

Analisis Perilaku Mahasiswa FISIP UNSOED Angkatan 2021-2023 Pemilik *Second Account* Instagram

Ajeng Kurnia Nur Azizah, Yesi Kurniasih, Hidayati Purnama, Sentot Satrio Wibisono, Mareta Aura Najwa Camila, Syaimaa' Nadiya Sukmadewi, Soetji Lestari

Program Studi S1 Sosiologi FISIP Unsoed
Universitas Jenderal Soedirman

ajeng.azizah@mhs.unsoed.ac.id, yesi.kurniasih@mhs.unsoed.ac.id, hidayati.purnama@mhs.unsoed.ac.id,
sentot.wibisono@mhs.unsoed.ac.id, mareta.camila@mhs.unsoed.ac.id, syaimaa.sukmadewi@mhs.unsoed.ac.id,
soetji.lestari@unsoed.ac.id

ABSTRAK

Instagram pertama kali muncul pada tahun 2010 dan seiring berjalannya waktu, instagram memiliki pengguna yang semakin banyak. Fenomena yang menarik di Instagram adalah bagaimana pengguna berinteraksi dengan akun yang berbeda. Instagram digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan eksistensi penggunanya. Banyak pengguna instagram khususnya mahasiswa yang memiliki lebih dari satu akun instagram. Pada akun pertama pengguna lebih cenderung mengunggah hal-hal yang membangun personal branding mereka sesuai dengan keinginan mereka untuk dilihat oleh orang lain. Sebaliknya, akun kedua cenderung membagikan sesuatu yang bersifat lebih privasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif komparatif dengan menggunakan metode pengumpulan data survei melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui Google Form. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan perilaku pada akun pertama dan akun kedua instagram mahasiswa FISIP angkatan 2021-2023 Universitas Jenderal Soedirman. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan perilaku seperti jumlah pengikut pada akun pertama dan kedua, konten yang paling sering dibagikan pada akun pertama dan kedua, serta alasan memiliki akun instagram pertama dan kedua. Perbedaan tersebut disebabkan mahasiswa FISIP Universitas Jenderal Soedirman angkatan 2021-2023 memilih akun kedua untuk menjaga privasinya dari publik. Sedangkan, pada akun pertama instagram cenderung digunakan untuk menjaga citra baik mereka dalam menggunakan instagram.

Kata Kunci: Akun kedua, Instagram, Mahasiswa

ABSTRACT

Instagram first appeared in 2010, and as time goes by, it has more and more users. An interesting phenomenon on Instagram is how users interact with different accounts. Instagram is used as a medium to express themselves and show the existence of its users. Many Instagram users, especially students, have more than one Instagram account. On the first account, users are more likely to upload things that build their personal branding according to their desire to be seen by others. Conversely, the second account tends to share something that is more private. The method used in this research is comparative quantitative using survey data collection methods through distributing questionnaires online via Google Form. The purpose of this study is to determine the differences in behavior on the first account and the second account of Instagram among FISIP students in the class of 2021-2023 at Jenderal Sudirman University. The results showed differences in behavior, such as the number of followers on the first and second accounts, the content most often shared on the first and second accounts, and the reasons for having the first and second Instagram accounts. This difference is due to the 2021-2023 generation of FISIP Universitas Jenderal Soedirman students choosing a second account to maintain their privacy from the public. Meanwhile, the first account tends to be used to maintain their good image in using Instagram.

Keywords : *Second account, Instagram, Student*

1. PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir, penggunaan media sosial telah mengalami pertumbuhan pesat. Berbagai *platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Berkembangnya teknologi internet telah mengubah metode interaksi antar individu, baik dalam hal informasi maupun komunikasi. Adanya internet saat ini semakin memudahkan penggunaannya. Berkembangnya internet pada tahun 1990an menjadi salah satu faktor pendorong berkembangnya era teknologi informasi dan komunikasi yang terus berlanjut hingga saat ini, menjadikan internet dahulu sangat berbeda dengan cara berkomunikasi dengan masyarakat saat ini bersama-sama juga terus berkembang sesuai teknologi yang ada (Ghobadi, 2013). Adanya internet memudahkan masyarakat dapat mencari informasi dan hiburan dari seluruh dunia. Internet terutama media sosial memegang peranan penting karena cara untuk mengekspresikan diri

penggunanya.

