orang-orang terpilih, menciptakan hubungan yang lebih intim dan mendalam.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Mulawarman menggunakan *second account* Instagram sebagai media interaksi diri dengan motif yang berkembang sesuai dengan 5 aspek teori *self-disclosure* Altman dan Taylor (1975). Aspek Ketepatan menunjukkan bahwa narasumber merasa nyaman melakukan *self-disclosure* karena dapat memilih pengikut yang dekat.

Aspek Motivasi mengungkapkan bahwa motif intrinsik adalah kebebasan dalam berbagi tanpa takut komentar negatif, sedangkan motif ekstrinsik adalah memisahkan diri dari orang yang tidak terlalu dekat karena pengalaman negatif. Pada aspek Waktu, narasumber lebih aktif berinteraksi di *second account* karena merasa lebih nyaman. Aspek Keintensifan menunjukkan evolusi hubungan dari interaksi permukaan ke pengungkapan lebih mendalam seiring meningkatnya kedekatan. Aspek Kedalaman dan Keluasan mencerminkan bahwa narasumber memilih target person untuk *self-disclosure* berdasarkan seberapa dalam informasi yang diungkapkan, dengan *second account* menjadi tempat untuk berbagi informasi yang lebih pribadi. Hal ini membedakan interaksi komunikasi di akun utama dengan *second account*.

5. Daftar Pustaka

- [1] Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. DOI: <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.
- [2] Gusmawati, G., Taufik, T., & Ifdil, I. (2016). Kondisi Self Disclosure Mahasiswa Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 4(2), 92-97. DOI : <https://doi.org/10.29210/17300>.
- [3] Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik UNSRAT Manado. *ACTA Diurna Komunikasi*, 7(4).

- [4] RAHMAWATI, D. PEMILIHAN DAN PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA.
- [5] Husnah, N. A., Yusuf, E., & Arindawati, W. A. (2023). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (Analisis Deskriptif Terhadap Akun@Alfamartgemabudaya). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(1), 54-63. DOI: <http://dx.doi.org/10.31604/jips.v10i1.2023.54-63>.
- [6] Kang, J., & Wei, L. (2020). Let me be at my funniest: Instagram users' motivations for using Finsta (aka, fake Instagram). *The Social Science Journal*, 57(1), 58-71. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sosci.2018.12.005>.
- [7] Permana, I. P. H., & Sutedia, I. D. M. (2021). Analisis perilaku pengguna akun kedua di media sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195-1204. DOI: 10.47492/jip.v1i4.838.
- [8] Rahma, S., & Suwanto, D. H. (2019). Pengaruh motif penggunaan second account instagram terhadap kepuasan hidup. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3). DOI: 10.21831/lektur.v2i3.16310.
- [9] Ardiesty, M. T., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2022). Motif dan makna second account instagram bagi mahasiswa di kota karawang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 3118-3126.
- [10] Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- [11] Kuantitatif, P. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- [12] Huberman, A. (2014). Qualitative data analysis a methods sourcebook.
- [13] Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Holt, Rinehart & Winston.
- [14] Sari, W. P., & Irena, L. (2023). Model self-disclosure generasi Z pengguna berat media sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 145-163. DOI: <https://doi.org/10.14710/interaksi.12.1.145-163>.
- [15] Qian, H., & Scott, C. R. (2007). Anonymity and self-disclosure on weblogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1428-1451. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.10836101.2007.00380.x>.
- [16] Alfindra, M. F., & Yahya, M. (2017). Motivasi Mahasiswa bergabung dalam media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 2(3).
- [17] Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh media sosial instagram terhadap gaya hidup dan etika remaja. *Tematik*, 7(2), 130-139.
- [18] Pohan, F. A., & Dalimunthe, H. A. (2017). Hubungan intimate friendship dengan self-disclosure pada mahasiswa psikologi pengguna media sosial facebook. *Jurnal Diversita*, 3(2), 15-24. DOI: 10.31289/diversita.v3i2.1256.