

**Makna Kepemilikan Second Account pada Pengguna Instagram
(Studi Fenomenologi Mahasiswa Ilmu Komunikasi
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**

**Nurul Fitriyani¹, Dr. Merry Fridha Tri Palupi, S.Sos., M.Si², Mohammad Insan
Romadhon, S.I.Kom., M.Med.Kom³**

Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email : Nurulfitriyani16@gmail.com

Abstract

Instagram is one of the popular social media and is much loved by the public, especially for students. One of the features on Instagram, the multiple account, makes it easy for Instagram users to create a second account on one device. Users can log in two to five accounts at once without logging out first. This is used by some students to have more than one account. If in the first account the accountability is clear by using the account name, profile photo and content that represents their real identity, in the second account it is the other way around. Students intentionally use account names, profile photos and content that does not identify themselves. The purpose of this study is to find out how Communication Studies students on August 17, 1945 interpret the second Instagram account. The research method used in this study is a qualitative method with a phenomenological approach and studied with the Symbolic Interaction Theory by Geroge Herbert Mead regarding 3 main concepts, namely Mind, Self and Society. The technique of collecting is by observation, interview and documentation. Informants in this study were students of Communication Studies, University of 17 August 1945, Surabaya with predetermined characteristics. From the results of this study, it can be concluded that the informants tend to interpret the use of a second Instagram account as self-control, interpreting a second account as a safe place, and interpreting a second account as segmenting personal content with professionals.

Keywords : *Instagram, Phenomenology, Symbolic Interaction, Second Account*

Abstrak

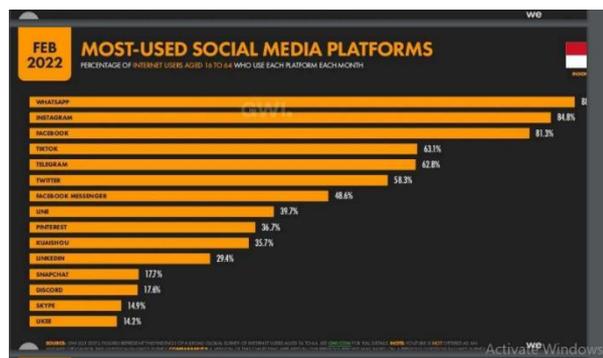
Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer dan banyak di gandrungi oleh masyarakat terlebih lagi untuk kalangan mahasiswa. Salah satu fitur yang ada di Instagram yakni fitur *multiple account* ini memberikan kemudahan untuk para pengguna instagram dalam membuat akun kedua (*second account*) dalam satu *device*. Pengguna dapat login dua hingga lima akun sekaligus tanpa melakukan *logout* terlebih dahulu. Hal tersebut dimanfaatkan oleh beberapa mahasiswa untuk memiliki lebih dari satu akun. Jika pada akun pertama akuntabilitasnya jelas dengan menggunakan nama akun, foto profil dan isi konten yang merepresentasikan identitas aslinya, sedangkan pada akun kedua adalah sebaliknya. Mahasiswa dengan sengaja menggunakan nama akun, foto profil dan isi yang tidak menunjukkan identitas dirinya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi 17 Agustus 1945 memaknai *second account* Instagram. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi dan dikaji dengan Teori Interaksi Simbolik oleh George Herbert Mead mengenai 3 konsep utama yakni *Mind, Self and Society*. Teknik pengumpulan dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan karakteristik yang

telah ditentukan. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para informan kecenderungannya memaknai penggunaan *second account* Instagram sebagai kontrol diri, memaknai *second account* sebagai *safe place*, dan memaknai *second account* sebagai segmentasi konten pribadi dengan profesional.

