

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

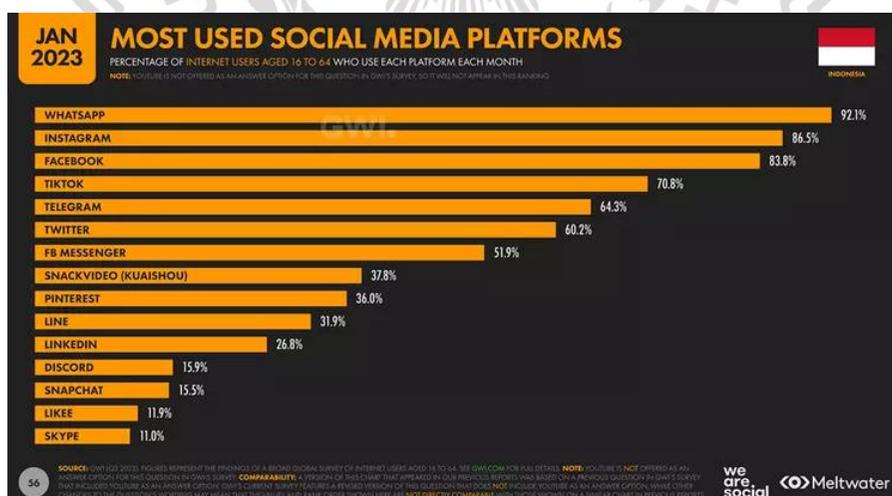
Teknologi merupakan pintu masuk seluruh sarana untuk digunakannya pengolahan data, memproses, mendapatkan, menyusun, bahkan memanipulasi sebuah data, dan berbagai jenis cara maupun prosedur bertujuan menghasilkan informasi yang memiliki kualitas dan bernilai tinggi (Murshid, 2017). Teknologi ini mendayagunakan segelongan media komputer untuk pengatur data, yang kemudian dilakukan penyusunan jaringan untuk menyambungkan antar komputer satu dengan komputer yang lainnya berdasarkan dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi yang berguna untuk data menyebarkan data dan diteruskan secara global.

Adanya teknologi ini sangat mempermudah kehidupan manusia dalam berbagai aspek sebagaimana Boiliu, (2020) menyatakan bahwa teknologi digital banyak menciptakan kecanggihan dan kemudahan dalam komunikasi, dimana penyampaian pesan dikirim dengan mudah, lebih dinamis yang bebas oleh jarak, ruang dan waktu. Era digital memfasilitasi sebuah kemudahan, kenyamanan, dan kesenangan bagi manusia, memudahkan manusia untuk saling berkomunikasi. Keadaan zaman yang semakin maju ini membuat semua orang dapat melakukan berbagai aktifitas terutama bekerja dan mengerjakan tugas dimana saja dan kapan saja. Zeva. dkk. (2023) menyatakan bahwa teknologi informasi mengalami perkembangan yang pesat dan sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Sejalan dengan Fikriyyah, (2021) yang berpendapat bahwa teknologi informasi saat ini yang paling banyak dipergunakan adalah media sosial, segala kegiatan menjadi efisien karena eksistensi media sosial di dalam kehidupan kita. Namun, pada kondisi saat ini banyak ditemukan orang yang lebih peduli dengan baterai *smartphone*-nya dari pada lingkungan sekitarnya.

Survei APJII tahun 2023 menjelaskan bahwa rata-rata waktu orang Indonesia pemakaian *smartphone* telah mencapai 5 jam dan telah melewati standar pemakaian *smartphone* secara global yaitu 3 jam 40 menit. Pemajuan dan pemudahan teknologi internet yang sekarang sedang terjadi juga memudahkan aktivitas semua orang khususnya para remaja dalam mendapatkan informasi apa yang mereka inginkan. Kemajuan teknologi juga merupakan suatu bagian yang tidak bisa kita hindari, karena perkembangan ini juga

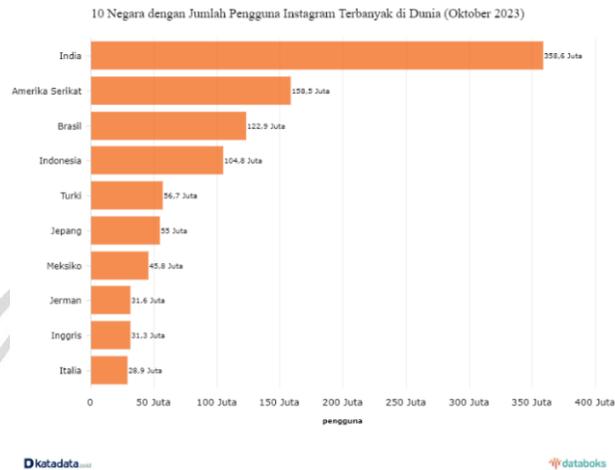
beriringan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan. Pada era globalisasi ini mempunyai suatu indikasi terhadap sebuah negara, bahwa semakin tinggi sebuah teknologi di negara tersebut, maka negara tersebut akan menjadi negara maju. Saat ini yang sedang naik daun di duania teknologi adalah perkembangan *fashion*, informasi, dan juga bahasa gaul dalam berkomunikasi yang mana hal tersebut untuk menjadikan individu merasa tidak ketinggalan zaman. Bukan hanya itu, banyak remaja sudah mulai bangga dan mengikuti budaya luar, yang tentunya budaya luar kurang cocok dengan norma yang berjalan di masyarakat Indonesia yang sudah dibangun oleh nenek moyang kita dan juga telah diselipkan sebuah tradisi.

