

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan *second account* di Instagram belakangan ini cukup populer dan banyak digunakan oleh para pengguna media sosial di Indonesia, melalui survei Jakpat di 2022 ada sebanyak 57% dari 1.237 responden memiliki *second account* Instagram (Jakpat, 2022). Kesempatan memiliki lebih dari satu akun dalam aplikasi *mobile* tanpa perlu keluar dari akun utama ini dimulai dari tahun 2016, muncul fitur *multiple account* pada Instagram (Tandres, 2024).

Fitur diartikan sebagai fungsi dasar suatu produk sekaligus pembeda dengan pesaing (Schmitt, 2015:14). Sejak diluncurkan pada 2010 dan sampai saat ini, Instagram masih terus mencoba untuk menghadirkan fitur-fitur terbaru yang semakin menarik perhatian. Terbaru pada Januari 2024, Instagram mengeluarkan *flipside* yaitu fitur yang memungkinkan pengguna memiliki akun berbeda dalam satu akun yang sama. Pembaruan pada Instagram cukup menarik sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya anak muda.

Berdasarkan data dari We Are Social tercatat pada Januari 2023 terdapat 89,15 juta pengguna Instagram di Indonesia dan dari jumlah tersebut usia 18-24 tahun adalah usia pengguna paling banyak yaitu sebesar 38%. Artinya, pada Januari 2023 pengguna Instagram didominasi oleh anak muda. Angka ini meningkat di tahun selanjutnya, Januari 2024 We Are Social kembali merilis jumlah pengguna Instagram di Indonesia yaitu sebesar 100,9 juta pengguna. Kenaikan jumlah pengguna Instagram pada awal 2024, menempatkan *platform* ini pada daftar media sosial terfavorit di Indonesia. Pendaftaran akun baru oleh pengguna yang sama jadi salah satu faktor meningkatnya jumlah pengguna Instagram 2023 hingga 2024. Melalui informasi resmi pusat bantuan Instagram tercantum bahwa akun baru

harus menggunakan email dan nomor berbeda dari sebelumnya sehingga akun tersebut akan terhitung sebagai pengguna baru di Instagram (Kompas.com, 2016).

Sebagai aplikasi pada era media baru, Instagram dapat digunakan untuk berkomunikasi multi arah artinya pengirim maupun penerima pesan memiliki peran yang sama. Maka dari itu, Instagram sering digunakan untuk bertukar informasi serta berkomunikasi di mana saja dan kapan saja menggunakan koneksi internet (Yulianti, 2020). Selain berkomunikasi, di Instagram pengguna juga dapat membagikan unggahan kepada pengguna lain. Dalam fungsinya sebagai media komunikasi, Instagram dilengkapi dengan fitur *direct message*, panggilan audio dan video, sedangkan untuk berbagi informasi dalam bentuk foto maupun video terdapat fitur *feed*, *story*, *reels* yang juga bisa ditambahkan deskripsi pada unggahan tersebut.

Sebagai mediator komunikasi visual, Instagram semakin banyak digunakan oleh anak muda (Huang & Su, 2018: 2), terlebih komunikasi visual saat ini merupakan cara berkomunikasi paling diminati. Komunikasi visual adalah proses interaksi antar manusia guna menyampaikan ide atau pesan menggunakan media visual dan umpan baliknya berupa pemahaman makna dari komunikasi sesuai yang dimaksudkan oleh komunikator (Kenney, 2009 dalam Andhita, 2021:3).

Instagram adalah media sosial yang berupaya untuk memenuhi berbagai kebutuhan individu, termasuk kebutuhan kognitif, emosional, integrasi pribadi, sosial, dan imajinatif (Prihatiningsih, 2017). Para pengguna Instagram ini juga dapat memperoleh dan mencari informasi terbaru sesuai kebutuhan batiniah. Disampaikan pula Instagram menjadi media sosial yang efektif dalam berkomunikasi karena dengan menggunakan Instagram seseorang dapat bertukar kabar secara langsung dengan kerabat dan teman dekat melalui foto, video atau siaran langsung.