Kata Kunci : Instagram, Fenomenologi, Interaksi Simbolik, *Second Account*

Pendahuluan

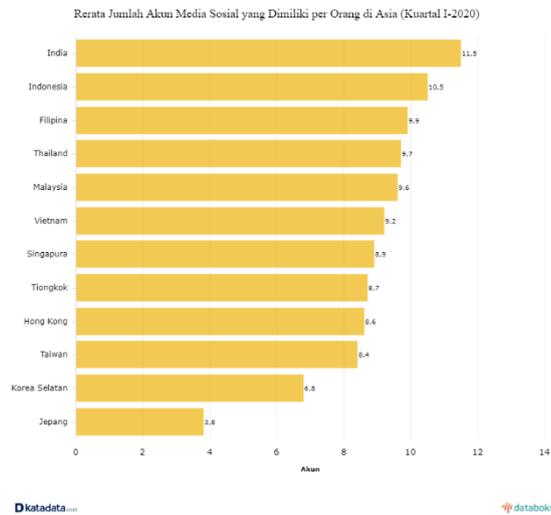
Pesatnya perkembangan *new media* telah memberikan dampak yang signifikan terhadap situs-situs komunikasi. Dengan adanya *new media*, membuat komunikasi tak lagi hanya dilakukan secara fisik, tetapi dapat juga dilakukan melalui berbagai platform media sosial yang mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. (Nainggolan et al., 2018). Media sosial merupakan media komunikasi yang mudah diakses oleh koneksi internet. Peran media sosial saat ini sangat besar dalam mengkomunikasikan berbagai hal. Dengan adanya media sosial, informasi dapat disebarluaskan secara cepat. Tak hanya itu, isi pesan yang disampaikan pun dengan cepat mendapat kepercayaan masyarakat pengguna (*netizen*) dan seolah-olah menyangkal keberadaan media massa arus utama (*mainstream*) yang selama ini dipercaya khalayak sebagai sumber informasi berita faktual dan aktual. (Suyono, 2020)



Gambar 1.1 Data Media Sosial Paling Banyak Digunakan
Sumber : We Are Social

Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer dan banyak diminati. Hal ini selaras dengan data yang peneliti peroleh dari *We Are Social*, yang memaparkan bahwa Instagram menduduki peringkat kedua sebagai platform media sosial yang banyak di gunakan di Indonesia tahun 2022. Dilansir dari *Katadata.com* tercatat bahwa kelompok usia 18 – 24 tahun menjadi pengguna instagram terbanyak di Indonesia. Awalnya, Instagram digunakan bagi orang-orang yang mempunyai kesenangan dalam memotret foto dari *smartphone* kemudian membagikan hasil jepretannya ke Instagram. Foto-foto yang diunggah ini bisa saja berupa foto pemandangan, foto keluarga sanak saudara, foto koleksi buku, dan sebagainya. (Romadhan et al., 2017)

Instagram pada awalnya hanya dapat *login* satu akun saja, namun Instagram terus berinovasi dengan merilis dan memperbarui fitur-fitur yang ada didalamnya. Kini pengguna Instagram memungkinkan login dua hingga lima *account* sekaligus dalam satu *device* dengan adanya fitur *multiple account*. Selain itu pengguna pun dapat melakukan *switching* dari akun satu ke akun lainnya dengan cepat dan mudah tanpa perlu melakukan *log out* terlebih dahulu. (Ferlitasari, 2018)



Gambar 1.2 Data Jumlah Akun Media Sosial Orang Indonesia
Sumber : Katadata.com

Dilansir dari Katadata.com, rata-rata orang Indonesia memiliki 10 – 11 akun media sosial. Media sosial dalam survei ini memiliki lingkup yang luas salah satunya adalah instagram. Dengan memanfaatkan fitur *multiple account* ini memudahkan para pengguna instagram dalam membuat akun kedua (*second account*) (Lidwina, 2020). Menurut hasil survey yang dilakukan oleh HAI pada bulan April 2018 dengan melibatkan 300 responden, memberikan hasil bahwa ditemukan 46% anak muda memiliki akun kedua. Bahkan, 60% dari anak muda yang memiliki akun alter yaitu memiliki dua buah akun dengan kepemilikan pengguna yang sama. (Bahar, 2018)