Media sosial lahir sebagai salah satu istilah populer yang merambah berbagai generasi. Terciptanya media sosial, membuat kegiatan yang tadinya dilakukan secara umum dengan *face-to-face* mode sekarang bisa dilakukan secara virtual baik secara *synchronous* maupun *unsynchronous* (Watie, 2016). Indonesia merupakan salah satu dari banyaknya negara dengan penggunaan media sosial paling banyak salah satunya adalah *Instagram*. *Instagram* adalah salah satu aplikasi yang dimana seseorang dapat membagikan foto dan video dengan beberapa fitur canggih yang dimilikinya seperti fitur *Live*, *Insta Story* dan *Reels*. Sehingga pengguna dapat meng-upload foto dan video aktivitas mereka sehari-hari lalu membagikannya ke akun *Instagram* mereka.



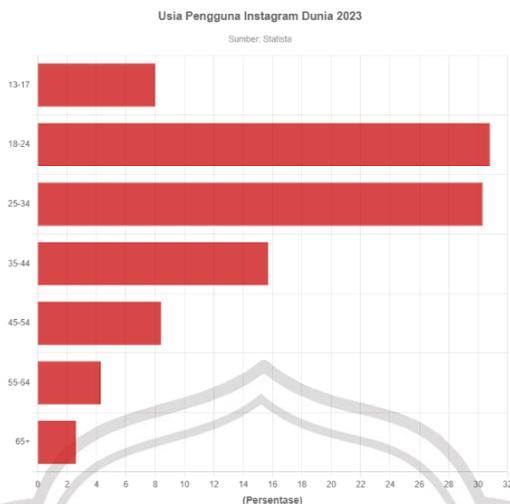
Gambar 1. 1 Data media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2023 2023 Sumber: *kompas.com*

Berdasarkan laporan pada *We Are Social* dalam Kompas, jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 86,5% per Januari 2023. Dimana hal ini membuat *Instagram* menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak nomor dua setelah media sosial *Whatsapp*.



Gambar 1. 2 Data media sosial yang paling banyak digunakan di dunia tahun 2023 Sumber: databoks.katadata.co.id/

Sesuai dengan survei yang telah dilakukan *Databoks* jumlah sementara pengguna *Instagram* secara global, Indonesia menduduki posisi ke 4 sebagai negara dengan pengguna *Instagram* tertinggi di dunia. Adapun hasil survey yang telah dilakukan menyatakan bahwa adanya tingkat paling tinggi pada pengguna media sosial *Instagram* adalah generasi Z dalam kalangan usia 18-24 tahun. Dalam *GoodStats* usia pengguna media sosial *Instagram* dunia dari usia 13-17 tahun memiliki presentase 8 dari 32, kalangan usia 18-24 tahun memiliki Presentase 30,8 dari 32, kalangan usia 25-34 memiliki presentase 30,3 dari 32.



Gambar 1. 3 Data pengguna *Instagram* berdasarkan rentang usia 2023
Sumber: data.goodstats.id

Berdasarkan uraian diatas, tidak bisa dipungkiri jika dengan adanya media sosial dengan secara spesifik aplikasi *Instagram* telah menjadi salah satu hal yang sulit dilepaskan dari individu saat ini, hal ini tentunya mempengaruhi peran *Instagram* yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi identitas diri suatu individu. Sakti & Yulianto, (2013) menjelaskan bahwa identitas adalah salah satu hal yang bermakna dalam kehidupan masyarakat yang berlingkungan sosial, identitas menggambarkan tentang individu yang menampilkan dan mendeskripsikan fisik, ciri ras, warna kulit, bahasa yang digunakan, penilaian diri, atau faktor persepsi lain, dimana segalanya digunakan untuk mempresentasikan suatu identitas. Sejalan dengan Erikson, (1968) ia menyatakan bahwasannya identitas diri merupakan kondisi disaat individu menyadari juga menghayati akan dirinya sebagai pribadinya sendiri, dan tidak larut dalam peran yang dimainkan, contoh seperti peran seorang anak, teman, pelajar ataupun teman sebaya.