Fitur *multiple account* Instagram yang mengizinkan para pengguna memiliki beberapa akun sekaligus, memunculkan istilah baru di antara pengguna *platform* ini yaitu *first account* dan *second account*. Isi kedua akun tersebut juga memperlihatkan perbedaan yang nyata apabila dibandingkan. Akun utama atau *first account* biasanya berisi visualisasi diri yang sempurna dan kreatif, bahkan pengguna Instagram juga cenderung akan mengedit foto sebelum diunggah dan ditampilkan pada halaman *feed* dengan tujuan dapat menampilkan sisi positif dan menjaga citra diri (Kleemans, 2018: 95).

Di sisi lain, akun bayangan atau *second account* digunakan untuk memperlihatkan wujud diri asli, isinya juga acak dan apa adanya. Kehadiran kedua akun yang berbeda ini, menjadikan Instagram sebagai panggung dua sisi bagi penggunanya. Pertama panggung depan digambarkan sebagai *first account* isinya adalah pencitraan diri dan kedua adalah panggung belakang digambarkan sebagai *second account* isinya karakter diri sebenarnya (Shinta, 2022).

Ajang pertunjukan representasi diri dalam *first account* Instagram ini melahirkan ketidaknyamanan bagi para pengguna, bahkan tercatat ada sebanyak 35% remaja berusia 17-21 tahun cemas tampilan dirinya di media sosial tidak diterima oleh netizen (Girlguiding, 2017). Hal ini pula menyebabkan banyak dari mereka sering membandingkan dirinya dengan para pengguna lain di Instagram. Kecemasan dan ketidaknyamanan yang dirasakan memberikan dorongan pada para pengguna untuk mencari ruang bagi mereka bisa bebas tampil apa adanya. Salah satunya caranya adalah memanfaatkan fitur *multiple account* serta menetapkan kegunaan pada masing-masing akun tersebut.

Seseorang mempunyai dua akun Instagram karena memiliki kekhawatiran terhadap standar di media sosial yang dinilai membatasi ekspresi diri mereka (Pamungkas, 2019). Oleh karena itu, untuk dapat lebih leluasa maka para pengguna ini membuat *second account*

dengan tujuan membangun, memelihara hingga memberikan dukungan emosional dan tampil apa adanya dengan orang terdekat tanpa memikirkan opini negatif (Priangle, 2017).

Komentar negatif yang terjadi di media sosial juga mendorong pengguna Instagram lebih berhati-hati dalam membagikan sesuatu pada akun mereka, terlebih apabila akun tersebut tidak *private* atau terbuka untuk publik. Dilansir dari kompas.com, pada 2021 Instagram dinyatakan sebagai media sosial tempat *cyberbullying* tertinggi yaitu 42% dan umumnya menimpa kaum remaja karena penampilan mereka. *Cyberbullying* ini merujuk pada komentar negatif dan penyebaran profil orang dengan tujuan mencemooh. Komentar negatif tersebut juga mengganggu kesehatan mental pengguna, bahkan didapati ada sebanyak 26,7% remaja Indonesia mengalami penurunan kesehatan mental karena media sosial (Wahdi, 2023). Komentar negatif yang mengarah pada perundungan di media sosial menyebabkan tingginya angka depresi pada remaja, sebanyak 8.250 dari 11.000 ribu remaja perempuan yang menjadi subjek dalam penelitian Millennium Cohort Study menunjukkan tanda depresi disebabkan oleh interaksi mereka di media sosial. Hal ini pula menurunkan tingkat kepercayaan diri remaja tersebut untuk tampil bebas di media sosial (Gloria, 2018).



Gambar 1.1 Cuplikan Komentar Negatif di Instagram milik public figure

Melalui permasalahan tersebut, pengguna Instagram mulai menciptakan *second account* dengan tujuan menyembunyikan diri dari orang-orang kurang dekat serta menghindari komentar negatif atas konsep diri yang ditampilkannya. Konsep diri yang dimaksud merupakan tampilan dirinya sendiri. Rakhmat, 2011 : 98 memaparkan konsep diri terkait dengan apa yang ada di pikiran seseorang mengenai dirinya sendiri. Konsep diri adalah fondasi dari kepercayaan diri, keduanya saling berkaitan. Ketika konsep diri diterima tanpa adanya respon negatif, maka tingkat kepercayaan diri akan lebih maksimal begitu pula sebaliknya (Ekaningtias, 2017).