Munculnya fenomena *second account* ini bisa dikatakan memang baru muncul ketika mulai populernya media sosial Instagram . Yang dimaksud dengan *second account* adalah akun lain yang dibuat oleh pengguna Instagram diluar akun utama nya. Jika dilihat dari segi bahasa, *first account* adalah akun yang dibuat pertama kali oleh pengguna sedangkan *second account* adalah akun yang dibuat setelahnya. Memang secara pengertian tidak ada hal khusus yang dapat mengklaim bahwa akun ini adalah *first account* ataupun akun ini adalah *second account*. Informan dapat sesuka hati menentukan mana yang disebutnya *first account* nya dan mana yang disebut sebagai *second account* nya. (Alam, 2019) Hal lain yang menarik untuk dikaji terkait *second account* adalah mengenai bagaimana penggunaanya berinteraksi dan memperlakukan akun mereka secara berbeda. Pengguna dapat mengekspresikan diri mereka secara bebas dan biasanya *second account* hanya diikuti oleh pengguna yang merupakan orang-orang tertentu atau terdekat dari pemilik akun. (Prihantoro et al., 2020)

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena yang di alami oleh subjek penelitian misalnya seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll secara utuh yang disajikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Moleong, 2021). Pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian fenomenologi melibatkan pengujian yang teliti dan seksama pada kesadaran pengalaman manusia. (Fridha, n.d.) Kemudian ditunjang dengan teori interaksi simbolik ala George Herbert Mead mengenai 3 konsep utama yakni *Mind, Self, & Society*. Mead juga menjelaskan unsur perspektif dari interaksi simbolik adalah berpikir, konsep diri, interaksi sosial dan dunia sosial. Dalam teori ini, Mead mengemukakan bahwa, pikiran (*mind*) dan diri (*self*) berasal dari masyarakat (*society*) atau aksi sosial (*social act*). (Muhid, 2020) Peneliti menggunakan teori tersebut karena sangat relevan jika dikaitkan dengan topik yang dibahas

pada penelitian ini untuk mengkaji bagaimana mahasiswa ilmu komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 yang menjadi informan dalam penelitian ini memaknai kepemilikan *second account* Instagram.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara terhadap 7 mahasiswa ilmu komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dengan menggunakan teknik snowball sampling. Jenis data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni data primer dan data sekunder. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai primer. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diambil dari buku-buku literasi, jurnal online, dan berbagai penelitian yang serupa.

Hasil dan Pembahasan

1) Penggunaan *second account* dimaknai sebagai bentuk kontrol diri

Dari hasil wawancara beberapa informan memaknai penggunaan dari *second account* Instagram nya adalah sebagai kontrol diri. Kontrol diri adalah mengenai kemampuan informan untuk mengarahkan tingkah lakunya dengan demikian dapat mengurangi atau menghindari tingkah laku yang dapat merugikan diri nya sendiri. Kontrol diri menjadikan mahasiswa mampu untuk memilih apakah tindakan tersebut patut untuk dilakukan dan dipertontonkan di publik atau tidak melalui akun instagramnya, agar nantinya mahasiswa tidak menuai konsekuensi negative di akhir dari tindakan yang ia lakukan. Dalam wawancara informan menyampaikan :

“Kalo konten di first itu adalah konten yang benar-bener aku pikirin nuy. Soalnya aku takut nya banyak komen yang sebenarnya aku lagi nggak pengen di komenin.. eh tapi ternyata ada yang komen. Kalo di second account aku lebih suka ngepost hal-hal random, misal aku lagi nongkrong sama temen terus ada bercandaan yang ngawur atau ada bercandaan yang nggak enak kalau di post di first account, itu jadinya aku post nya di second account. Dan aku ngepost apapun di second account itu jadinya nggak ngerasa terbebani karena orang-orang disana memang orang-orang yang benar-bener aku kenal dan jadinya nggak ada tuntutan buat aku untuk nahan diri, yauda yang ini nggak usah di post deh. Karena itu *second account* dan udah aku filter semua orang-orangnya.”