Erikson, (1989) juga mengatakan bahwasannya identitas diri merupakan persamaan dirinya dalam waktu dan pengamatan lingkungan yang sama dengannya, serta orang lain pun mengakui bahwa terdapat persamaan dengan identitas tersebut. Identitas diri mewujudkan suatu hal yang sangat berharga dalam diri suatu individu. Pemikiran tersebut berpacu pada apa yang dimiliki, diidentifikasi dan diposisikan

dalam lingkungan sosialnya Hakim, dkk., (2021). Menurut Erikson, identitas diri terbentuk setelah individu telah berhasil melewati kondisi krisis identitas yang dialaminya pada masa remajanya, seorang remaja yang telah berhasil menyelesaikan tersebut akan terbentuk suatu identitas diri yang konsisten di masa akhir remajanya (dalam Hakim, dkk. 2021). Ciri khas tahap dari krisis identitas adalah masa adolesensi, yaitu dimana masa remaja mencoba dengan semua identitasnya sampai akhirnya menemukan yang selaras (Erikson, 1989).

Identitas adalah bagian dari diri kita yang dilihat dan dikenali oleh orang lain. Upaya penting yang harus dilakukan untuk menjelajahi identitas adalah melalui interaksi sebaya (Pasaribu, 2008). Ciri khas merupakan bagian dari identitas diri yang dipunyai oleh setiap individu, hal ini juga yang memberi perbedaan antar manusia. Dalam masa perkembangan manusia pasti akan melewati masa remaja, seperti diketahui secara umum, masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang diidentifikasi dengan berbagai pergeseran fisik, sosial, dan psikologis sebagaimana Hariko, (2021) menyatakan bahwa transisi yang terjadi pada masa remaja berpotensi mengalami perkembangan positif atau negatif. Menurut Erikson (1950) eksplorasi identitas yang dijalani pada masa remaja disertai oleh terjadinya moratorium psikososial (*psychosocial moratorium*) yang mengartikan bahwa kesenjangan antara masa kanak-kanak dengan otonomi orang dewasa (dalam Santrock, 2012). Oleh karena itu identitas diri merupakan upaya individu untuk mempertahankan, suatu gaya keindividualitasan diri sendiri. Jannah, dkk., (2021) Dewasa awal ialah masa peralihan masa remaja yang identik dengan pencarian identitas diri, berbeda dengan masa dewasa awal mulai dari usia 18-40 identitas diri pada masa ini terbentuk secara bertahap seiring dengan bertambahnya usia dan perkembangan usia mental, berbeda dengan Santrock, (2013) yang berpendapat bahwa masa dewasa muda berada di usia 18 hingga 25 tahun.

Survei APJII juga menemukan bahwa kelompok usia 13-34 tahun yang banyak menggunakan internet yang dimana lebih dari setengah usia tersebut didominasi oleh generasi Z. Survei ini juga mengatakan bahwa pengguna internet tertinggi adalah para pelajar dan mahasiswa yaitu sebesar 98.88%. Menurut Andrea. dkk., (2016) mengklasifikasikan generasi Z kedalam kelahiran 1995-2010, hal ini menjadi bukti bahwa Generasi Z adalah kalangan yang paling banyak menggunakan internet dan

smartphone di Indonesia. Generasi Z lebih senang menghabiskan waktu interaksi sosial melalui dunia maya karena sejak kecil kalangan ini sudah didampingi dengan teknologi dan sangat familiar dengan *smartphone* sebagaimana Lukum, (2019) menyatakan bahwa keahlian pengoperasian digital yg dikantongi generasi ini melahirkan kehidupan generasi Z menjadi kalangan independen dalam mencari informasi.

Hastini, dkk., (2020) Karakteristik pada generasi Z cenderung kurang mempunyai rasa komitmen, generasi ini bahagia dengan yang dimiliki masa kini dan hidup untuk masa ini. Berbeda dengan generasi *Baby Boomer* yang lebih berpikir secara tersusun, sedangkan generasi X yang lebih mempunyai cara pandang yang berfokus pada diri sendiri dan untuk keperluan jangka menengah, sedangkan generasi Y lebih egois yang berfokus untuk kepentingan jangka pendek. Mansur & Ridwan, (2022) berpendapat bahwa salah satu karakteristik generasi Z ialah bergantung pada *smartphone* dan menjadi individualis, *smartphone* menjadi suatu hal yang paling berharga. *Smartphone* ibarat jendela dunia bagi mereka, yang dapat sangat membantu pekerjaan atau belajar. Mereka akan merasa kehilangan jika tanpa gadget, layaknya kehilangan teman yang sangat disayangi dan bisa berpotensi depresi dan cenderung memiliki sifat individualis karena mereka sibuk pada kegiatannya masing-masing, dampak yang didapat ialah terciptanya kurang perhatian dengan keadaan sekitarnya.