Second account yang diciptakan ini biasanya memiliki nama yang unik dan sulit diketahui tujuannya agar tidak diketahui oleh pengguna lain dengan mudah. Pemilik akun juga biasanya hanya akan memberitahukan *username second account* mereka kepada orang terdekat atau sahabat terpercaya saja untuk dapat tetap terhubung dan terafiliasi, ini dilakukan untuk mengurangi kecemasan mendapatkan komentar negatif dari orang lain yang dirasa tidak memiliki kedekatan secara emosional. Munculnya kecemasan representasi diri dan tekanan psikologis menjadikan media sosial kurang tepat jika dikatakan sebagai sarana memenuhi kebutuhan psikologis.

Dalam disiplin ilmu komunikasi, kecemasan dikenal dengan *communication apprehension (CA)*, yaitu rasa cemas dengan tindak komunikasi yang akan dan sedang dilakukan dengan orang lain “*a sence of anxiety with elther real or anticipated communication with others*” (Muslimin, 2013). Dalam buku *The Interpersonal Communication Book* (Devito, 2001:80), mengungkapkan bahwa kecemasan berkomunikasi merujuk pada rasa malu, keengganan berkomunikasi, ketakutan berbicara di depan umum, dan sikap pendiam dalam interaksi komunikasi. Kecemasan berkomunikasi merupakan bentuk perilaku normal, namun apabila kecemasan tersebut sudah bersifat patologis maka individu tersebut akan menghadapi permasalahan pribadi yang bersifat serius seperti ketidakinginan menunjukkan diri dan menghindari komunikasi. Orang yang *aprehensif* di dalam berkomunikasi akan menarik diri dan mencoba menciptakan lingkungan pertemanannya sendiri.

Pengalaman kurang memuaskan dalam menggunakan *first account* Instagram mendorong munculnya *second account* untuk mengurangi kecemasan terkait representasi diri dan bisa tampil apa adanya. Penggunaan *second account* di Instagram secara tidak langsung membentuk jaringan sosial lebih kecil, artinya saling terhubung bersama pengguna lain tetapi isinya hanya orang terdekat, dengan begitu dapat bebas mengungkapkan jati diri tanpa harus cemas terhadap penilaian pengguna lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, pengguna *second account* cenderung lebih bebas membagikan apa saja dan merasa aman karena seluruh *followers* dan *following* adalah orang dekat atau berada dalam lingkup pertemanannya. Perbedaan cukup signifikan juga terlihat antara *first account* dan *second account* Instagram, selain keterbukaan diri terdapat pula perbedaan pada jumlah konten unggahan dan keaktifan atau intensitas penggunaan. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan perhatian mendalam pada penggunaan *second*

account Instagram. Proses penelitian ini akan menganalisis bagaimana kecemasan berkomunikasi di media sosial serta pembukaan konsep diri mempengaruhi intensitas penggunaan *second account* Instagram tersebut. Hal ini berangkat dari permasalahan komentar negatif yang ada di Instagram menimbulkan kecemasan representasi diri apa adanya oleh para pengguna. Maka dari itu, pengguna memutuskan untuk terhubung dengan teman dekat saja melalui *second account* tujuannya untuk lebih bebas mengekspresikan diri dan lebih intim dalam berkomunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Hadirnya Instagram sebagai *platform* media sosial memberikan akses kepada para pengguna dalam berbagi dan mendapatkan informasi secara bebas. Setiap hari pengguna dapat mengikuti pengguna lainnya untuk saling terhubung dan memperluas jaringan pertemanan. Tidak hanya itu, kebebasan tanpa batas dalam mengekspresikan diri melalui unggahan *story*, *feed* maupun *reels* juga diberikan oleh Instagram kepada para penggunanya. Sesuai dengan *tagline* Instagram yaitu “*capture and share the world’s moments*” atau “abadikan dan bagikan momen dunia,” maka dari itu seluruh pengguna *platform* dapat membagikan apa saja seperti foto diri, keseharian, hobi dan lainnya secara bebas.