(Anin, Wawancara, 25 -05-2022)

Dari pernyataan tersebut selaras jika dikaitkan dengan teori interaksi simbolik yang di gagas oleh George Herbert Mead yang dimana pernyataan tersebut erat kaitannya dengan konsep *Mind*. Manusia dibedakan dengan binatang menurut Mead karena segala tindakan manusia ada proses berpikir. Sehingga informan memikirkan apakah konten tersebut layak untuk di bagikan ke publik. Ia tidak bisa secara bebas mengunggah apa yang ingin dia unggah pada akun pertama yang audience nya jauh lebih banyak dibandingkan akun kedua nya. Di hari yang sama, peneliti juga menanyakan hal tersebut kepada informan kedua yang bernama Yulian. Dalam sesi wawancara ia menyampaikan :

“ Yang waktu itu nyantol di otakku adalah orang di orang di Instagram itu mau cari hiburan, kalo aku gunakan fitur closefriend dan pada waktu itu isi nya itu sampah tentang keluh kesahku, itu pada akhirnya aku akan memperlihatkan apa yang nggak pengen mereka lihat. Nah yang di second ku itu adalah second instagram teman-temanku. Jadi *second to second*. Jadi mereka paham kalo ini *second* Instagram, umum nya itu digunakan untuk menjadi dirinya sendiri atas dasar pemikiran itu oh *its gonna be fine* kalau aku upload disitu tentang keluh kesah ku”

(Yulian, Wawancara, 25 -05-2022)

Dari pernyataan tersebut selaras jika dikaitkan dengan teori interaksi simbolik yang di gagas oleh George Herbert Mead yang dimana pernyataan tersebut erat kaitannya dengan konsep *Mind*. Informan berpikir dan berdialog dengan dirinya sendiri mengenai apakah konten yang ia unggah itu adalah konten yang sebenarnya ingin dilihat juga dengan audiensinya. Informan terlihat bahwa ia mencoba untuk menahan diri dalam mengunggah sebuah konten. Ia tidak bisa secara bebas mengunggah apa yang ingin dia unggah pada akun pertamanya. Dan leboh merasa nyaman dan bebas mengunggah pada akun kedua.

Berdasarkan jawaban dari kedua informan, peneliti menyimpulkan bahwa kepemilikan *second account* di maknai sebagai bentuk kontrol diri. Hal ini didasari karena informan merasa tidak nyaman saat membagikan kehidupan personalnya kepada audiensinya yang ada di *first account* nya. Para informan diatas sadar betul bahwasannya hal-hal yang ia unggah pada akun media sosial akan berpengaruh terhadap orang lain dan informan merasa tidak memiliki kuasa untuk mengendalikan pemikiran orang lain dengan konten yang ia unggah. Informan tidak ingin mendapatkan komentar buruk dan pandangan *negative* terhadap konten yang ia unggah pada akun pertamanya sehingga itu lah yang memicu informan untuk membuat *second account*. *Second account* yang dimiliki kedua informan diatas di-*setting* sebagai akun *private* dimana seorang pemilik akun harus mengkonfirmasi permintaan calon 'follower' untuk mengikuti akun dan melihat unggahannya. Sehingga audiensinya pada *second account* lebih sedikit daripada akun pertamanya.

2) Penggunaan *second account* dimaknai sebagai "safe place"

Dari hasil wawancara beberapa informan memaknai penggunaan dari *second account* Instagram nya adalah sebagai *safe place*. Informan merasa bahwa *second account* ini ruang yang aman untuk membagikan hal-hal privat seperti mengeluarkan *uneg-uneg*, membagikan postingan yang berisi kesedihan, emosional, dan juga menunjukkan sisi lain dari informan yang 'tidak menarik' misalnya saja konten yang dianggap "alay" dan juga untuk *stalking*. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh informan yang bernama Dio. Dalam wawancara informan menyampaikan :

"Ada sih. Misal nih, aku upload foto di first account itu kayak aku ngedit dulu. Pokoknya lebih rapi lah. Ketimbang di second account, di second account itu kayak aku ngeupload foto di feeds yaudah gitu aja dengan polos, natural, tanpa edit dan aku nggak memandang disitu aku ganteng apa enggak."