Membentuk identitas diri yang baik tidak luput dari pengaruh lingkungan sosial. Namun, beberapa individu mempunyai lingkungan sosial yang tidak baik seperti *bullying*, pembentukan identitas diri pada korban *bullying* sering kali dipengaruhi oleh pengalaman negatif yang mereka alami. Cailla, (2023) berpendapat bahwa *bullying* biasanya dipahami sebagai wujud penindasan atau kekerasan yang dilakukan terus-menerus dengan tujuan melukai korban oleh suatu individu atau kelompok yang lebih kuat atau berkuasa. *Bullying* secara sederhana digambarkan sebagai penggunaan kekuasaan atau kekerasan untuk melukai seseorang atau kelompok sedemikian rupa sehingga korbannya merasa sedih, trauma, dan tidak berdaya (Hopeman, dkk., 2020). Tekanan emosional, penurunan harga diri, dan stigma sosial dapat menghambat proses eksplorasi identitas, membuat korban cenderung merasa terasing atau kehilangan arah dalam mengenali diri mereka.

Dalam masa modern saat ini, individu khususnya para remaja akan

mepresentasikan identitasnya secara tidak langsung melalui sosial media sejalan dengan Hakim, dkk., (2021) bahwa perkembangan teknologi mempermudah remaja dalam mendapati figur-figur sebagai peniruan yang dapat mempengaruhi penetapan standar identitas harapannya. Saat bersosial media individu akan mempresentasikan sebuah identitasnya, sejalan dengan Nasrullah, (2012) yang menyatakan bahwa individu yang berinteraksi di dunia *online* kemungkinan adalah individu yang memiliki dua sisi, bisa jadi sama atau berbeda dengan identitasnya secara realita atau secara virtual. Bukan itu saja, melainkan individu kemungkinan tidak hanya memiliki satu identitas saja, namun bisa memiliki beberapa identitas yang beragam dengan karakteristik yang berbeda-beda dalam dunia virtual (dalam Sakti & Yulianto, 2013).

Menurut Bilqis, dkk., (2024) *second account* memberikan kesempatan bagi individu untuk menunjukkan sisi "*backstage*" atau aspek kehidupan yang lebih pribadi yang mungkin tidak sejalan dengan citra yang sesuai yang ditampilkan di akun utama atau "*frontstage*", hal positif yang bisa diambil memungkinkan ekspresi diri yang lebih autentik dan membantu dalam menemukan komunitas yang mendukung individu, akan tetapi pengungkapan diri ini juga berpotensi menimbulkan konflik identitas, meningkatkan kerentanan terhadap penilaian sosial yang dapat memengaruhi cara publik memandang citra diri mereka sebagai seorang individu, terutama jika konten yang dibagikan bertentangan dengan norma sosial. Media sosial merupakan standar di internet yang dapat menyebabkan pengguna secara tidak langsung mempertunjukkan dirinya maupun bersosialisasi, bekerja sama, berbagi, alat untuk mengkomunikasikan dengan pengguna lain, dan membangun jalinan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Melalui media sosial, masyarakat dapat mengakses teknologi media sosial salah satu tujuannya adalah membagikan segala macam kegiatan, keluhan, foto dan video pribadi untuk diteruskan pada masyarakat luas melalui berbagai akun sosial media yang mereka gunakan untuk mempresentasikan identitas diri mereka.

Penggunaan media sosial *Instagram* yang banyak digunakan dan seiring berkembangnya zaman membuat munculnya pengguna dengan menggunakan lebih dari satu akun atau lebih akab disebut dengan *second account*. Menurut Kang & Wei, (2020) *second account* merupakan akun sekunder juga merupakan wadah bagi pengguna untuk menunjukkan sisi lain dalam dirinya yang 'tidak menarik', dan

merasakan malu juga merasa tidak percaya diri, mulai tidak memilikinya rasa keistimewaan dalam segi wajah, emosional, berperilaku, dan berbahasa. Terdapat survey dari jajak pendapat (JakPat) yang memperlihatkan hasil pengguna *second account Instagram* yang persentasenya sebesar 57.0%, disusul oleh *Facebook*, *Tiktok*, dan *Twitter*.



Gambar 1. 4 : Kepemilikan *Second account* Media Sosial Paling Banyak

Survei tersebut menjadi bukti pendukung bahwa banyaknya pengguna *second account* di *Instagram*. Perkembangan *second account* seakan menjadi ‘terlalu nyata’, bagi pemilik akun membagikan gambar yang bertujuan untuk merefleksikan realitas dan selanjutnya menggenang itu menjadi sebuah hal realitas yang benar adanya, bukan hanya memikirkan sebuah ilusi “hidup yang sempurna”. Adapaun riset yang dilakukan oleh Permana & Sutedja, (2021) yang menghasilkan adanya persentase tertinggi usia pengguna akun alter atau biasa disebut *second account Instagram* adalah usia 15-27 tahun yang mana usia tersebut masuk dalam golongan generasi Z.