Tetapi faktanya Instagram memiliki sisi lain, *platform* ini mulai digunakan untuk memberikan ujaran kebencian dan propaganda negatif seperti menjelekkan orang lain. Komentar negatif yang terjadi menimbulkan kecemasan bagi para pengguna untuk menampilkan diri secara bebas di Instagram, terdapat kekhawatiran dirinya akan dihujat. Komentar negatif pada pengguna Instagram ini juga memberikan konsekuensi terhadap ketidakpercayaan diri pengguna Instagram ketika memposting di *first account*. Penggunaan Instagram memiliki cukup banyak kompleksitas masalah mulai dari teman-teman yang memberikan komentar tidak baik, terutama teman yang tidak memiliki kedekatan emosional. Komentar yang diberikan tidak langsung melalui ruang *online*, namun kerap

kali akan menceritakan kepada teman lainnya ketika bertemu. Oleh karena itu, bullying tidak hanya terjadi di lingkungan *online* namun di lingkungan *offline*. Hal inilah yang membuat seseorang akhirnya, lebih selektif ketika mengunggah konten dan menyesuaikan diri dengan standar para netizen.

Memusatkan diri pada standar orang lain tidak memberikan kepuasan, ini juga menciptakan rasa tidak aman dan nyaman apabila pengguna membuka diri secara lebih intim kepada para pengikutnya. Hal ini mendorong pengguna Instagram mulai mencari tempat nyaman untuk mengungkapkan tampilan diri dengan apa adanya, salah satunya dengan memiliki akun Instagram berbeda dari yang sebelumnya. Ketika pengguna merasakan nyaman menggunakan media, secara natural ia akan memberikan gambaran diri yang sesungguhnya. Namun apabila pengguna merasa cemas untuk mengkomunikasikan diri apa adanya, dikarenakan adanya komentar negatif maka intensitas penggunaan pada media tersebut pun akan berkurang. Secara perlahan pengguna akan mulai menarik diri dan mencoba mencari tempat nyaman, salah satunya dengan memiliki akun Instagram berbeda dari sebelumnya.

Berdasarkan uraian permasalahan dan latar belakang di atas, penelitian menarik rumusan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh kecemasan berkomunikasi di media sosial (X1) terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y)?
2. Bagaimana pengaruh konsep diri (X2) terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y)?

1.3 Tujuan Penelitian

Penulisan penelitian ini bertujuan guna:

1. Mengetahui apakah Kecemasan Berkomunikasi di Media Sosial (X1) memengaruhi Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram (Y)
2. Mengetahui pengaruh Konsep Diri (X2) terhadap Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram (Y).

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *communication apprehension theory* dan *self concept theory* untuk kegiatan komunikasi diri massa yang dimediasi oleh media sosial.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat mengenai faktor yang mampu mempengaruhi intensitas penggunaan *second account* Instagram oleh *users*.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menyoroti peran koneksi sosial dalam lingkungan *online* mempengaruhi kesejahteraan pengguna.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah kumpulan asumsi, ide, atau gagasan yang mengarah pada cara berpikir untuk memandu penelitian dan praktik suatu bidang dalam memahami realitas (Moleong, 2004:49). Bogdan & Biklen (dalam Mackenzie & Knipe, 2006)

mendefinisikan paradigma sebagai dugaan dasar, gambaran atau perbandingan yang memiliki keterkaitan secara logis dan dapat mengarahkan cara berpikir dalam penelitian.

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif positivistik ini menguji teori secara objektif dengan tujuan menentukan hubungan antar variabel. Variabel dalam penelitian ini dapat diukur secara kuantitatif, data berupa angka dapat dianalisis dengan metode statistik, sehingga membuat penelitian ini menjadi lebih terfokus pada aspek yang lebih konkret (Creswell & Creswell, 2018:4). Penulis dalam penelitian ini akan menggunakan dua variabel yaitu kecemasan berkomunikasi dan konsep diri (X) terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y).

1.5.2 State Of The Art

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, berikut adalah penelitiannya:

Penelitian pertama disusun oleh Farah Nabilah dan Kukuh Sinduwiatmo pada tahun 2023 dengan judul penelitian “Motif Penggunaan *Second Account* Instagram bagi Pelajar SMK Negeri 1 Gempol” berangkat dari fenomena pelajar SMK Negeri 1 Gempol banyak yang menggunakan fitur *second account* membuat peneliti menjadikan SMK Negeri 1 Gempol sebagai tempat penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi motif penggunaan *second account* pada siswa SMK Negeri 1 Gempol. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif kualitatif dengan wawancara terhadap para informan. Teori dramaturgi milik Erving Goffman digunakan dalam penelitian ini, hasilnya menunjukkan bahwa

siswa SMK Negeri 1 Gempol memiliki beberapa motif ketika mereka menggunakan *second account* Instagram, yaitu membagikan aktivitas sehari-hari serta hobi tanpa malu dengan teman yang lain. Pada umumnya, akun kedua ini menggunakan nama samaran guna menyembunyikan identitas sehingga tidak mudah diketahui orang lain. Berbeda dengan *first account*, hasil penelitian menunjukkan para siswa SMK Negeri 1 Gempol menggunakan akun utama sebagai tempat membagikan foto atau video yang bagus, menarik, dan memenuhi standar citra media sosial (Nabilah & Sinduwiatmo, 2023).

