

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

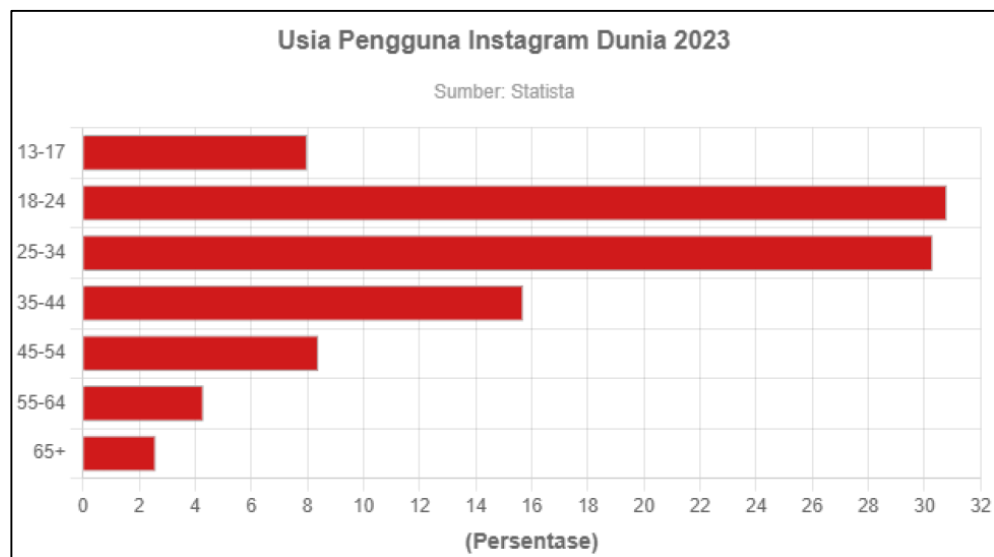
Perkembangan teknologi yang begitu pesat terus berevolusi untuk menjadi penyeimbang kebutuhan manusia di era sekarang. Salah satu aspek kehidupan manusia yang terus beriringan dengan kecanggihan teknologi adalah aspek komunikasi. Dalam mempertahankan kehidupannya, manusia dituntut untuk berkomunikasi satu sama lain. Kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi salah satunya adalah internet (Mu'alifah & ., 2023).

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total jumlah populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia pada tahun 2023. Dari hasil survey penetrasi internet Indonesia 2024 yang di rilis oleh APJII, tingkat penetrasi internet Indonesia meningkat 1,4% menyentuh angka 79,5% (Haryanto, 2024). Sementara itu, hasil riset dari *We Are Sosial* menunjukkan bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia tahun 2024 mencapai 139 juta. Jumlah tersebut setara dengan 49,9% dari total populasi Indonesia (Annur, 2024). Dari pemaparan data kedua sumber membuktikan bahwa masyarakat di Indonesia sudah bergantung pada internet dan media sosial untuk mempercepat komunikasi antar individu maupun individu dengan kelompok.

Media sosial adalah media yang mempertemukan individu satu dengan individu lainnya sehingga dalam berinteraksi membentuk suatu komunikasi antar pribadi. Media sosial berperan penting menjadi sarana bagi penggunanya untuk dijadikan sebagai pengekspresian diri atau pengungkapan diri (Iksandy

& Surabaya, 2022). Salah satu media sosial yang banyak di digunakan sebagai sarana untuk mengungkapkan diri adalah instagram.

Instagram merupakan salah satu platform yang memiliki fitur untuk berbagi foto dan video bagi penggunanya. Instagram juga dilengkapi dengan fitur menyukai, komentar, dan penerima pesan (Iksandy & Surabaya, 2022). Instagram juga dapat memberikan inspirasi untuk penggunanya untuk meningkatkan kreatifitasnya karena memiliki fitur untuk membuat foto maupun video menjadi lebih indah.



Gambar 1.1 Data Usia Pengguna Instagram 2023  
Sumber: Statista

Menurut data dari katadata.co.id riset *we are social* Instagram merupakan platform ke 2 populer di Indonesia pada tahun 2024 dengan proporsi data pengguna sebesar 85,3 % (Annur, 2024). Dari hasil riset tersebut menunjukkan bahwa Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Dilansir dari data.goodstart.id pengguna Instagram pada tahun 2023 didominasi usia remaja dan dewasa muda dengan rentan usia 18 – 24 tahun dengan 30,8 % disusul oleh rentan usia 25 – 34 tahun dengan

30,3 % dan rentan usia 35 – 44 tahun dengan 15,7 % (Yonatan, 2023). Sehingga dari data tersebut membuktikan bahwa instagram menjadi salah satu media sosial yang bisa digunakan oleh siapa saja. Hal itu berarti instagram sebagai platform media sosial yang tidak memberikan batasan usia bagi penggunanya untuk menggunakan platform sebagai tempat mengunggah postingan sesuatu tentang dirinya.

Ketika kita berinteraksi dengan orang lain memerlukan pengungkapan diri (*self-disclosure*). Pengungkapan diri (*Self-disclosure*) merupakan salah satu faktor pendukung terjadinya komunikasi pada hubungan interpersonal karena munculnya keterbukaan antar individu (Budiani et al., 2023). Pengungkapan diri (*self-disclosure*) penting dalam melakukan interaksi karena dengan membuka komunikasi dapat memudahkan orang lain untuk menilai kita dan kita dapat mengungkapkan perasaan yang sedang kita alami dan kita rasakan.

Dalam mengungkapkan diri individu dapat menentukan fase dimana individu melakukan hubungan interpersonal kepada orang lain. Hubungan interpersonal tersebut dapat dilihat dari keluasan dan mendalamnya pokok pembahasan. Setiap individu dalam melakukan pengungkapan diri tidak semua sama. Ada individu yang tertutup yang jarang membicarakan tentang kehidupan dan perasaan pribadi mereka kepada orang lain atau disebut dengan *under disclosure*.