Fenomena yang terjadi adalah pada pengguna media sosial khususnya pada generasi Z ketika mereka menggunakan lebih dari satu *account* dalam bermedia sosial aplikasi *Instagram* spesifiknya. Biasanya mereka membuat *first account* untuk non *private*, sedangkan *second account* digunakan untuk orang tertentu saja atau orang terdekat. *First account Instagram* biasanya berisi tentang diri pengguna yang nampak baik-baik saja atau sebagai *branding* yang baik terhadap dirinya dan mengunggah hal yang menarik dan keren saja, seperti berbagi mengenai *Out Fit* yang digunakan,

makanan, kegiatan sehari-hari, atau membagikan momen bersama keluarga/pasangan. Hal itu membuat para pengikutnya hanya melihat personalita dari individu tersebut yang positif saja. Sedangkan *second account Instagram* biasanya berisi mengenai sisi lain dari diri pengguna yang tidak ia tunjukkan kepada banyak orang. Alasan terbanyak pengguna membuat *second account* adalah membagi keluh kesah tentang kehidupan pribadi, *shitposting*, *stalking*, dll.

Tabel 1. 1: Wawancara Informan

Subjek	Verbatim	Kesimpulan
MI	<p>“<i>account</i> karena kalau <i>first account IG</i> apa lagi, kek semua itu di acc gitu lo (<i>followersnya</i>), semua orang yang ga kenal-kenal itu tetep di <i>acc</i>, jadi semua orang itu bisa melihat kehidupanku yang.. yang <i>aesthetic-aesthetic</i> itulah, kelihatan aku bahagia. Sedangkan kalo di <i>second IG</i> itu kek orang terpilih aja dan ga semua orang aku <i>acc</i>, biasanya juga sering nge-<i>post</i> tentang diri kita kek <i>self love</i> banget, kita buat Tik-Tok, kita buat. pokoknya bisa bebas berekspresi gitu lo karena orang-orang terpilih sampe seteliti itu”.</p> <p>“lalu mengenai identitas diriku, iya ya agak bingung juga kalau diliat dari media sosialku karena kayak beda orang. Ga pernah kepikiran juga tentang identitas diriku itu kek gimana pastinya gitu”.</p>	<p>Alasan subjek menggunakan <i>second account</i> dalam bermedia sosial <i>Instagram</i>. Ia membuat <i>second account</i> agar bisa mengekspresikan diri lebih bebas dan menjadi lebih percaya diri, informan I bisa lebih bisa mempresentasikan hal buruk atau hal baik. Dalam <i>first account</i> yang ia gunakan hanya untuk mempresentasikan identitas dirinya yang baik. Namun, mengenai identitas dirinya, subjek belum mengetahui secara pasti bagaimana sebenarnya identitas dirinya.</p>
AI	<p>“alasan buat <i>second account</i> itu bisa bebas gitu, bisa nge-<i>post</i> apa aja, soalnya kan yang nge-<i>follow</i> itu dipilih banget.”</p> <p>“sepertinya kalau kita bersosial media, tanpa kita menunjukkan identitas diri itu dengan postingan kita.. Orang itu udah tau, oo anak ini aslinya gini. Soalnya kalua di <i>second account</i> itu apa ya.kita lebih bebas lah, maksudnya jadi diri sendiri gitu. Kalau di <i>first account</i> itu yaa. jaim lah ibaratnya soalnya kita harus menjaga <i>image</i>, soalnya yang nge-<i>follow</i> banyak, jadi ga mungkin yang jelek itu dikeliatin gitu”.</p>	<p>digambarkan alasan subjek menggunakan <i>second account</i> dalam bermedia sosial <i>Instagram</i>. Dalam menggunakan <i>first account</i> subjek condong menjaga <i>image</i> untuk mempresentasikan identitas dirinya. Hal serupa dirasakan oleh subjek dalam penggunaan <i>second account</i>, yaitu merasa lebih bebas dalam mempresentasikan identitas dirinya yang sesungguhnya. Subjek juga sudah menyadari akan identitasnya, namun ia mempresentasikan identitas diri di kedua akun <i>Instagram</i> -nya secara berbeda.</p>

“kalau identitasku itu emang kalo diliat dari postingan IG ku, keliatan beda tapi ya aslinya sama, cuma aku lebih sering aktif di *second* IG tapi kurang lebih yang aku tau tentang identitasku.. itu. Orang yang suka sama hal baru, suka belajar, terus suka tantangan gitu. Kalau dari *first account* kelihatan Cuma posting akademik aja, dan suka story hal baik. Kalau *second account* itu random, kadang akademik, kadang sambatan, yaa lebih memperlihatkan diriku sebenarnya lah”

Dari pernyataan kedua subjek mengenai penggunaan *second account Instagram* dapat disimpulkan bahwa pengguna bisa merasa lebih bebas dengan tersaringnya pengikut di *second account* mereka, terciptanya *second account* menjadi suatu bentuk pengungkapan diri individu menghadirkan ruang agar bisa lebih mengekspresikan atau membagi perasaan yang terpendam atau tersembunyi, dan terciptanya *first account* menjadi suatu bentuk identitas diri individu untuk membangun sebuah *personal branding* (Budiyanto & Aisyah, 2022). Faktanya *Instagram* sendiri telah mempunyai fitur bagi pengguna yang ingin menggariskan privasi agar pengguna tetap bisa menggunakan satu akun yang sama untuk merepresentasikan dirinya secara bebas, namun sepertinya fitur-fitur tersebut masih tidak menghalangi para remaja untuk tetap mempunyai *second account* untuk merepresentasikan dirinya (Pamungkas & Lailiyah, 2019).

