

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etikan dan norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Sutrisno & Mayangsari, 2022)

Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan

terhadap pengaruh buruk orang lain. Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif seperti munculnya kelompok – kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma – norma yang ada. (Sutrisno & Mayangsari, 2022)

Media sosial menurut Hidayatullah (2020:1) ialah situs atau layanan daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengonsumsi serta mengikuti atau berpartisipasi membuat, mengomentari, dan menyebarkan berbagai konten dalam berbagai format seperti teks, gambar, video dan foto. Instagram sendiri merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption Atmoko (2012:28)

Instagram berasal dari kata “instan” dan “gram”, instan berarti mampu menampilkan foto secara mudah dan “instan” dengan tampilan yang hampir mirip dengan polaroid sehingga menjadikan instagram sangat menarik bagi para penggunanya sedangkan “gram” berarti cara kerja dari media sosial Instagram

yang dapat membagikan informasi secara cepat Atmoko (2012: 28). Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption (Sutrisno & Mayangsari, 2022)

Pengguna aplikasi Instagram sekarang didominasi oleh generasi Z. Survei yang dilakukan oleh Global Web Index (GWI) mengatakan bahwa Instagram menjadi aplikasi favorit para generasi Z yang berusia sekitar 16-23 tahun, yang lahir pada tahun 1997-2012, sebanyak 24% responden menyukai media sosial tersebut. Instagram pada saat ini merupakan makanan penting bagi generasi Z. Penggunaan media sosial menjadi semakin beragam seiring waktu. Dahulu hanya untuk mencari teman dan bersosialisasi. Adanya Instagram sebagai media sosial dengan tampilan yang penuh dengan visual membuat munculnya fenomena di kalangan masyarakat digital yaitu, pemanfaatan Instagram sebagai media untuk melakukan promosi baik itu produk, lembaga, maupun diri sendiri yang sering dikenal dengan sebutan personal branding. Raharjo (2020: 213) mengatakan masyarakat Indonesia dikenal sebagai pengguna media sosial yang aktif dan juga banyak. Bahkan Instagram sekarang ini digunakan Generasi Z sebagai *search engine* (mesin pencari) layaknya google, data ini berdasarkan survei dari *we are social* Januari 2023. hal ini dimanfaatkan oleh seniman maupun ilustrator untuk ajang promosi karya-karya yang berupa visual dan memanjakan mata.

Fenomena ini pada media sosial tentu merupakan sebuah hal yang positif untuk masyarakat terutama generasi Z. Instagram menjadi salah satu media sosial yang disukai generasi Z Instagram memiliki fitur memberikan akses ke banyak

akun didalam aplikasi Instagram pun bisa mengakses kegiatan seperti foto dan video bisa diabadikan melalui instastory tersebut selama kurung waktu 24 jam, dan juga di instagram juga bisa memposting foto atau video yang kita inginkan tanpa Batasan waktu . aplikasi Instagram pada masa sekarang sangat di gandrungi oleh generasi Z yang gemar mengakses Instagram .

Berdasarkan observasi sementara peneliti di Universita Baturaja banyak generasi Z menggunakan *second account* untuk ajang berbagi moment menyimpan foto foto kenangannya, berbeda dengan *first account* , *second account* lebih tertutup dan hanya teman terdekat saja yang diikuti kembali oleh sipemilik akun instagram. biasanya untuk *first account* pemilik akun akan mengharapkan jumlah pengikut yang banyak sedangkan di *second account* pemilik akunlah yang memilih teman yang hendak diikuti kembali.

Instagram menjadi salah satu media yang populer sering dipakai generasi Z terkadang banyak generasi Z mempunyai dua akun Instagram atau biasa sering disebut sebagai *second account* , fenomena pembuatan *second account* di jejaring sosial Instagram menjadi subjek penelitian ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, dimana pada informan yang dipilih yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universita Baturaja karena pada masing-masing karakteristik informan seperti salah satunya yaitu senang mengabadikan moment nya di media sosial khususnya di *second account* nya tersebut menjadi alasan peneliti .

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas untuk mengetahui persepsi yang membuat Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja mempunyai *second account* Instagram, oleh karena itu penulis mengadakan penelitian yang berjudul **“Analisis Penggunaan *Second Account* Pada Instagram Dikalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja)”**.

Penelitian ini perlu mencari tahu persepsi penggunaan *second account* instagram dikalangan generasi Z khususnya mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswi terhadap penggunaan *second account* Instagram ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Maka penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui persepsi mahasiswi terhadap penggunaan *second account* Instagram oleh mahasiswa generasi Z. serta memberikan wawasan yang komphrensif tentang bagaimana *second account* di instagram mempengaruhi kehidupan sosial mahasiswa generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, yaitu memberikan sumbangan wawasan keilmuan, khususnya mengenai kajian ilmu dalam bidang persepsi mahasiswa Universitas Baturaja terhadap penggunaan *second account* diinstagram.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat Digunakan untuk mengetahui persepsi mahasiswa dalam penggunaan *second account* Instagram dikalangan generasi Z mahasiswa dan mahaiswi Universitas Baturaja.