

PENGUNAAN *SECONDARY ACCOUNT* DI INSTAGRAM PADA GENERASI MILENIAL USIA 18-24 TAHUN

(Studi Deskriptif tentang Faktor-Faktor yang Menentukan Penggunaan *Secondary Account* di Instagram pada Kalangan Mahasiswa Generasi Milenial Usia 18-24 Tahun di Wilayah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Politik

Oleh:

Arwina Merizkawati

D0215019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGUNAAN *SECONDARY ACCOUNT* DI INSTAGRAM PADA GENERASI MILENIAL USIA 18-24 TAHUN

(Studi Deskriptif tentang Faktor-Faktor yang Menentukan Penggunaan *Secondary Account* di Instagram pada Kalangan Mahasiswa Generasi Milenial Usia 18-24 Tahun di Wilayah Surakarta)

Disusun Oleh:

Arwina Merizkawati

D0215019

Disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret

Surakarta,

Pembimbing



Nora Nailul Amal, S.Sos., M.LMed.Hons

NIP. 19810429 200501 2 001

LEMBAR PENGESAHAN**PENGUNAAN *SECONDARY ACCOUNT* DI INSTAGRAM PADA
GENERASI MILENIAL USIA 18-24 TAHUN**

(Studi Deskriptif tentang Faktor-Faktor yang Menentukan Penggunaan *Secondary Account* di Instagram pada Kalangan Mahasiswa Generasi Milenial Usia 18-24 Tahun di Wilayah Surakarta)

Disusun Oleh:
Arwina Merizkawati
D0215019

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi
pada hari tanggal:
dan dinyatakan telah memenuhi syarat oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial
dan Politik Universitas Sebelas Maret.
Tim Penguji Skripsi:

1. Tanti Hermawati, S.Sos., M.Si
NIP. 19690207 199512 2 001
Ketua/Penguji I

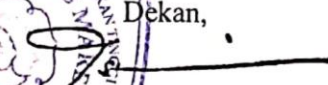
(.....)

2. Likha Sari Anggreni, S.Sos., M.Soc.Sc
NIP. 19860226 201404 2 001
Sekretaris/Penguji II

(.....)

3. Nora Nailul Amal, S.Sos., M.LMEd.Hons
NIP. 19810429 200501 2 001
Pembimbing/Penguji III

(.....)

Surakarta,
Universitas Sebelas Maret
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Dekan,

Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si.
NIP. 19610825 198601 2 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda-tangan di bawah ini saya:

Nama : Arwina Merizkawati

NIM : D0215019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan menyebut nama Tuhan Yang Maha Esa, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa skripsi saya berjudul: Penggunaan *Secondary Account* di Instagram Pada Generasi Milenial Usia 18-24 Tahun (Studi Deskriptif tentang Faktor-Faktor yang Menentukan Penggunaan *Second Account* di Instagram pada Kalangan Mahasiswa Generasi Milenial Usia 18-24 Tahun di Wilayah Surakarta), adalah karya skripsi otentik saya sendiri, yang belum pernah diajukan oleh peneliti lain, baik untuk memperoleh gelar kesarjanaan maupun dimuat dalam artikel di jurnal maupun di surat kabar.

Seluruh kutipan, pendapat, opini dan tulisan yang ada dalam skripsi ini selain pendapat saya sendiri, mencantumkan sumbernya secara lengkap dan bertanggung jawab.

Apabila kelak di kemudian hari, terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar, dan karya Skripsi/TA saya tidak otentik, maka saya bersedia menerima sanksi akademik apapun, sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Surakarta,

Yang menyatakan,



Arwina Merizkawati

D0215019

MOTTO

*“The gem cannot be polished with friction,
nor man perfected without trials.”—Chinese Proverbs*

*“Allah tidak membebani seseorang
melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”*