Sejalan dengan penelitian yang telah dilaksanakan Ardiesty, dkk., (2022) yang menemukan alasan pengguna menggunakan dua akun yang berbeda di *Instagram* yaitu (1) Membuntuti tren karena teman-teman di lingkungannya mempunyai lebih dari satu akun *Instagram*, (2) Memperoleh komentar yang kurang baik pada *first account*, (3) Dijadikan sebagai wadah untuk mengabadikan informasi apapun baik foto ataupun video dari setiap momen untuk dikenang setiap waktu. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Prihantoro, dkk., (2020) bahwa pada hasilnya di *second account* yang digunakan subjek bukan hanya membagikan kegiatan sehari-hari atau informasi yang umum saja, namun juga menyatakan sebuah kesedihan, kekecewaan, keseruan, dan membagikan banyak hal lain ke dalam media sosial *Instagram* di *second account* miliknya.

Berdasarkan fenomena diatas membuat adanya keterkaitan identitas diri yang

dimiliki generasi Z yang menggunakan *Instagram*. Pemaikaaian dua akun yang berbeda dengan konten mengenai identitas diri mereka yang berbeda akan menggali lebih dalam bagaimana generasi Z ini sadar dan mengetahui akan identitas diri mereka sebenarnya. Karena di usia mereka dan didukung oleh perkembangan zaman yang ada membuat mereka belum mengetahui pasti apa sebenarnya identitas diri mereka, mereka cenderung mengikuti lingkungan / *genk* yang membuat mereka bingung bagaimana sebenarnya dirinya. Santrock (1996) mengatakan bahwa kemampuan kognisi remaja yang sedang berkembang mengalami perkembangan berinteraksi dengan keahlian dalam pengalaman sosial remaja yang mempengaruhi kesadaran akan dirinya. Masa remaja akan mengalami transfigurasi sosial yang penting yaitu meingkjanya dampak dari kelompok sebaya, bentuk perilaku sosial yang lebih mantap, adanya kelompok sosial baru dan penilaian baru dalam memilih lingkungan pertemanan dan pemimpin, dan dalam tunjangan sosial (Hurlock, 2016).

Jika para remaja tidak mampu mengendalikan batasan perilaku teman sebaya dengan perilaku dirinya sendiri akan membuat para remaja ini sulit menemukan identitas mereka atau bisa dibilang krisis identitas. Pengaruh media sosial disini cukup besar, karena media sosial ini menjadi patokan untuk membangun pembentukan identitas yang imajinatif untuk para pengguna yang bertentangan dengan dunia nyata. Pada situasi tersebut para remaja akan berusaha memilah antara dirinya yang benar (*true self*) dan yang palsu (*false self*), karena dalam penelitian yang dilakukan Harter & Lee, (1989) bahwa remaja cenderung memperlihatkan diri yang palsu ketika berada pada beberapa situasi seperti berkencan, dan ketika berada dengan teman-teman yang tidak terlalu akrab (dalam Santrock, 1996). Kemungkinan kecil remaja memperlihatkan dirinya yang palsu adalah ketika berada bersama teman-teman yang dirasa akrab dengannya. Remaja memperlihatkan diri yang palsu untuk membuat orang lain terkesan, ia akan mencoba untuk bertingkah laku atau menjadi orang yang baru akibat adanya pemaksaan dari orang lain untuk bertingkah laku tidak apa adanya, dan karena orang lain tidak menafsirkan diri remaja yang sebetulnya. Hal serupa ditunjukkan pada dua penelitian terdahulu yang dilakukan Aryo, (2017) dan Sakti and Yulianto (2013) mengenai identitas diri dalam bermedia sosial, yang menunjukkan adanya pengaruh dari pembentukan identitas diri dalam bermedia sosial.