(Dio, Wawancara, 26-05-2022)

Dari pernyataan tersebut selaras jika dikaitkan dengan teori interaksi simbolik yang di gagas oleh George Herbert Mead yang dimana pernyataan tersebut erat kaitannya dengan konsep *Self*. Dio dalam *second account* nya menunjukkan sisi "*I*" yang dimana ia berperan sebagai subjek yang artinya ia berperilaku spontan tanpa ada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Sedangkan Dio pada *first account* Instagramnya, ia berperan sebagai "*Me*" atau disebut juga sebagai objek, yang dimana ia berperilaku sesuai dengan pertimbangan terhadap norma-norma dan harapan-harapan orang lain.

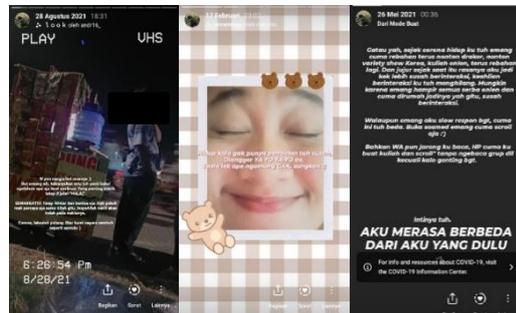
Informan terlihat bahwa ia menunjukkan bahwa seolah-olah ia ketika menunggah sesuatu di *first account* harus melalui tahapan editing dan menonjolkan ke estetika an dan menunjukkan sisi menarik yang ada dalam dirinya. Namun di *second account* justru informan tetap percaya diri meskipun ia tampil natural tanpa melakukan editing dan juga tidak memandang estetika. Berikut hasil observasi yang dilakukan informan pada *second account* informan :



Gambar 4.1 Contoh Unggahan *Second Account* Dio
Sumber : Instagram

Disini peneliti melakukan observasi terhadap *second account* yang di miliki oleh informan. Konten yang disajikan informan dalam akun kedua nya tidak terstruktur. Dibandingkan dengan akun pertama nya. Di hari yang berbeda, peneliti juga menanyakan hal tersebut kepada informan kedua yang bernama Yashica. Dalam sesi wawancara ia menyampaikan :

“Awalnya aku liat temenku mbak, kok enak ya punya *second account* yaudah aku akhirnya bikin. Nah *second account* ku ini itu aku pakai kalo aku pas lagi galau, aku lagi *down*, aku lagi mengekspresikan kesedihanku itu di akun yang kedua. Selain itu juga lebih ke akun untuk fandom ya. Aku suka upload kalo aku ketemu sama idola ku, terus foto bareng. Terus suka update tentang kpop. Tapi nggak hanya fandom kpop aja, artis lokal juga iya. Aku nggak upload di first karena aku takut di nilai “alay” atau gimana gitu. Soalnya waktu itu pernah mbak kayak misal aku lagi upload sama idola, nah temen-temenku itu meresponnya menurut ku berlebihan. Jadi nya aku nggak nyaman.
(Yashica, Wawancara, 27-05-2022)



Gambar 4.2 Contoh Unggahan *Second Account* Yashica
Sumber : Instagram

Jika dilihat dari jawaban informan yang di sampaikan dalam wawancara dan di bandingkan dengan cuplikan layar diatas, terlihat bahwa ia menunjukkan bahwa informan seringkali menggunakan *second account* sebagai tempat untuk bercerita mengenai keluh kesah dan *uneg-uneg* yang ada dalam dirinya. Selain itu ia juga dapat mengekspresikan kesenangannya ketika bertemu dengan artis idola. Ia menggunakan *second account* ini seperti buku harian berbasis online yang dapat digunakan meluapkan emosi, baik emosi senang maupun sedih yang hanya dapat di lihat oleh followers yang ada pada *second account* nya sehingga informan merasa aman dan nyaman ketika membagikan di akun tersebut. informan ketiga yang bernama Yulian juga berpendapat hampir sama. Dalam sesi wawancara yang dilakukan melalui zoom meeting ia mengatakan :

