

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Mempunyai lebih dari satu akun pada media sosial yang sama sedang menjadi *trend*<sup>1</sup> yang mendunia saat ini. Seperti tidak puas dengan penggunaan akun pertamanya, pengguna media sosial membuat yang namanya akun kedua atau yang lebih dikenal dengan *second account*. Fenomena pembuatan *second account* ini memunculkan rasa penasaran dan keingintahuan peneliti mengenai alasan di balik pembuatannya. Fenomena ini banyak dilakukan pengguna pada berbagai aplikasi media sosial termasuk salah satunya pada media sosial Instagram. Adapun kelompok yang dikenal akrab dengan media sosial yaitu Generasi Z, merupakan kelompok pengguna yang mendominasi dalam penggunaan Instagram. Hal ini ditunjukkan pada hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyatakan bahwa 51,9% pengguna yang sering mengakses Instagram, mayoritas berasal dari kelompok Generasi Z.

Fitur terbaru dari Instagram yakni *multiple account* menjadikan pengguna dapat dengan mudah membuat dan menggunakan lebih dari satu akun di Instagram. Dapat dikatakan bahwa dari banyaknya akun Instagram yang ada, beberapa diantaranya adalah milik satu pengguna saja. Menariknya, para pengguna Instagram yang membuat *second account* ini memperlakukan akun-akun mereka secara berbeda, sehingga peneliti melihat bahwa ada alasan tertentu bagi pengguna Instagram yang akhirnya memutuskan untuk membuat *second account* tersebut.

---

<sup>1</sup> Suatu hal yang sedang ramai atau banyak digunakan oleh masyarakat luas (Priambudi, 2021)

Perempuan berinisial E, merupakan salah satu pengguna Instagram yang membuat *second account*. E mengatakan bahwa pada awalnya alasan ia membuat *second account* adalah hanya mengikuti *trend* saja, namun lambat laun ia mulai merasakan nyaman dalam menggunakan *second account* tersebut. E mengatakan bahwa baginya akun pertama digunakan untuk membangun *personal branding*<sup>2</sup>, sedangkan akun kedua digunakan untuk mengekspresikan segala sesuatu secara bebas sesuai apa yang ia inginkan. “Awalnya fomo aja sih, tapi ternyata nyaman juga, soalnya kayak aku mikirnya *first account* itu *branding* gitu, jadi kayak mau mengekspresikan segala hal itu di *second account*.” E mengatakan bahwa *second account* miliknya hanya boleh di-*follow* oleh teman-teman dekatnya.

Serupa dengan E, perempuan berinisial D juga merupakan pengguna Instagram yang membuat *second account*. D mengatakan bahwa alasan ia membuat *second account* adalah untuk mendokumentasikan kegiatan sehari-harinya yang tidak bisa diunggah di akun pertama. Baginya akun pertama digunakan untuk membangun citra, sehingga ia harus memilah konten yang akan diunggah. “Untuk mendokumentasikan aja sih keseharian aku gimana, hal-hal yang nggak bisa aku *posting* itu di *first account* karena kalau di *first account* itu jangkauannya luas, orang-orangnya lebih umum, jadi aku mentingin *branding* yang udah aku bangun, jadi aku harus memilah konten yang aku *posting*.” Selain itu D mengatakan bahwa dirinya merasa lebih bebas dan nyaman mengekspos kegiatan sehari-harinya serta apa yang sedang ia rasakan. “Ngerasanya lebih bebas aja, soalnya *second account* itu orang-orang yang aku kenal akrab yang bisa buat aku nyaman menunjukkan sisi-sisi aku. misalnya yang lagi belajar hal baru atau lagi galau.”