Penelitian ini akan dilakukan pada generasi Z yang menggunakan *second account*

Instagram aktif dengan usia 18-24 tahun. Karena menurut hasil survey pengguna *Instagram* terbanyak saat ini di dominasi oleh usia tersebut. Urgensi dilakukannya penelitian ini adalah identitas diri merupakan hal penting yang harus dipunyai oleh manusia sebagai alat untuk bersosialisasi, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang berhubungan secara timbal balik dengan orang lain. Identitas diri tercerminkan bagaimana individu menunjukkan dan memposisikan diri pada lingkungannya. Jika individu tidak bisa membentuk identitasnya dengan benar dan tidak dapat menjalani masa krisis identitasnya, individu akan mengalami kesulitan untuk mengidentifikasi peran dirinya. Jika individu tidak dapat memposisikan diri pada lingkungannya dan tidak dapat menyaring hal baik dan buruk, individu akan membentuk identitas pada tempat yang kurang tepat dan menciptakan identitas diri yang buruk. Terciptanya identitas diri pada perkembangan remaja akan dapat menetapkan tingkah laku dan sikap yang berhubungan pada lingkungan, berpengaruh pada penampilan pada pekerjaan dan dalam memperhatikan serta menentukan pilihan terhadap alternatif yang kedepannya akan muncul (dalam Rahman Hakim, dkk., 2021)

Berdasarkan paparan latar belakang tersebut, peneliti merasa bahwa perlu dilakukan kajian lebih lanjut mengenai gambaran identitas diri dari fenomena diatas yang di alami generasi Z selaku para remaja pada kalangan ini. Adapaun judul penelitian ini adalah **“Gambaran Identitas Diri Dalam *Second account Instagram* Pada Generasi Z Korban *Bullying*”**.

1.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha, dkk., (2024) dengan judul **“*Second account Instagram* sebagai Identitas Digital Fenomena Kultural dalam Ekspresi Diri pada Generasi Z”**. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi yang dimana menggunakan instrumen kuisioner yang berisi pertanyaan tertutup dengan menggunakan teknik accidental sampling dan sampelnya adalah generasi Z pengguna akun kedua *Instagram* yang ada di kabupaten Maros. Peneliti memutuskan sampel sebesar 41 responden yang terbagi dalam dua kelompok usia, yaitu 12-19 tahun dan 20-27 tahun, serta berjenis kelamin laki-laki dan Perempuan yang termasuk dalam generasi Z yang ada di Kabupaten Maros. Pada penelitian ini menggunakan teori identitas diri dari Hogg dan Vaughan, (2011) yang

menyatakan bahwa timbulnya motivasi yang menjadi *background* pembentukan identitas sosial pada individu, yaitu *Positive Distinctiveness* yang sering kali menjadi motivasi pada harga diri suatu kelompok, hal ini menunjukkan bahwa rendahnya harga diri akan memacu timbulnya identifikasi kelompok dan perilaku antar kelompok, dengan terdapatnya identifikasi kelompok harga diri pun akan mengalami peningkatan karena motif individu untuk melakukan *social identity* adalah untuk memberikan aspek positif bagi dirinya sendiri seperti meningkatkan harga diri yang berhubungan dengan *enhancement*.

Hasil dari penelitian ini adalah persentase pengaruh di atas variabel identitas digital yang paling dipengaruhi oleh *second account instagram* dengan jumlah persentase 94,3% dibandingkan dengan jumlah persentase dari variabel fenomena kultural dalam ekspresi diri sebesar 88,7% . hal ini membuktikan generasi z menggunakan *second account Instagram* untuk memperlihatkan identitas dirinya yang sebenarnya dan bebas berekspresi di sosial media nya. Dari hasil penelitian tersebut.

Pada penelitian yang dilakukan Sakti & Yulianto, (2013) dengan judul “Penggunaan Media Sosial *Instagram* Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja”. Pada penelitian digunakannya strategi analisis deskriptif kualitatif. Subjek yang digunakan pada penelitian ini merupakan kalangan remaja dengan usia 18–24 tahun, yang aktif menggunakan sosial media *Instagram*. Penelitian ini memilih subjek yang bersedia membagikan pengalaman dalam menggunakan media sosial *Instagram* , serta bagaimana responden bisa membentuk sebuah identitas diri selaras dengan kesan yang mau ia bentuk kepada *follower* yang menjadi pengikutnya di sosial media *Instagram* . Penelitian ini menggunakan teori Stuart & Laraia (dalam Anggia, 2012) identitas merupakan pengumpulan dari semua gambaran diri dalam mengatur keseluruhan, bukan hanya dengan kepandaian bergaul dengan siapapun, objek sifat, dan peran. Teori yang digunakan adalah Teori Interaksionalisme Simbolik. Tipe penelitian adalah diskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah *Indepth Interview* dan Studi Pustaka, jumlah informan yang diambil adalah 5 orang remaja, memiliki akun *Instagram* dan merupakan pengguna aktif *Instagram*.