Penelitian kedua disusun oleh Bima Hesadiwana & Delmira Syafrini pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Motif Penggunaan Akun Alter Ego di Media Sosial Instagram Pada Remaja Kota Padang” berangkat dari fenomena penggunaan akun alter ego (akun kedua) di media sosial Instagram pada remaja Kota Padang membuat peneliti menjadikan remaja Kota Padang sebagai tempat penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana motif penggunaan akun alter ego (akun kedua) di media sosial Instagram pada remaja Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dengan tipe penelitian studi kasus. Penelitian ini menggunakan teori aksi oleh Talcott Parsons, hasilnya menunjukkan terdapat beberapa motif penggunaan alter ego (akun kedua) Instagram di kalangan remaja kota Padang, yaitu: (1) motif kenyamanan, ingin memperoleh rasa nyaman ketika menyampaikan apa saja tanpa adanya komentar buruk dari orang lain, (2) motif mencari informasi, ingin mencari tahu informasi tentang orang lain dengan identitas samaran, (3) motif ekonomi, ingin berpenghasilan ketika menggunakan akun berbeda dengan akun utama digunakan bagi para pengguna yang memiliki bisnis, (4) motif promosi, memperlihatkan

karya, jasa atau barang lainnya untuk ditawarkan melalui Instagram (Hesadiwana & Syafrini, 2022).

Penelitian ketiga disusun oleh Amarilia Shinta dan K.Y.S Putri pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Penggunaan *Multiple Account Media Social* Instagram sebagai Dramaturgi pada Perempuan Milenial” berangkat dari fenomena banyaknya penggunaan *multiple account* media sosial Instagram pada kalangan perempuan milenial membuat peneliti menjadikan *multiple account* yang banyak digunakan oleh perempuan milenial sebagai penelitian dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan *multiple account* media sosial Instagram sebagai dramaturgi pada perempuan milenial tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teori dramaturgi milik Erving Goffman digunakan dalam penelitian ini, hasilnya menunjukkan hasil yang berbeda antar informan, hal ini didorong bahwa setiap manusia memiliki kepribadian yang tentunya berbeda. Namun dapat disimpulkan bahwa para informan menggunakan akun utamanya untuk memperlihatkan karakter ideal guna dapat diterima pengguna lain di Instagram, sedangkan pada akun kedua para informan cenderung mengunggah konten yang dinilai tidak pantas ditampilkan pada akun pertama, seperti konten curhat dan kegiatan keseharian (Shinta & Putri, 2022).

Penelitian keempat disusun oleh Rahma pada tahun 2019 berjudul “Pengaruh Motif Penggunaan *Second Account* Instagram terhadap Kepuasan Hidup” berangkat dari fenomena penggunaan *second account* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UNY angkatan 2016-2018 membuat peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh penggunaan *second account* Instagram terhadap kepuasan hidup mahasiswa Ilmu Komunikasi UNY angkatan 2016-2018. Pendekatan yang dipakai pada penelitian

ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Hasilnya menunjukkan bahwa, kepuasan hidup dari mahasiswa yang menggunakan *second account* Instagram pada level sedang. Didapati juga bahwa tidak ada pengaruh motif penggunaan *second account* Instagram terhadap kepuasan hidup dikarenakan angka hasil pengujian sangat kecil yaitu 0.2%. Kecilnya pengaruh tersebut dapat ditimbulkan dari faktor tertentu seperti akun yang dominan privat sehingga koneksi terbatas (Rahma, 2019).

Penelitian-penelitian di atas membahas tema serupa yaitu penggunaan *second account* Instagram, sehingga relevan dengan penelitian ini. Namun, penelitian ini secara khusus membahas pengaruh kecemasan berkomunikasi di media sosial dan konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram dengan menggunakan teori *communication apprehension*, dan teori *self concept* yang mana belum dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya.