“*Second account* itu adalah tempat pelarian yang semu. Tempat buat meluapkan emosi sesaat yang memang pada saat itu aku nggak punya teman untuk bercerita. Menurutku penting orang menggunakan *second account* semua orang itu punya

masalah yang mereka harus luapkan, walaupun pada akhirnya pada akhir nya tetep ada batasannya. Setiap orang pasti punya lingkaran yang mereka bangun untuk dirinya sendiri. Misal nuy tuh boleh deket sama aku sampai lingkaran sini. Ibra sampai lingkaran sini. Nah untuk membangun jaringan itu aku rasa perlu banget yang nama nya *second* Instagram.”
 (Yulian, Wawancara, 25 -05-2022)



Gambar 4.3 Contoh Unggahan *Second Account* Yulian
 Sumber : Instagram

Dari hasil wawancara dan cuplikan layar, terlihat bahwa informan seringkali menggunakan *second account* sebagai tempat untuk bercerita mengenai keluh kesah dan *uneg-uneg* yang ada dalam dirinya. Selayaknya ia menulis catatan harian yang digunakan untuk mencurahkan isi hatinya sehingga informan merasa aman, nyaman dan merasa lega ketika *sharing* di akun tersebut. Informan keempat yang bernama Iska yang menggunakan *second account* sebagai akun *fake*. Pada sesi wawancara ia mengatakan :

“Aku pakai *second account* itu dari aku SMA udah punya, bahkan temen-temenku yang lain belum punya aku udah punya. Awalnya buat *second account* itu untuk upload *bucin* sama pacarku. Karena aku males kalo di Whatsapp itu harus milah-milih kontak kan..Terus... hmm untuk *stalking* juga. Mulai dari *stalking* seseorang sampai *stalking olshop-olshop mbak*. Tapi aku udah lama nggak pakai sekarang, ku di *second account* itu pakai nama samaran, yang orang-orang nggak tahu dan aku juga nggak menunjukkan identitas ku. Jadi aku merasa bebas ngapain aja karena disitu orang-orang nggak ada yang *engeh* kalo itu aku.
 (Iska, Wawancara, 26-05-2022)

Berdasarkan hasil temuan data yang telah peneliti uraikan pada pembahasan dapat di lihat bahwa keempat informan berani untuk mencurahkan isi hatinya mengenai pengalaman personalnya, baik itu masalah percintaan, masalah perkuliahan hingga pekerjaan. Informan juga tidak segan untuk menunjukkan sisi “tidak menarik” dalam dirinya seperti foto “*absurd*” yang secara sadar mereka bagikan kepada khalayak kecil. Mereka menceritakan hal itu dengan berupa foto, video maupun cuplikan layar. Konten yang mereka bagikan bisa jadi hal yang remeh, namun beberapa hal yang di tampilkan ini terdapat maksud atau pesan yang hendak disampaikan kepada orang lain.

3) Penggunaan *second account* sebagai segmentasi konten pribadi dengan profesional

Dari hasil wawancara beberapa informan memaknai penggunaan dari *second account* Instagram nya adalah sebagai segmentasi konten pribadi dengan profesional. Dengan dibuatnya *second account*, artinya ada beberapa perbedaan perihal isi konten yang disajikan antara akun yang satu dengan akun yang lainnya. Segmentasi tersebut dilakukan atas dasar *audience* dari akun media sosial tersebut. Jika informan ingin mengunggah konten tentang diri nya dan

aktivitas nya maka informan mengunggah nya pada *first account*. Namun ketika ingin mengunggah konten profesional misalnya saja konten untuk kepentingan bisnis, portfolio, maupun galeri karya maka konten tersebut di unggah pada *second account* yang sesuai dengan target nya.