Hasilnya adalah, semua subjek merupakan pengguna aktif sosial media *Instagram*. Semua subjek sering memanfaatkan *Instagram* dalam kesehariannya dengan tujuan untuk mengisi waktu kosong maupun menggali informasi. Untuk memutuskan pengguna memiliki akun sosial media *Instagram*, subjek mempunyai alasan yang bermacam-macam satu sama lain. Subjek II, III, IV, dan V, mempunyai akun *Instagram* karena hanya ikut teman-teman dari lingkungan, sedangkan subjek I memutuskan untuk membuat akun media sosial *Instagram* karena pada saat itu idolanya baru membuat akun *Instagram*. Perbedaan penelitian saat ini adalah, penelitian yang baru akan lebih fokus pada kesadaran remaja pada identitas diri, dan perbedaan terletak pada pendekatan metode yang dilakukan.

Pada penelitian yang dilakukan Idaman and Kencana (2021) dengan judul “Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial *Instagram*”. Identitas virtual penelitian dihasilkan dari 5 informan remaja berjenis kelamin perempuan tepatnya di Jakarta Timur dengan usia 17-20 tahun yang aktif setiap hari menggunakan media sosial *Instagram*. Penelitian ini menggunakan teori Michael Hecht, mengenai teori komunikasi identitas, yang bertujuan agar melihat bagaimana identitas remaja dalam media sosial *Instagram* teori tersebut berfokus pada pelaku komunikasi, akan timbul pertanyaan “siapa saya” dan pada hal ini individu dalam sosial media (*Instagram*). Metodologi yang dilakukan ialah pendekatan kualitatif fenomenologi, dengan teknik pengumpulan data primer seperti wawancara mendalam terhadap para remaja pengguna aktif Instagram.

Berdasarkan hasil penelitian, identitas virtual remaja di *Instagram* terbentuk melalui empat tingkatan, yaitu *personal layer*, *enactment layer*, *relasional* dan *identitas layer communal*. Pada tiap tingkatan itu, identitas remaja terlihat melalui penggunaan dua akun yang dimiliki oleh para informan. Pada akun pertama (*first account*), identitas remaja yang terbentuk cenderung hanya mencerminkan konsep diri yang positif dan membatasi pengungkapan identitas diri secara keseluruhan. Sementara itu, pada akun kedua (*second account*), remaja lebih leluasa dalam mengekspresikan identitas diri mereka dengan lebih terbuka, meskipun mereka membatasi pertemanan dan menggunakan nama samaran.

1.3 Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti menetapkan fokus masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini memfokuskan identitas diri dalam bermedia sosial *Instagram* pada generasi Z. Erikson, (1968) ia menyatakan bahwasannya identitas diri merupakan kondisi disaat individu menyadari juga menghayati akan dirinya sebagai pribadinya sendiri, dan tidak larut dalam peran yang dimainkan.
2. Subjek penelitian ini adalah remaja generasi Z dengan usia 18-24 tahun. Menurut Andrea, dkk., (2016) mengklasifikasikan generasi Z kedalam kelahiran 1995-2010, sejak masa kanak-kanak mereka telah menyelami teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh pada pembentukan kepribadian mereka (Wijoyo, dkk., 2020).
3. Penelitian ini memfokuskan pada *bullying* bentuk verbal yang menurut Sharp & Smith, (2003) yaitu memanggil nama julukan, menghina, menggoda, berkata rasis (dalam Arya, 2018)
4. *Second account* ialah akun yang dipergunakan untuk membagikan suatu postingan diluar akun utama, pada *second account* ini pemilik *second account* dapat menetapkan siapa saja yang dapat mengikuti *second account* tersebut, pengguna *second account* biasanya juga tidak menggunakan *username*-nya dengan nama aslinya Ardiesty, dkk., (2022).

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai judul di atas, penelitian ini dilakukan pada generasi Z, karena kalangan ini mendominasi penggunaan *Instagram* juga presentase penggunaan *second account Instagram* yang tinggi. Penggunaan *second account Instagram* tersebut menggambarkan identitas mereka yang berbeda pada *first account* yang mereka miliki. Maka dari itu dapat diuraikan rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana gambaran identitas diri yang menggunakan *second account Instagram* pada generasi Z korban *bullying* ?.

1.5 Tujuan penelitian

Sesuai identifikasi yang ada, partisipan ingin memahami bahwa tujuan dilakukanya penelitian ini adalah mengetahui gambaran identitas diri yang menggunakan *second account Instagram* pada generasi Z korban *bullying*.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini maka dapat diambil 2 manfaat:

1. Manfaat teoritis
 - a. Menambah ilmu pengetahuan mengenai gambaran identitas diri dalam *second account Instagram* pada generasi Z.
 - b. Membantu memperdalam pemahaman mengenai identitas diri dalam era digital.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi Subjek Penelitian
Penelitian ini diharapkan dapat membantu kesadaran identitas diri dalam *second account Instagram* pada subjek.
 - b. Bagi Generasi Z
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi generasi Z sehingga bisa lebih menghadapi pencarian jati diri yang baik demi masa depan di era digital saat ini.
 - c. Bagi Peneliti Selanjutnya
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pada peneliti selanjutnya mengenai gambaran identitas diri dalam *second account Instagram* pada generasi Z.