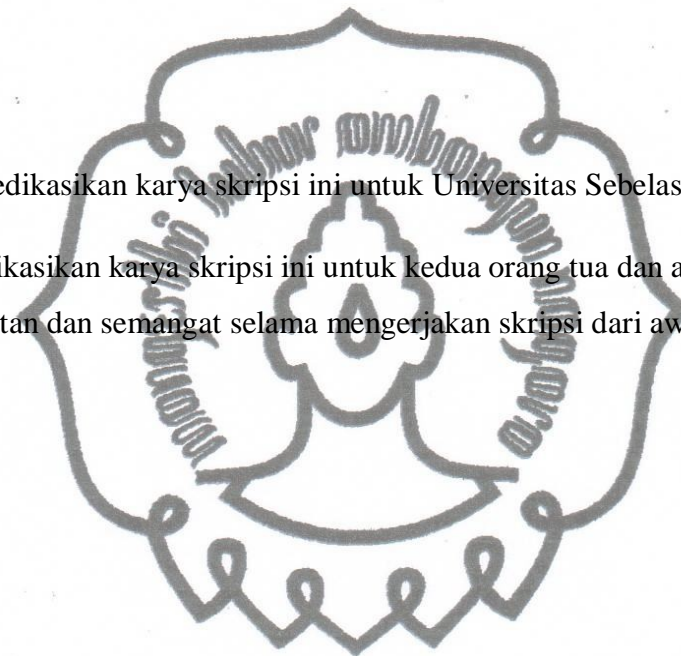
—Q.S Al-Baqarah: 286

*“Tidak ada orang tua yang tidak mendukung anaknya,
karena kesulitan yang dihadapi si anak
merupakan kesulitan mereka pula”—Merizkawati*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya dedikasikan karya skripsi ini untuk Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Saya dedikasikan karya skripsi ini untuk kedua orang tua dan adik sebagai sumber kekuatan dan semangat selama mengerjakan skripsi dari awal hingga akhir.



KATA PENGANTAR

Pertama, penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Allah, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih sayang dan karunia-Nya, penulis diberikan kemampuan dan kesempatan untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa hanya dengan kodrat, irodad, dan pertolongan Allah Yang Maha Esa semata-mata penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Kedua, penulis menyadari sebagai manusia dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, bahwa dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini penulis dibantu oleh berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Namun secara khusus dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat yang setulus-tulusnya dan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Nora Nailul Amal, S.Sos., M.LMEd.Hons selaku Pembimbing Skripsi, yang senantiasa menuntun penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Tanti Hermawati, S.Sos., M.Si dan Ibu Likha Sari Anggreni, S.Sos., M.Soc.Sc selaku penguji Skripsi yang telah memberikan masukan dan koreksi yang berguna bagi perbaikan kepada penulis.
3. 4 responden pra-penelitian dan 50 responden penelitian yang telah berkontribusi bagi ketersediaan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi.
4. Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D
5. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si.
6. Rektor Universitas Sebelas Maret, Prof. Dr. Jamal Wiwoho, S.H., M.Hum.
7. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
8. Ucapan terimakasih secara khusus penulis sampaikan kepada adik tersayang yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
9. Ucapan terimakasih secara khusus penulis sampaikan kepada teman-teman yang telah memberikan doa dan *sharing* ilmu selama proses pengerjaan skripsi ini.

Semoga amal dan budi baik semua yang telah membantu dan memberikan doa, semangat, ilmu, serta dukungan kepada penulis mendapatkan balasan dari sisi Allah, Tuhan Yang Maha Esa. Kemudian, semoga hasil karya ini memenuhi harapan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, juga memberikan manfaat bagi diri penulis, pembaca, serta pemerhati masalah-masalah tentang penggunaan *secondary account* di Instagram. Aamiin.



Surakarta,

Penulis

Arwina Merizkawati

D0215019

ABSTRAK

Arwina Merizkawati. D0215019. Penggunaan *Secondary Account* di Instagram pada Generasi Milenial Usia 18-24 Tahun (Studi Deskriptif tentang Faktor-Faktor yang Menentukan Penggunaan *Secondary Account* di Instagram pada Kalangan Mahasiswa Generasi Milenial Usia 18-24 Tahun di Wilayah Surakarta). Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2019.