---

<sup>2</sup> Menunjukkan diri yang unik dan menarik sehingga dapat dibedakan dari orang lain dan dapat meningkatkan pekerjaan ataupun usaha (Arruda, 2007)

Berdasarkan pemaparan yang disampaikan oleh E dan D, dapat ditarik kesamaan yakni adanya perasaan bebas dan nyaman dalam menggunakan *second account* karena pada akun tersebut hanya berisikan orang-orang tertentu saja. Selain itu, terlihat bahwa mereka lebih berhati-hati dalam menggunakan akun pertamanya, karena akun pertama digunakan sebagai *platform* membangun *personal branding*, terbukti dari bagaimana cara mereka terlebih dahulu memilah konten yang akan diunggah pada akun pertama. Jika dilihat sekilas, hal ini tentu menjadi hal yang baik karena peran *second account* Instagram bagi sebagian pengguna dapat dimanfaatkan sebagai wadah mengekspresikan diri secara bebas dan nyaman. Akan tetapi kebebasan tersebut juga dapat menjadi hal yang buruk jika pengguna tidak mengontrol diri dalam menggunakan akunnya.

Dilansir dari CNN Indonesia, Microsoft mengumumkan tingkat kesopanan pengguna internet sepanjang tahun 2020. Dalam laporan yang berjudul *Digital Civility Index*, Indonesia berada di urutan 29 dari 32 negara yang disurvei untuk tingkat kesopanannya di ruang digital. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa netizen<sup>3</sup> Indonesia paling tidak sopan di Asia Tenggara. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai etika di ruang digital menjadi penting untuk diketahui bersama.

Etika di ruang digital atau yang selanjutnya disebut sebagai netiket (*netiquette*) merupakan adab dalam menggunakan internet (Kusumastuti, et al. 2021). Netiket menuntun pengguna untuk bisa patuh pada aturan etis dan moral untuk menciptakan ruang publik yang nyaman. Walaupun dapat dikatakan bahwa sikap tidak etis yang terjadi di Instagram sukar dikendalikan karena setiap orang

---

<sup>3</sup> Pengguna internet yang berkomunikasi, mengeluarkan pendapat, serta berkolaborasi di media internet termasuk media sosial (Gamayanto, 2017)

dapat mempunyai lebih dari satu akun, namun setidaknya dengan mengetahui dan menerapkan netiket, dapat meminimalisir dampak negatif dari aktivitas tersebut. Selain itu, netiket juga dapat menjadi pedoman bagi pengguna *second account* agar lebih bijak dalam menggunakan akun miliknya (Fahrimal, 2018).

Pengguna *second account* Instagram kerap merasa aman untuk menyebarkan informasi pribadinya karena akun tersebut telah diatur sebagai akun privat yang terdiri dari orang-orang terdekat saja. Akan tetapi, perlu diingat kembali bahwa pengguna *second account* tidak bisa mengontrol perilaku para pengikutnya. Aktivitas yang pengguna anggap aman untuk dilakukan di *second account* bisa saja tersebar, karena ketika informasi tersebut telah muncul di ruang publik, maka pengguna yang memiliki akses bisa saja menyebarkan informasi tersebut, baik itu dalam bentuk tangkapan layar ataupun lainnya.

Bukti nyata telah dialami oleh salah satu peserta kegiatan *Clash of Champion* Ruangguru, yakni Maxwell Salvador yang sempat menjadi perbincangan hangat karena unggahannya di *second account* disebar oleh pengikutnya ke publik (Jawapos.com, 2024). Unggahan tersebut dinilai oleh netizen sebagai bentuk penghinaan terhadap gerakan #gencatansenjata yang pro-Palestina. Atas unggahan tersebut, Maxwell dinilai menjadikan isu genosida di Palestina sebagai bahan candaan, sehingga mendapatkan kecaman yang buruk dari netizen. Hal ini menunjukkan bahwa di dalam lingkup pertemanan yang telah dibatasi sekalipun, potensi untuk terjadinya penyebaran informasi yang tidak diinginkan, dapat terjadi.