Salah satu media sosial populer dan banyak digunakan untuk mengekspresikan diri saat ini adalah Instagram. Indonesia sendiri menurut Cindy M. A. (2023) pada awal tahun 2023 menduduki peringkat empat dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia sebesar 89,15 juta pengguna. Instagram muncul pada tahun 2010 dan seiring berjalannya waktu Instagram memiliki pengguna yang semakin banyak. Mengingat banyaknya pengguna Instagram di Indonesia, Instagram menjadi salah satu pelopor dari adanya fenomena pembuatan *second account* yang biasa digunakan oleh Generasi Z. *Second account* merupakan akun yang sering digunakan oleh pengguna media Instagram untuk membagikan konten yang berhubungan diri sendiri dan dijadikan sebagai tempat oleh para pengguna untuk membatasi lingkungannya, sedangkan *first account* merupakan akun yang digunakan oleh pemiliknya untuk mengungkapkan diri mereka dan terbuka kepada umum. Fenomena yang menarik untuk dipelajari tentang Instagram adalah bagaimana pengguna berinteraksi dan menangani akunnya secara berbeda.

Instagram digunakan sebagai media untuk merepresentasikan dirinya atau menunjukkan eksistensi penggunanya. Oleh karena itu, apa yang ditampilkan di Instagram merupakan sebuah identitas yang mungkin benar-benar mewakili penggunanya di dunia nyata. Di sisi lain, pengguna Instagram juga dapat mengkonstruksi perilaku yang benar-benar berbeda dengan identitas aslinya. Perilaku merupakan seperangkat perbuatan atau tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu dan kemudian dijadikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini (Arthini, 2019). Cara manusia berperilaku pada dasarnya adalah kegiatan yang dapat diamati dan tidak diamati oleh hubungan manusia dengan keadaannya saat ini yang muncul sebagai informasi, perspektif, dan aktivitas. Mereka juga mengekspresikan atau menonjolkan identitas yang berbeda-beda, tergantung motivasinya masing-masing.

Pengikut pada akun pertama dan akun kedua memiliki perbedaan dari segi angka dan siapa saja pengikutnya. Pada akun pertama biasanya digunakan sebagai akun utama yang dapat dilihat oleh siapapun baik teman, keluarga, dan orang baru dikenal, sedangkan pada akun kedua biasanya hanya orang tertentu saja yang diizinkan untuk mengikuti. Seperti teman yang sudah sangat dekat, sahabat, ataupun kekasih. Meski Instagram telah memiliki fitur *close friends*, namun fitur tersebut hanya sebatas pada cerita Instagram saja, tidak menutup kemungkinan dari sinilah para pengguna akun kedua merasa membutuhkan tempat khusus yang hanya untuk orang-orang terdekatnya saja.

Generasi Z terutama mahasiswa seringkali memiliki akun kedua di berbagai *platform online* karena berbagai alasan yang bervariasi. Misalnya untuk menjaga privasi individu tersebut, menunjukkan sisi lain dari individu, membuka akun bisnis, atau bahkan ada mahasiswa yang membuat akun kedua hanya semata-mata FOMO atau *Fear of Missing Out*. Pada media sosial tentunya para pengguna berinteraksi dengan konten postingan yang dibagikan. Interaksi ini contohnya seperti adanya aktivitas menyukai, berkomentar, membalas cerita, dan memposting ulang cerita. Jumlah suka dan komentar di setiap postingan memperlihatkan seberapa banyak orang memiliki ketertarikan pada atau bahkan menyuarakan ketidaksukaannya pada konten tersebut. Tidak heran banyak pengguna memilih membuat akun kedua untuk menghindari *like* atau *comment* dari pengguna lain.

Sejak berdirinya Instagram pada hingga bulan september tahun 2023 terdapat lebih dari 50 miliar gambar dan video yang telah dibagikan oleh para penggunanya. Terdapat 1.074 gambar yang telah diunggah di Instagram setiap detik (Matt Ahlgren, 2023). Disebutkan di atas bahwa pada umumnya banyak pengguna Instagram yang memiliki dua akun atau bahkan lebih. Pada akun yang menjadi akun utamanya pengguna lebih sering mengunggah sesuatu yang membangun personal branding bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain, sedangkan pada *second account* mereka cenderung membagikan sesuatu yang menggambarkan diri mereka sebenarnya. Dari akun-akun tersebut maka konten-konten yang dibagikan oleh seorang individu berbeda di setiap akunnya.