Instagram memiliki fitur *multiple account* dalam mengembangkan platformnya. *Multiple account* adalah suatu fitur yang ada di instagram untuk para penggunanya membuat dan mengelola lebih dari satu akun dalam satu *smartphone*. Dengan adanya fitur tersebut banyak pengguna instagram yang

memanfaatkan fitur dan menyebutnya sebagai akun kedua (*second account*). *Second account* sering digunakan oleh pengguna untuk mengekspresikan diri mereka secara bebas. Hal itu terjadi karena pengguna biasanya membuat *second account* menjadi akun sampingan untuk menyembunyikan identitas mereka dan membuat akun menjadi lebih private atau rahasia.

Fenomena banyak pengguna instagram yang memilih memiliki *second account* sebagai akun pribadi adalah untuk menjadi tempat mereka dalam mengungkapkan perasaan yang mereka alami dengan bebas tanpa takut mendapatkan komentar negatif dari orang lain. Karena, akun media sosial *second account* bersifat privat dan hanya orang tertentu yang disetujui oleh pengguna untuk dapat melihat isi konten akun pengguna. Hal ini selaras dengan hasil survey dari Jajak Pendapat (Jakpat) pada tahun 2022.



Gambar 1.2 Hasil Riset *Second account* 2022

Sumber: Jajak Pendapat (Jakpat)

Dari hasil riset menunjukkan alasan pengguna *second account* di media sosial sebagai akun pribadi mendapatkan presentase tertinggi sebesar 86,5% responden (Naurah, 2023).

Dalam penelitian ini peneliti menemukan sebuah fenomena yang ada ditengah masyarakat, khususnya para pengguna sosial media instagram. Fenomena *second account* di instagram bukan hal yang baru bagi kalangan mahasiswa terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Balitar Blitar. Mahasiswa termasuk kedalam kategori usia 18 – 24 tahun dimana usia tersebut masuk dalam kategori pengguna instagram tertinggi. Didalam penelitian ini peneliti telah melakukan observasi dengan cara mengamati dan mendengarkan penjelasan dari narasumber. Dalam penelitian ini *second account* sebagai subjek sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, narasumber berasal dari Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Balitar Blitar yang memiliki *second account* aktif diinstagram yang telah terpilih.

Menurut hasil pra- survey yang telah dilakukan oleh peneliti, bentuk pengungkapan diri (*self-disclosure*) yang dilakukan oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Balitar Blitar di *second account* mereka adalah dengan pengunggahan postingan berupa *feed* foto dan instagram *story*. Ada perbedaan yang ditunjukkan oleh pemilik *second account* dalam membagikan perasaan mereka dalam kehidupan sehari hari. Di *second account* mereka mengaku lebih bebas dalam mengungkapkan diri mereka dalam kehidupan sehari hari tanpa khawatir adanya komentar-komentar negatif yang ada di postingan mereka karena cenderung memiliki pengikut orang – orang terdekat mereka. Namun, dengan adanya *second account* juga memberikan dampak lain kepada mereka. Dampak tersebut terlihat seperti pada interaksi yang dilakukan antara pengguna dan pengikut dalam *second account*. Mereka

cenderung lebih nyaman berinteraksi dengan pengikut mereka dalam hal pengungkapan diri. Sehingga akun pertama mereka yang mereka gunakan untuk menjadi akun *branding* mereka menjadi tidak terjangkau.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi masalah melalui hasil survei, yaitu media sosial terutama instagram yang bersifat publik sekarang menjadi tempat untuk mengungkapkan hal yang bersifat privat atau pribadi seperti perasaan yang mereka rasakan, kegiatan sehari hari, dan menjadi tempat dokumentasi yang tidak bisa mereka bagikan pada akun pertama mereka. Serta dampak atau efek yang ditimbulkan dengan adanya *second account* ini bisa berdampak pada ketergantungan bagi penggunaannya sehingga tidak berfokus pada kehidupan nyata tetapi lebih fokus pada kehidupan maya. Sehingga peneliti tertarik untuk menarik judul **“Komunikasi Interpersonal Pengungkapan Diri (*Self-Disclosure*) Penggunaan *Second account* di Instagram Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Balitar Blitar”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pada uraian diatas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan sebagai berikut, yaitu:

1. Bagaimana bentuk komunikasi interpersonal pengungkapan diri (*self-disclosure*) penggunaan *second account* di instagram studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Balitar Blitar?
2. Bagaimana dampak dari komunikasi interpersonal pengungkapan diri (*self-disclosure*) penggunaan *second account* di instagram studi pada

mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Blitar  
Blitar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk komunikasi interpersonal pengungkapan diri (*self-disclosure*) penggunaan *second account* di instagram studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Blitar Blitar.
2. Untuk mengetahui dampak dari komunikasi interpersonal pengungkapan diri (*self-disclosure*) penggunaan *second account* di instagram studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Blitar Blitar.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi segi teoritis maupun praktis, sehingga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk masukan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam Ilmu Komunikasi tentang pengungkapan diri (*self-disclosure*). Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi atau sebagai acuan bagi penulisan selanjutnya ilmu komunikasi terutama pada bidang komunikasi interpersonal.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Menjadi acuan bagi penelitian mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang selanjutnya akan meneliti dalam bidang yang sama.
2. Bagi sivitas akademika dan masyarakat diharapkan penelitian ini dapat menjadikan sebagai wawasan dan informasi baru bahwa komunikasi interpersonal yang terjadi di media sosial instagram dapat menjadi tempat pengungkapan diri bagi pengguna instagram.