Selain itu, aktivitas yang kerap dilakukan pengguna *second account* adalah menggunakan *User ID* yang berbeda dengan nama aslinya, dengan anggapan

pengguna akan merasa terlindungi di balik anonimitas<sup>4</sup> yang ada (Pratiwi, 2023). Ketika pengguna *second account* Instagram merasa terlindungi di balik anonimitas akunnya, maka hal tersebut dapat menimbulkan *disinhibition effect*, yaitu menjadikan seseorang kehilangan kontrol dan cenderung lebih bebas dalam berperilaku di ruang digital. Penelitian ini akan menggunakan teori yang digagas oleh John Suler (2004) yakni teori *Online Disinhibition Effect* yang mengemukakan bahwa pengguna anonimitas, yang mana pada penelitian ini adalah pengguna *second account* di Instagram, dapat terbagi menjadi dua jenis, yakni yang berperilaku positif (*Benign Disinhibition*) dan yang berperilaku negatif (*Toxic Disinhibition*). Melalui teori ini akan dikaji bagaimana pengguna *second account* Instagram beraktivitas dalam ruang digital.

Penelitian terdahulu yang mengangkat pembahasan mengenai netiket, juga pernah dilakukan oleh Nindi Isma Nurfitriana (2023) dengan judul “Analisis Budaya *Digital Native* pada Kasus Kritikan Konsumen *Brand* Esteh Indonesia di Media Sosial Twitter” yang membahas mengenai kritik salah seorang konsumen dengan identitas yang disamarkan sebagai @Gandhoyy di Twitter terhadap produk dari *brand* Esteh Indonesia sehingga *brand* tersebut melayangkan somasi kepadanya. Penelitian tersebut berfokus kepada sejauh mana kebebasan berpendapat dapat dilakukan di ruang digital, termasuk di dalamnya berkaitan dengan etika bermedia sosial. Hasil dari penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun media sosial mendatangkan kebebasan bagi penggunanya, namun kebebasan tersebut tentunya tetap memerlukan batasan dan kontrol diri yang beradab dalam beraktivitas di ruang digital. Berdasarkan

---

<sup>4</sup> Kondisi ketika seseorang memungkinkan untuk mengubah dan menyembunyikan identitas asli dengan memisahkan perilaku secara nyata dan maya (Suler, 2004)

pemaparan tersebut, penerapan etika bermedia sosial atau netiket menjadi penting untuk dikaji, karena meskipun berada dalam ruang digital dan dapat terlindungi dibalik identitas yang disamarkan, aktivitas bermedia sosial tetap perlu dikontrol sesuai dengan prinsip netiket. Saran yang diberikan dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa diperlukannya penelitian yang mengkaji aspek netiket khususnya bagi generasi muda yang memegang peran mayoritas di media digital.

Hal ini yang mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut mengenai etika bermedia sosial terkhususnya di kalangan Generasi Z. Perbedaan dan pembaruan pada penelitian ini terletak pada *platform* yang disasar sebagai objek penelitian, yaitu Instagram, khususnya pada lingkup *second account*. Penelitian ini juga menyoroti aktivitas Generasi Z dan bagaimana mereka menerapkan netiket dalam penggunaan *second account* tersebut. Atas dasar itu, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti bagaimana aktivitas dan penerapan netiket pengguna *second account* Instagram dalam menggunakan akunnya di ruang digital, sehingga penelitian ini akan diberikan judul **“Penggunaan *Second Account* di Instagram: Studi Netnografi Mengenai Praktek Netiket Generasi Z”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah yakni bagaimana Praktek netiket Generasi Z dalam menggunakan *second account* di Instagram?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan aktivitas Generasi Z dalam penggunaan *second account* di Instagram.
2. Mengetahui penerapan netiket Generasi Z dalam penggunaan *second account* di Instagram.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat menambah wawasan mengenai etika bermedia sosial, khususnya dalam konteks penggunaan *second account*, serta dapat memberikan manfaat sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa.
2. Diharapkan dapat mendukung pengembangan teori yang digunakan, serta memberikan perspektif baru mengenai penerapannya dalam konteks penggunaan *second account*.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai etika di media sosial terkhususnya kepada pengguna *second account* Instagram yang diharapkan dapat bijak dalam menggunakan akunnya.
2. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak institusi pendidikan agar dapat memberikan perhatian khusus dalam memberikan edukasi mengenai etika di media sosial.