Kepunyaan akun kedua Instagram menjadi permasalahan karena dapat dimaknai sebagai bentuk dari *performance self* atau *self-presentation*. *Performance self* adalah konsep diri yang ditampilkan oleh individu kepada orang lain, yang dapat berbeda dari konsep diri sebenarnya.

Misalnya, seorang individu mungkin menampilkan dirinya sebagai orang yang ceria dan bahagia di akun Instagram pertamanya, tetapi menampilkan dirinya sebagai orang yang serius dan profesional di akun Instagram kedua. Perbedaan ini dapat menimbulkan masalah dalam hubungan sosial individu, karena individu mungkin merasa sulit untuk menjaga konsistensi antara *performance self* yang ditampilkannya di depan orang yang berbeda.

Terdapat sejumlah penelitian yang telah meneliti fenomena *second account* di Instagram. Pada penelitian yang ditulis Permana et al., (2021) yang juga meneliti fenomena *second account*. Dalam penelitiannya tersebut, Ia mengkaji alasan-alasan pengguna para pengguna membuat dan menggunakan *second account* Instagram. Selain alasan-alasan penggunaan akun kedua, Permana juga menghimpun data kelompok jenis kelamin dan presentase usia pengguna Instagram untuk mendukung penelitiannya. Instagram digunakan sebagai media mempresentasikan diri untuk menunjukkan eksistensi penggunanya. Hal ini selaras dalam penelitian Budiani (2023) yang berjudul “Gambaran *Self disclosure* Pengguna *Second account* Instagram”. Dalam penelitiannya tersebut, menyebutkan bahwa Instagram sebagai sarana seseorang untuk membagikan informasi tentang dirinya kepada orang lain yang meliputi kegiatan, perilaku, perasaan, sikap, motivasi serta ide-ide yang dimiliki. Penelitian tersebut berusaha mengungkap bagaimana bentuk *self disclosure* atau pengungkapan diri pengguna Instagram terutama pada *second account*. Dari penelitian yang telah ada sebelumnya mengenai fenomena akun kedua Instagram membuat penulis memiliki keinginan untuk meneliti tentang bagaimana perilaku pemilik akun kedua tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif survei dengan kuesioner google *form* sebagai sumber data utama. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan. Penelitian ini menggunakan metode komparatif yaitu membandingkan antara variabel dengan variabel lainnya atau variabel yang sama tetapi pada dua sampel atau lebih atau dibandingkan dengan waktu yang berbeda (M. Anshori & S. Siswati, 2019). Populasi penelitian ini adalah mahasiswa FISIP Universitas Jenderal Soedirman angkatan 2021-2023 yang mempunyai akun pertama dan akun kedua Instagram. Jumlah sampel sebanyak 52 mahasiswa.

3. HASIL PEMBAHASAN

Instagram merupakan satu dari banyaknya jenis sosial media yang sering digunakan oleh masyarakat saat ini (Dewi & Janitra, 2018). Hal ini dikarenakan banyaknya fitur canggih yang dimilikinya salah satunya yaitu *multiple account*. Fitur ini pertama kali diluncurkan tahun 2016 bulan Februari. Adanya *multiple account* ini membuat pengguna bisa menggunakan lebih dari satu account dalam satu aplikasi Instagram. Sehingga, saat ini banyak masyarakat terutama Gen Z yang memiliki akun Instagram lebih dari satu dan biasa disebut *second account*. Setelah peneliti teliti, banyak alasan para pengguna *second account* Instagram untuk membuat akun tersebut. Fenomena sosial tersebut membuat penulis ingin meneliti lebih lanjut bagaimana perilaku para pemilik *second account* tersebut dan membandingkannya dengan *first account* Instagramnya. Peneliti ingin melihat apakah ada perbedaan yang terlihat dari satu pengguna yang sama dengan akun yang berbeda.