Kemajuan teknologi komunikasi melahirkan cara baru dalam bertukar pikiran yaitu melalui media sosial. Media sosial menjadikan komunikasi di seluruh dunia menjadi lebih mudah dan cepat. Salah satu media sosial tersebut adalah Instagram. Instagram merupakan *platform* yang memiliki tujuan utama untuk berbagi karya fotografi. Ketika berinteraksi, baik secara sadar maupun tidak, terdapat keinginan untuk mempresentasikan diri sebaik mungkin di hadapan orang lain. Hal inilah yang memicu munculnya *impression management* yang menimbulkan adanya citra diri di media sosial. Konsep ini pertama kali dikenalkan pada Teori Dramaturgi oleh Goffman pada 1959 yang berasal dari istilah dalam ilmu psikologi sosial yang memfokuskan tentang perilaku individu. *Impression management* berfokus pada mengontrol, mempengaruhi, dan mengubah persepsi orang lain. Maraknya kegiatan aktualisasi diri daripada berbagi hasil karya fotografi menimbulkan fenomena baru dalam penggunaan Instagram. Kemudian, munculah *secondary account* sebagai jalan pintas untuk menjaga citra diri di akun utama. Pada *secondary account* ini, penggunaanya bebas memilih *followers* dan hal apa saja yang ingin ditampilkan. Akun ini memungkinkan penggunaanya bertindak tanpa memandang citra di media sosial. Pengguna Instagram yang tidak memiliki *secondary account* akan menemui tantangan keterbatasan dalam berekspresi. Mereka dituntut untuk menjaga sebaik mungkin perilaku di dunia maya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang datanya diperoleh dari sampel populasi penelitian di lapangan yang dianalisis menggunakan metode statistika. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat perbedaan penggunaan antara akun utama sebagai *front stage* dengan *secondary account* sebagai *back stage* yang dimiliki oleh responden. Terdapat beberapa faktor yang menentukan penggunaan *secondary account* antara lain mengunggah foto/video dan hasil karya, mengikuti/menyalurkan hobi dan berkeluh kesah secara *online*, *content editing* pada unggahan akun utama, bersenang-senang dan mencari kepuasan bermedia sosial, *stalking* akun orang lain dan mengikuti akun idola, mengikuti/menyalurkan bisnis *online*, mengunggah konten *paid promote*, mencari informasi tentang beasiswa, melakukan kegiatan dakwah, dan menunjang aktivitas di akun utama.

Kata Kunci: Instagram, Aktualisasi Diri, Citra Diri, Teori Dramaturgi, *Impression Management*, *Secondary Account*

ABSTRACT

Arwina Merizkawati. D0215019. *The Use of Secondary Accounts on Instagram in Millennials Aged 18-24 Years (Descriptive Study of Factors that Determine the Use of Secondary Accounts on Instagram Among Millennials Generation Students Aged 18-24 Years in The Surakarta Region). Undergraduated Thesis. Communication Science Department. Faculty of Social and Political Science. Sebelas Maret University of Surakarta. 2019.*

In this modern era, obstacles in exchanging information have been helped by the existence of internet network technology. The progress of this communication technology has led to a new way of exchanging ideas, namely through social media. Social media makes communication around the world easier and faster. One of these social media is Instagram. Instagram is a platform that has the main goal to share the work of photography. When interacting, both consciously and unconsciously, there is a desire to present oneself as best as possible to other people. This is what triggers the emergence of impression management which creates an self-image on social media. This concept was first introduced in Dramaturgy Theory by Goffman in 1959 which comes from a term in social psychology that focuses on individual behavior. Impression management focuses on controlling, influencing, and changing the perception of others. The rise of self-actualization activities rather than sharing the work of photography creates a new phenomenon in the use of Instagram. Then, the secondary account preserve the self-image on the main account. On this secondary account, users are free to choose followers and what things they want to display. This account allows users to act regardless of image on social media. Instagram users who do not have a secondary account will have limitations in expression. They are required to maintain the best possible behavior in cyberspace. The research method used in this research is quantitative descriptive with purposive sampling technique. Quantitative descriptive research is the data from the sample population of the study in the source which is analyzed using statistical methods. This study found that there were differences in use between the main account as a front stage and the secondary account as the back stage owned by respondents. There are several factors that determine the use of secondary accounts, including uploading photos / videos and work, following / channeling hobbies and complaining online, having fun and looking for social media satisfaction, stalking other people's accounts and following idol account, participating / channeling online business, uploading paid promoting content, finding information about scholarships, carrying out missionary activities, and supporting activities on the main account.