Informan yang pertama yaitu Annisa, ia memulai menggunakan *second account* sejak tahun 2018 untuk kepentingan bisnis. Saat itu yang memicu Annisa untuk membuat *second account* adalah ia berpikir bahwa ketika dirinya mengunggah konten bisnis produk kecantikan, followers pada *first account* nya yang berjenis kelamin laki-laki akan merasa terganggu dengan konten tersebut. Sehingga ia mencoba untuk membuat akun baru dimana akun tersebut khusus untuk berbisnis. Jadi dari segi konten tidak bercampur antara postingan pribadi dengan postingan bisnis. Dalam sesi wawancara ia menyampaikan :

“Karena aku pengen biar keliatan profesional aja. Dan lebih tersegmentasi. Waktu itu awalnya ku jualan tas sama masker. Pokoknya *girls things, lah*. Nah kalo aku upload di *first account* kan gak semua followersku itu pasarku karna kan ada cowonya juga. Jadinya aku mau temen-temen cowok ku itu nggak keganggu dengan aktivitas jualanku.”

(Annisa, Wawancara, 26-05-2022)

Seperti hal nya yang dilakukan oleh Annisa, informan selanjut nya yang bernama Vania juga menggunakan *second account* untuk kepentingan profesional. Namun ada sedikit perbedaan yakni *second account* Vania digunakan untuk mengunggah karya, lebih tepat nya yaitu karya tulis yang sedang ia tekuni selama kurang lebih 2 tahun berjalan. Tak hanya itu ia juga kerap membagikan rekomendasi buku, bahkan ia juga gemar menulis *quote* yang berisi pesan motivasi untuk para *followers* nya. Konten yang diunggah Vania dalam akun pertama dan akun kedua nya sangat lah berbeda.

“Kalo yang di *second account* aku lebih ke aku nunjukkin ada beberapa karya. Secara nggak langsung kayak portofolio sih. Karya nya itu sastra, karya tulis. Kayak misal *quote-quote* gitu atau aku sekedar bercerita tapi itu kayak bermajas. Gitu-gitu deh. Sebenarnya awal nya kenapa aku upload di *second* itu karena aku nggak percaya diri buat aku upload di *first*, tapi makin kesini yaudah deh ku fungsikan akun tersebut jadi akun portofolioku. Dari yang awal nya aku private, sekarang udah nggak aku privat lagi. Jadi semua orang bebas mengakses, bisa lihat karya-karya ku. Ya meskipun masih amatiran.”

(Vania, Wawancara, 27-05-2022)

Dari pernyataan informan tersebut, sejalan dengan konsep *Self* pada kajian interaksi simbolik. Informan ketika menjadi “*I*” ia tidak percaya diri dengan hasil karya yang ia kerjakan sendiri sehingga tidak mengunggah nya pada akun Instagram pertamanya, ketika berperan di lingkungan sosial nya yaitu Vania sebagai “*Me*” ia percaya diri dan juga menganggap bahwa karya tulis yang ia unggah sesuai dengan passion yang di miliki nya. Sehingga ia berharap bahwa karya tersebut bisa mendapat atensi dari publik. Pada penyajian data diatas, kedua informan tersebut sama-sama memaknai *second account* ini sebagai segmentasi konten pribadi dengan konten profesional. Hal ini didasari karena informan merasa perlu untuk membagikan konten sesuai dengan target pasar yang mereka inginkan. Sehingga postingan pada akun tersebut dapat mendapatkan atensi dari publik serta mendapatkan lebih banyak insight