3.1 Jenis kelamin responden pemilik *second account* Instagram

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 52 mahasiswa FISIP Universitas Jenderal Soedirman angkatan 2021-2023 yang mempunyai *second account* Instagram. Kepemilikan *second account* Instagram didominasi perempuan khususnya di Indonesia. Hal tersebut seperti dilansir pada laman GNFI (Good News From Indonesia) menyebutkan bahwa pengguna didominasi oleh kaum perempuan dengan hasil 63 persen (Erniwati & Suldani, 2020). Secara umum, fenomena ini bukan hanya terjadi di kalangan mahasiswi FISIP Unsoed tetapi juga mencerminkan pola umum di masyarakat. Jenis kelamin responden penelitian, sebagai berikut:

Tabel. 1 Jenis kelamin responden pemilik second account Instagram

Jenis kelamin	Frekuensi	Persen (%)
Laki-laki	8	15,4
Perempuan	44	84,6
Total	52	100

Sumber: data diolah

Dari tabel tersebut, terdapat delapan mahasiswa memiliki *second account* Instagram dengan persentase 15,4 persen, dan terdapat 44 mahasiswi memiliki *second account* dengan persentase 84,6 persen. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa *second account* populer di kalangan perempuan dibanding dengan laki-laki. Penggunaan *second account* di kalangan perempuan tidak dapat dipungkiri dari perilaku perempuan itu sendiri. Perilaku ini didasarkan salah satunya dari alasan yang menyertai perempuan banyak memiliki *second account* Instagram.

3.2 Lama responden memiliki *first account* dan *second account* Instagram

Sejak awal dirilis hingga sekarang Instagram telah mengalami beberapa perkembangan *update* fitur. Berdasarkan data dari Napoleon Cat, terdapat sekitar 97,17 juta pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Desember 2022. Angka ini mengalami kenaikan yang tipis sebesar 0,10 persen dibandingkan dengan bulan sebelumnya yang mencapai 97,07 juta pengguna (R.Mustajab, 2023). Jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya, terjadi peningkatan sebesar 5,01 persen dalam jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Desember 2022, mencapai 92,53 juta pengguna. Dalam melihat trennya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai puncaknya pada bulan Mei 2022 dengan mencapai 108,9 juta orang. Peningkatan jumlah pengguna tersebut dapat disebabkan oleh bertambahnya akun yang dimiliki oleh satu orang. Berikut data yang telah dihimpun untuk mendukung bertambahnya pengguna Instagram:

Tabel. 2 Lama responden memiliki *first account* dan *second account* Instagram

Lama memiliki fisrt account Imstagram	Frekuensi	Persen (%)	Lama memiliki second account Instagram	Frekuensi	Persen (%)
< 1 Tahun	2	3,8	< 1 Tahun	8	15,4
1 – 2 Tahun	2	3,8	1 – 2 Tahun	25	48,1
3 – 5 Tahun	22	42,3	3 – 5 Tahun	14	26,9
> 5 Tahun	26	50	> 5 Tahun	5	9,6
Total	52	100	Total	52	100

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel perbandingan yang sudah diolah ditemukan perbedaan lama orang menggunakan Instagram. Tabel dua menunjukkan adanya perbedaan frekuensi penggunaan Instagram yang ditentukan dari lama memiliki *first account* dan *second account*. Jumlah pengguna *first account* memiliki frekuensi lebih dari lima tahun, sedangkan pengguna *second account* baru sekitar 1-2 tahun. Perbedaan frekuensi tersebut dipengaruhi oleh munculnya fitur *multiple account* yang baru dirilis pada tahun 2016. Perilisan fitur *multiple account* di Instagram mendapat perhatian seluruh masyarakat, khususnya pengguna Instagram. Walaupun demikian fenomena memiliki *second account* baru populer beberapa tahun terakhir. Kepopuleran memiliki *second account* Instagram terlihat dalam tabel yang menunjukkan pemerataan bahwa masing-masing dari responden

merupakan pemilik *second account*. Hal tersebut lantaran terjadi perubahan dalam setiap fenomena, sehingga mempengaruhi cara untuk terus diikuti oleh masyarakat. Salah satunya yaitu dalam kepemilikan jumlah akun Instagram yang digunakan dengan berbagai alasan dari para pengguna. Alasan tersebut didasarkan dari perbedaan jumlah pengikut yang berada di *first account* dan *second account*. Tabel dalam sub bab selanjutnya menunjukkan adanya perbedaan jumlah pengikut *first account* dan *second account*.