1.5.3 Deskripsi Variabel

1. Kecemasan Berkomunikasi

Kecemasan adalah respon alami manusia terhadap sesuatu yang dirasa tidak nyaman ditandai dengan rasa takut pada tingkat yang berbeda-beda. Kecemasan berkomunikasi merupakan tingkatan kekhawatiran yang dialami individu dalam situasi komunikasi tertentu, baik secara interpersonal, intrapersonal, dan publik. Kecemasan dalam berkomunikasi muncul ketika individu merasa tidak pasti terkait dengan situasi komunikasi yang sedang dihadapi, individu akan berusaha mengelola kecemasan ini dengan berbagai cara, seperti menghindari situasi yang membuat cemas (Littlejohn, 2011)

Miles Patterson dan Vicky Ritts (dalam Littlejohn, 2009: 99) menjelaskan bahwa kecemasan berkomunikasi dapat diukur dengan melihat selektivitas seseorang akan kehadiran orang baru, kepercayaan diri, *overthinking*, dan prasangka. Kecemasan berkomunikasi ini berhubungan erat dengan ketersediaan untuk membuka diri kepada orang lain (Silagarki, 2022). Pembukaan diri di media khususnya media sosial dapat dilihat dari unggahan yang dibagikan pada akun Instagram seseorang. Kegiatan berkomunikasi mengenai diri sendiri terutama mengandung unsur privat, *first account* Instagram mulai dihindari, para pengguna membentuk kelompok *in group* di *second account* Instagram untuk meredam kecemasan dalam mengkomunikasikan informasi tertentu.

2. Konsep Diri

Konsep diri adalah persepsi atau perasaan seseorang tentang dirinya, bagaimana ia menilai kemampuan, kekuatan dan kelemahan dirinya. Konsep diri juga terkait dengan apa yang ada di pikiran seseorang mengenai dirinya sendiri (Rakhmat, 2011: 98). William D. Brooks (Rakhmat, 2007: 99) mendefinisikan konsep diri sebagai “*those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others*”. Konsep diri merupakan sudut pandang dan perasaan tentang diri kita, dapat bersifat psikologi, sosial dan fisik. Persepsi bersifat psikologi yaitu sudut pandang tentang watak sendiri. Persepsi bersifat sosial yaitu sudut pandang orang lain tentang diri sendiri. Persepsi bersifat fisik yaitu sudut pandang tentang penampilannya sendiri. Littlejohn menekankan bahwa cara utama untuk dapat melihat diri kita adalah dengan menggunakan sudut

pandang orang lain dan inilah yang menyebabkan kita memiliki konsep diri (Littlejohn, 2009:234).

Konsep diri terdiri atas dua komponen (Syam,2014) ; **Komponen Kognitif (Citra Diri atau *Self-Image*)** dan **Komponen Afektif (Harga Diri atau *Self-Esteem*)**. Selanjutnya konsep diri seseorang terdiri dari oleh dua faktor ; ***Significant Others*** yaitu orang sekitar yang memberikan penilaian kepada individu, penilaian seperti pujian dan cemoohan yang diberikan dapat membentuk konsep diri seseorang. ***Reference Group*** yaitu kelompok sosial yang memiliki ikatan emosional serta berperan langsung pada pembentukan diri seseorang, nilai dalam kelompok tersebut dijadikan acuan berperilaku dan menyesuaikan diri (Rakhmat, 2021).

Nina Syam memaparkan hal yang menjadi konsep diri positif dari seseorang (Syam, 2014) yaitu ;

1. Bersikap objektif dalam mengenali diri sendiri

Seseorang menghargai setiap pengalaman positif dan keberhasilan kecil yang telah dicapai olehnya. Dirinya melihat bahwa potensi yang dimiliki dapat dikembangkan untuk menghasilkan pencapaian terbaik.

2. Menghargai dirinya sendiri

Seseorang dapat melihat nilai tambah pada dirinya dan berpikir positif tentang dirinya sehingga orang lain dapat turut menghargai kehadirannya.

3. Tidak memusuhi diri sendiri

Seseorang tidak menyalahkan dirinya secara berlebihan karena harapan ideal dan kenyataan tidak sesuai, dengan begitu maka tidak akan muncul kelelahan mental yang akan berpengaruh pada konsep diri individu.

4. Berpikir positif dan rasional

Seseorang memandang dirinya secara positif dan rasional serta dapat mengendalikan pikirannya dengan baik.