Keywords: *Instagram, Self Actualization, Self-Image, Dramaturgy Theory, Impression Management, Secondary Account*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kajian Teori	13
1.6 Kerangka Berpikir	17

1.7	Tinjauan Pustaka	18
1.	Komunikasi	18
2.	Media Baru	21
3.	Media Sosial	21
4.	<i>Media Use</i>	23
5.	Presentasi Diri di Media Sosial	26
1.8	Penelitian Terdahulu	29
1.9	Definisi Konsep	32
1.10	Definisi Operasional	33
1.11	Metode Penelitian	36
1.	Jenis Penelitian	36
2.	Objek dan Waktu Penelitian	37
3.	Teknik Pengambilan Sampel	38
4.	Sumber Data	39
5.	Teknik Pengumpulan Data	40
6.	Teknik Analisis Data	40
II.	DESKRIPSI LOKASI	42
2.1	Sejarah Instagram	42
2.2	Fitur-Fitur Instagram	49
2.3	Pengguna Instagram	51
2.4	Cara Menggunakan Instagram	52

III. SAJIAN, ANALISIS DATA, DAN PEMBAHASAN	55
3.1 Sajian Data	56
3.2 Analisis Data	58
1. Penggunaan Masing-Masing Akun Instagram	58
2. Identitas yang Digunakan pada <i>Second Account</i> Instagram	67
3. Cara Menanamkan <i>Image</i> pada Akun Utama	68
4. Keberadaan <i>Secondary Account</i> Untuk Orang Lain	71
5. <i>Impression Management</i> pada Akun Utama	74
3.3 Pembahasan	75
1. <i>Self</i> di Instagram	75
2. Faktor yang Menentukan Penggunaan Akun Instagram	77
3. Kontribusi Teori Dramaturgi dalam Penelitian	83
IV. PENUTUP	86
4.1 Simpulan	86
4.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

1.1	Deskripsi Operasional	33
3.1	Usia Responden Pengguna Instagram Aktif 18-24 Tahun	56
3.2	Penggunaan Masing-Masing Akun Instagram	57
3.3	Durasi Mengakses Instagram dalam Sehari	57
3.4	Penggunaan Akun Utama	58
3.5	Penggunaan <i>Secondary Account</i> Pertama	60
3.6	Penggunaan <i>Secondary Account</i> Kedua	63
3.7	Penggunaan <i>Secondary Account</i> Ketiga	65
3.8	Alasan Pembuatan Masing-Masing Akun Instagram	66
3.9	Penggunaan Identitas Samaran di <i>Secondary Account</i> Instagram	67
3.10	<i>Image</i> yang Ingin Ditampilkan pada Akun Utama	68
3.11	Cara Penanaman <i>Image</i> di Akun Utama	70
3.12	Keberadaan <i>Secondary Account</i> Untuk Orang Lain	71
3.13	Alasan Pemilihan <i>Follower</i> di <i>Secondary Account</i>	71
3.14	<i>Content Editing</i> pada Akun Utama	74

DAFTAR GAMBAR

1.1	Data Tren Internet dan Media Sosial 2019 di Indonesia	3
1.2	Data 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif Instagram Terbesar	6
1.3	Bagan Kerangka Berpikir	17
1.4	Waktu Penggunaan Media 2019 di Indonesia menurut Hootsuite	25
2.1	Logo Aplikasi Instagram Pertama Kali	42
2.2	Tampilan Pertama Aplikasi Instagram	44
2.3	Logo Instagram 20 September 2011-11 Mei 2016	44
2.4	Instagram Sebagai iPhone App of The Year	45
2.5	Fitur Video pada Instagram	46
2.6	<i>Instagram App Icon</i>	47
2.7	Tampilan Instagram 2016-Sekarang	48
2.8	Tampilan IGTV	