3.3 Jumlah pengikut *first account* dan *second account* Instagram responden

Following atau pengikut Instagram merupakan hal yang ramai diperbincangkan para penggunanya. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya pengikut maka pengguna tersebut dianggap sebagai selebriti Instagram. Oleh karena itu banyak pengguna yang membuat *second account* agar lebih leluasa dalam mengekspresikan diri. Penulis berhasil menghimpun data dari sampel untuk mengetahui berapa jumlah pengikut di *first account* dan *second account* Instagram mahasiswa FISIP Unsoed, sebagai berikut:

Tabel.3 Jumlah pengikut *first account* dan *second account* Instagram responden

Jumlah pengikut <i>first account</i> Instagram	Frekuensi	Persen (%)	Jumlah pengikut <i>second account</i> Instagram	Frekuensi	Persen (%)
< 100	1	1,9	< 100	35	67,3
100 – 200	4	7,7	101-200	12	23
201 – 300	4	7,7	201-300	3	5,8
301 – 400	4	7,7	301-400	1	1,9
> 400	39	75	>400	1	1,9
Total	52	100	Total	52	100

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel tiga yang sudah penulis olah menunjukkan adanya perbedaan frekuensi antara jumlah pengikut pada *first account* dan *second account* Instagram. Sebanyak 39 responden mengatakan bahwa pengikut pada *first account* Instagramnya adalah lebih dari 400 pengikut di setiap akunnya, sedangkan pada *second account* rata-rata responden mengatakan jumlah pengikut pada *second account* lebih sedikit yaitu kurang dari 100 pengikut. Perbedaan frekuensi tersebut dipengaruhi oleh mayoritas pengguna *second account* yang mengunci akun tersebut, sehingga tidak banyak orang tahu mengenai *second account* pengguna. Banyak juga dari pengguna *second account* yang tidak menyebarluaskan terkait penggunaan *second account* miliknya karena alasan menjaga privasi dan hanya orang-orang terdekat yang tahu. Hal ini juga berkaitan dengan kriteria pemilik *second account* dalam memilih dan memilah pengikutnya untuk melihat apa saja yang diunggah di akun tersebut agar tidak menimbulkan kesalahpahaman karena si pemilik *second account* merasa percaya kepada para pengikut *second account* tersebut. (Budiani, A, N., et all., 2023)

3.4 Alasan responden memiliki *first account* dan *second account* Instagram

Instagram merupakan media sosial yang sering digunakan oleh generasi Z dalam mengekspresikan diri mereka. Instagram dapat dijadikan hobi oleh mereka dalam menggunakan media sosial. Sebagai tempat mengekspresikan diri, Instagram juga bisa menjadi tempat di mana mereka menjaga privasi ataupun mengungkapkan jati dirinya. Pada bagian ini, penulis berhasil menghimpun data dari *sample* untuk mengetahui apa alasan memiliki dua *account* pada Instagram, sebagai berikut:

Tabel.4 Alasan responden memiliki *first account* dan *second account* Instagram

Alasan memiliki first account Instagram	Frekuensi	Persen (%)	Alasan memiliki second account Instagram	Frekuensi	Persen (%)
Fomo	10	19,2	Fomo	5	9,6
Menjaga privasi	5	9,6	Menjaga privasi	37	71,2
Hobi	14	26,9	Hobi	3	5,8
Pekerjaan	11	21,2	Pekerjaan	1	1,9
Hiburan	11	21,2	Hiburan	5	9,6
Tidak ada alasan	1	1,9	Tidak ada alasan	1	1,9
Total	52	100	Total	52	100