Penutup

Dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan informan, kecenderungannya memaknai penggunaan *second account* instagram sebagai kontrol diri, memaknai *second account* sebagai *safe place*, dan memaknai *second account* sebagai segmentasi konten pribadi dengan profesional. Konsep *mind* yakni bagaimana informan menilai diri mereka yang tentunya berasal dari interaksi dengan orang lain. Informan sebagai mahasiswa dalam penelitian ini memaknai bahwa segala sesuatu yang ia unggah pada akun Instagram nya akan mempengaruhi penilaian dan persepsi orang lain terhadap dirinya. Sehingga informan berpikir untuk membuat akun lain di luar akun utamanya dengan kepentingan serta pertimbangan tertentu yang dimana *followers* pada *second account* sudah terkategori sesuai dengan kriteria yang telah informan tetapkan. Konsep *self* yakni dimana diri sebagai subjek bersifat "I" dan diri sebagai objek bersifat "Me". Informan menjadi diri yang berbeda. Jika pada *first account* yang ia berperan sebagai "I", informan berusaha menjadi orang yang sempurna untuk memenuhi standarisasi orang lain. Sedangkan pada *second account* yang ia berperan sebagai "Me", informan lebih leluasa untuk menunjukkan jati dirinya, pengguna merasa nyaman ketika menjadi dirinya apa adanya. Tanpa memikirkan penilaian dan persepsi orang terhadap dirinya. Pengaruh audience maupun followers yang menjadi *significant others* dapat memberikan pengaruh yang kuat terkait terhadap bagaimana informan mengelola akun instagram yang di milikinya. Adanya komentar, dukungan, pujian, penerimaan yang di berikan oleh audience ataupun followers pada *second account* membuat informan merasa nyaman ketika mengunggah hal-hal yang bersifat privasi maupun konten-konten yang bersifat profesional. Sehingga, hal ini bukan merupakan proses satu arah, melainkan dua arah. Rekomendasi saran pada penelitian ini dengan harapan dapat dijadikan sebagai bahan referensi ataupun dapat dikelola serta dimanfaatkan dengan sebaik mungkin sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Selain itu peneliti juga menyarankan agar pada penelitian selanjutnya dapat memilih objek penelitian yang lebih beragam seperti halnya dari berbagai kalangan atau latar belakang yang variatif dengan menggunakan teori interaksi simbolik George Herbert Mead bisa menjadi suatu tradisi teori komunikasi untuk lebih efektif sebagai saat melakukan peneliti yang serupa yaitu tentang fenomena dan untuk mengupas makna dari suatu fenomena sosial.

Daftar Pustaka

- Alam, S. (2019). *Munculnya Fenomena Second Account pada Media Sosial*.
<https://aeramu.medium.com/munculnya-fenomena-second-account-pada-media-sosial-sebagai-tanda-berkembangnya-alter-ego-di-9f135acf5b6a>
- Bahar, A. (2018). *Survei: 46% Remaja Punya Lebih dari Satu Akun Instagram Pribadi, Kebanyakan Nggak Ngungkap Identitas Asli. Apa Alasannya?* HAI Grid.
<https://hai.grid.id/read/07610011/survei-46-remaja-punya-lebih-dari-satu-akun-instagram-pribadi-kebanyakan-nggak-ngungkap-identitas-asli-apa-alasannya?page=all>
- Ferlitasari, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1, 61–72.
<http://repository.radenintan.ac.id/4221/1/SKRIPSI.pdf>
- Fridha, M. (n.d.). *KONSTRUKSI MAKNA KENCAN DI SITUS PENCARIAN JODOH TINDER (Studi Fenomenologi Pada Pria Pengguna Tinder Di Jakarta)*.
- Lidwina, A. (2020). *Rata-rata Setiap Orang Indonesia Punya 10-11 Akun Media Sosial*. Kata Data. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/25/rata-rata-setiap-orang-indonesia-punya-10-11-akun-media-sosial>

- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (40th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Muhid, A. & W. E. W. (2020). *Interaksi Simbolik (Teori & Aplikasi dalam Penelitian Pendidikan dan Psikologi)* (1st ed.). Madani.
- Nainggolan, V., Randonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 7(4), 1–15.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312.
<https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Romadhan, M. I., Sri, D., & Rusmana, A. (2017). *Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat*. 85–90.
- Suyono, S. (2020). Peran Media Sosial dalam Transformasi Budaya Pandhalungan. *Representamen*, 6(02), 50–58. <https://doi.org/10.30996/representamen.v6i02.4266>