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel perbandingan yang sudah diolah tersebut ditemukan perbedaan alasan menggunakan akun Instagram. Tabel di atas menunjukkan adanya perbedaan alasan seseorang pada penggunaan *first account* dan *second account* Instagram. Alasan pada *first account* memiliki frekuensi terbanyak mengarah pada hobi di dengan responden sebesar 14 mahasiswa dengan persentase 26,9 persen, sedangkan alasan pada *second account* lebih mengarah pada menjaga privasi dengan 37 responden dengan presentase 71,2 persen. Perbedaan frekuensi tersebut dipengaruhi oleh alasan yang membuat pemilik akun memiliki *first account* ataupun *second account*. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2021-2023 cenderung memilih *second account* untuk menjaga privasi mereka dari khalayak, sedangkan di *first account* cenderung dijadikan sebagai hobi mereka dalam menggunakan Instagram. Penggunaan *second account* Instagram biasanya dijadikan sebagai tempat untuk pemilik akun mengekspresikan dirinya sesuai dengan lingkungan dan kondisinya sendiri. Menurut Kang et al., (2020) *second account* merupakan akun yang digunakan untuk membagikan postingan di luar *first account*, dan biasanya digunakan untuk menjalin hubungan sosial dengan pengguna akun lainnya. Pada akun kedua para pengguna juga dapat memilih siapa saja yang boleh mengikuti akun kedua ini, dan pemilik Instagram akun kedua biasanya juga menyembunyikan identitas aslinya dari pengguna Instagram yang lainnya. Artinya di akun kedua ini pengguna Instagram akan lebih bebas mengekspresikan dirinya dan juga dapat menjaga privasinya.

3.5 Respon responden pada *first account* dan *second account* Instagram

Sebagai pengguna Instagram tentunya tidak asing dengan kata menyukai, komentar, membalas cerita, dan posting ulang. Empat hal tersebut merupakan salah satu fitur utama dari Instagram selain mengunggah foto atau video. Namun, dengan adanya fenomena kepemilikan *second account* respon yang diberikan juga berbeda antara *first account* dan *second account*. Maka dari itu pada bagian ini, penulis berhasil menghimpun data dari sampel untuk mengetahui apa respon yang paling sering responden lakukan di *first account* dan *second account* Instagram mereka, datanya sebagai berikut:

Tabel.5 Respon pada *first account* dan *second account* Instagram reponden

Respon di first account Instagram	Frekuensi	Persen (%)	Respon di second account Instagram	Frekuensi	Persen (%)
Menyukai postingan Instagram	39	75	Menyukai postingan Instagram	16	30,8
Komentar postingan instagram	1	1,9	Komentar postingan instagram	3	5,8
Membalas cerita Instagram	2	3,8	Membalas cerita Instagram	11	21,2
Memposting ulang Instagram	10	19,2	Memposting ulang Instagram	22	42,3
Total	52	100	Total	52	100

Sumber: data diolah

Tabel lima menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara respon pada *first account* dan *second account*. Pada *first account* respon yang sering dilakukan responden yaitu menyukai postingan Instagram dengan presentase sebesar 75 persen, sedangkan pada *second account* respon yang sering dilakukan responden yaitu posting ulang cerita Instagram dengan presentase sebesar 42,3 persen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2021-2023 cenderung memilih untuk membagikan cerita-cerita yang lebih spesifik atau bersifat pribadi pada *second account* daripada pada *first account*. *First account* biasanya digunakan untuk membangun citra dan menunjukkan bentuk kehormatan dan penghargaan terhadap orang lain. Seperti yang diungkapkan oleh E. Prihantoro., et al, (2020) yaitu keterbukaan diri di *platform* media sosial perlu diatur dengan bijak agar tidak menimbulkan risiko bagi diri sendiri dan mungkin mengganggu orang lain.

3.6 Konten pada *first account* dan *second account* Instagram responden

Instagram adalah *platform* media sosial yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video, serta merekam momen aktivitas melalui konten visual. Di Instagram, individu dapat mengekspresikan kreativitas mereka melalui gambar dan video, dengan upaya menciptakan konten menarik untuk menarik perhatian pengikutnya dan mendapatkan respon positif dalam bentuk suka atau komentar. Sebagai tempat kebebasan, Instagram memiliki peran penting sebagai wadah bagi pengguna untuk mengungkapkan diri. Pada bagian ini, penulis berhasil menghimpun data dari sampel untuk mengetahui apa respon yang paling sering responden lakukan pada *first account* dan *second account* Instagram mereka, sebagai berikut:

Tabel.6 Konten pada *first account* dan *second account* Instagram responden

Konten di first account Instagram	Frekuensi	Persen (%)	Konten di second account Instagram	Frekuensi	Persen (%)
Konten hiburan	44	84,6	Konten hiburan	15	28,8
Konten komedi	3	5,8	Konten komedi	8	15,4
Konten keluh kesah	2	3,8	Konten keluh kesah	25	48,1

Konten beropini	2	3,8	Konten beropini	2	3,8
Konten agama	1	1,9	Konten pekerjaan	2	3,8
Total	52	100	Total	52	100

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel perbandingan yang sudah penulis olah ditemukan perbedaan konten yang paling sering dibagikan di Instagram. Beragam konten ditemukan di Instagram seperti foto pribadi, kuliner, seni, hingga untuk pekerjaan yang diunggah melalui fitur termasuk Instagram *stories*, *feed*, dan *reels*. Berdasarkan tabel enam, perbedaan terlihat pada *first account* konten paling sering dibagikan adalah konten hiburan yang di dalamnya termasuk unggah kegiatan sehari-hari dengan frekuensi sebesar 44 responden. Sedangkan konten yang paling sering dibagikan di *second account* adalah konten keluh kesah dengan frekuensi 25 responden. Adanya perbedaan tersebut dikarenakan *second account* Instagram memberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri dengan lebih bebas. Mengungkapkan bahwa *second account* yang sifatnya privasi, dijadikan sebagai ruang untuk mengekspresikan diri tanpa adanya rasa khawatir (Mustajab, R. 2022). Akun kedua digunakan sebagai tempat penyimpanan konten atau sebagai album digital yang lebih personal.

3.7 Lama aktivitas responden pada *first account* dan *second account* Instagram

Lama aktivitas yang dihabiskan oleh para responden dapat menunjukkan berbagai makna. Oleh karena itu, merupakan hal yang cukup menarik untuk mencari tahu berapa lama aktivitas yang dilakukan oleh mereka pada akun Instagram-nya. Pada bagian ini, penulis berhasil menghimpun data dari responden untuk mengetahui lama aktivitas pada *first account* dan *second account* Instagram mereka, sebagai berikut:

Tabel.7 Lama aktivitas responden pada *first account* dan *second account* Instagram

Lama aktivitas di <i>first account</i> Instagram	Frekuensi	Persen (%)	Lama aktivitas di <i>second account</i> Instagram	Frekuensi	Persen (%)
<1 jam	22	42,3	<1 jam	15	28,8
1-3 jam	20	38,5	1-3 jam	19	36,5
3-5 jam	5	9,6	3-5 jam	8	15,4
5-8 jam	4	7,7	5-8 jam	8	15,4
>8 jam	1	1,9	>8 jam	2	3,8
Total	52	100	Total	52	100

Sumber: data diolah

Pada tabel tujuh menunjukkan berapa lama waktu yang dihabiskan pada akun *first* dan *second* Instagram mereka. Hasil data yang berhasil penulis himpun pada survei cukup menarik. Data tersebut justru menunjukkan sebagian besar responden cenderung menghabiskan waktunya lebih banyak untuk beraktivitas di *second account* mereka dibandingkan pada *first account*-nya. Frekuensi terbanyak pada *first account* sebesar 42 persen responden beraktivitas pada *first account*-nya kurang dari satu jam sedangkan pada *second account* frekuensi terbanyak pada satu sampai tiga jam sebesar 19 persen. Hal yang cukup unik ini terjadi pada data *second account* yang menunjukkan persebaran yang cukup merata dibandingkan pada data *first account*.

Sejalan dengan teori dramaturgi, pembagian panggung depan dan belakang tidak hanya terjadi di dunia nyata namun terjadi juga di media sosial khususnya Instagram ini (R. Dewi & P. A. Janitra, 2018). Dapat dianalogikan bahwa *first account* sebagai *front stage* dan *second account* sebagai *backstage*. Dari hasil survei menunjukkan responden cenderung lebih lama menghabiskan di *backstage*-nya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan mereka dapat dengan bebas mengekspresikan

dirinya di *backstage* dan melepaskan beban peran yang mengikat dirinya pada *front stage*. Hal ini dapat disebut zona nyaman yang menyebabkan individu cenderung lebih suka menghabiskan waktu lebih lama di sana. Bahkan data menunjukkan terdapat lima responden yang menghabiskan waktu lima sampai delapan jam dan dua responden yang menghabiskan waktunya lebih dari delapan jam pada *second account* Instagramnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari data yang telah diolah tentang perilaku pemilik *second account* Instagram mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2021-2023, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, pemilik *second account* Instagram berdasarkan data yang telah diolah cenderung adalah mahasiswi. Kedua, terdapat perbedaan lama kepemilikan akun yaitu kebanyakan mahasiswa sudah memiliki *first account* Instagram sejak lebih dari lima tahun yang lalu, sedangkan kebanyakan mahasiswa baru memiliki *second account* pada satu sampai dua tahun terakhir. Ketiga, terdapat perbedaan jumlah pengikut pada *first account* dan *second account* mahasiswa yaitu, banyak mahasiswa yang memiliki pengikut lebih dari empat ratus pada *first account* mereka, sedangkan pada *second account* mahasiswa cenderung memiliki pengikut kurang dari seratus. Keempat, terdapat perbedaan alasan mahasiswa dalam penggunaan kedua akun tersebut yaitu, *first account* paling banyak digunakan sebagai tempat untuk hobi sedangkan pada *second account* lebih dari lima puluh persen mahasiswa memilih menggunakannya sebagai tempat untuk menjaga privasi. Kelima, terdapat perbedaan respon yang sering dilakukan pada kedua akun, *first account* lebih banyak digunakan untuk merespon suka sedangkan *second account* lebih sering digunakan untuk posting ulang cerita. Keenam, terdapat perbedaan konten yang dibagikan yaitu, pada *first account* lebih banyak untuk membagikan konten hiburan sedangkan pada *second account* lebih banyak untuk digunakan untuk membagikan konten keluh kesah. Terakhir yaitu terdapat perbedaan pula pada lama aktivitas *online* pada kedua akun, mahasiswa hanya menghabiskan waktu kurang dari sejam saat menggunakan *first account* mereka sedangkan, pada *second account* mahasiswa menghabiskan waktu satu sampai tiga jam.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. 2023, May 4. *Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia*. Databoks. Retrieved November 26, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Anshori, M., & Iswati, S. 2019. *Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1*. Airlangga University Press.
- Ardiesty, M.T., Arindawati, W., Nayiroh, L.2022. Motif dan Makna Second Account Instagram Bagi Mahasiswa di Kota Karawang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu pengetahuan Sosial*, 9(8), 3118-3126.
- Arthini, Ni Wayan Dewi. 2019 Keterampilan Menyikat Gigi Sebelum Dan Sesudah Penyuluhan Kesehatan Gigi Dan Mulut Di Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung Tahun 2019 (Study ini dilakukan pada siswa kelas IV dan V SDN 4 Pendarungan) (Doctoral dissertation, POLTEKKES KEMENKES DENPASAR).
- Budiani, A. N., Fauzi, F., Bantar, G. Y., & Vioga, M. 2023. Gambaran *Self disclosure* Pengguna *Second account* Instagram (Studi Fenomenologi *Self disclosure* Pengguna *Second account* Instagram Pada Dewasa Awal). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17238-17243.
- Dewi, R., & Janitra, P. A. 2018. Dramaturgi dalam media sosial: Second account di Instagram sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 7(1), 340-347.

- Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, Noviawan Rasyid Ohorella. 2020. *Self Disclosure* Generasi Milenial melalui *Second Account* Instagram. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/3919/3165>
- Erniwati, E., & Suldani, M. R. Y. 2020. Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 330-340.
- Enterprise, J. 2021. *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis*. Elex Media Komputindo.
- Ghobadi, G. (Ed.). 2013. —Sejarah dan Perkembangan Internet di Indonesia. *Microsost Word* 5, 2, 70
- Kang, Jin, and Lewen Wei. 2020. “Let Me Be at My Funniest: Instagram Users’ Motivations for Using Finsta (a.k.a., Fake Instagram).” *Social Science Journal* 57(1):58–71. doi: 10.1016/j.soscij.2018.12.005.
- Matt Ahlgren. 2023, September 28. *40+ INSTAGRAM STATISTICS, FACTS & TRENDS FOR 2023*. Retrieved from <https://www.websiterating.com/research/instagram-statistics/>
- Mustajab, R. 2023, Januari 31. *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022*. DataIndonesia.Id. <https://DataIndonesia.Id>
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. 2021. Analisis perilaku pengguna akun kedua di media sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195-1204.
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. 2020. *Self disclosure* generasi milenial melalui *second account* Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312-323.