Di lain sisi, Wiliam D. Brooks dan Philip Emmert memaparkan konsep diri negatif individu (Rakhmat, 2021) sebagai berikut ;

1. Peka terhadap kritik

Seseorang tidak tahan apabila mendapatkan kritik, mudah terbawa emosi, tidak mau membuka percakapan dengan orang lain dan bersikeras mempertahankan pendapat miliknya.

2. Responsif sekali terhadap pujian

Ketika mendapatkan pujian seseorang akan senang sekali dan itu saja yang menjadi pusat perhatiannya. Di sisi lain, orang tersebut bersifat hiperkritis, menilai rendah orang lain, dan tidak mau memberikan penghargaan pada pencapaian orang lain.

3. Cenderung merasa tidak disenangi orang lain

Seseorang merasa dirinya tidak diperhatikan, tidak dapat melahirkan kehangatan dan keakraban persahabatan dengan orang lain, serta tidak dapat merasa dirinya salah namun menyalahkan sistem sosial yang dianut orang-orang.

4. Bersikap pesimis terhadap kompetisi

Seseorang akan menarik diri dari persaingan karena menganggap persaingan tersebut hanya memberikan dampak merugikan baginya.

3. Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram

Intensitas adalah kuantitas seseorang dalam melakukan suatu tindakan (Irawati, 2003:10). Intensitas juga dapat diartikan sebagai tingkatan atau ukuran

seseorang dalam melakukan suatu usaha, yang terdiri dari tingkat keseringan, kedalaman cara, serta kemampuan data konsentrasi (Hazim, 2005:191). Sementara itu, penggunaan dapat diartikan sebagai suatu perbuatan atau kegiatan yang dilakukan seseorang dalam melakukan sesuatu, salah satunya media sosial.

Perkembangan teknologi yang saat ini terus mengalami perkembangan telah menghadirkan media sosial dalam kehidupan manusia, salah satunya Instagram yang menghadirkan fitur *second account*. Nasrullah (2005:11) mengemukakan bahwasanya media sosial adalah suatu media yang memfasilitasi para penggunanya untuk dapat saling berinteraksi atau berkomunikasi, membangun ikatan sosial dengan pengguna lain secara virtual, saling bekerja sama serta saling berbagi informasi. Media sosial ini dapat menimbulkan berbagai dampak, positif maupun negatif tergantung pada intensitas penggunaannya. Menurut Ardianto dkk (2004:164), tingkat penggunaan media dapat diukur melalui frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, serta jenis media yang digunakan.

Menurut Ajzen (2005) dalam Achmad & Dewi (2022:97) menyebutkan bahwa dalam mengukur intensitas penggunaan media sosial terdapat empat aspek yang perlu diperhatikan:

- a. Perhatian : Ketertarikan individu terhadap suatu aktivitas yang jauh lebih besar dibandingkan dengan aktivitas lain.
- b. Penghayatan : Suatu usaha yang diberikan oleh individu untuk memahami, menikmati, menghayati, serta menyerap informasi yang diperoleh.
- c. Durasi : Jangka waktu atau seberapa lama suatu aktivitas berlangsung

- d. Frekuensi : Seberapa sering aktivitas dilakukan secara berulang-ulang oleh individu

The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology (2008) dalam Liang (2021:34) membagi pengguna media sosial ke dalam tiga kategori berdasarkan intensitas penggunaan media sosial, yaitu :

- a. *Light users* : < 3 jam per hari
- b. *Medium users* : 3 - 6 jam per hari
- c. *Heavy users* : > 6 jam per hari

Dari penjelasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa intensitas penggunaan media sosial salah satunya *second account* Instagram dapat diartikan sebagai suatu tingkatan maupun ukuran kuantitas aktivitas seseorang yang berkaitan dengan seberapa sering dan seberapa lama dalam menggunakan *second account* Instagram.

4. Pengaruh Kecemasan Berkomunikasi Terhadap Intensitas

Penggunaan *Second Account* Instagram

Dalam menerangkan kecemasan berkomunikasi terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram, penelitian ini akan menggunakan *communication apprehension theory* oleh Littlejohn yang akan diterapkan pada *computer mediated communication*. *Communication apprehension theory* merupakan kerangka yang digunakan untuk memberikan pemahaman dan penjelasan terkait perasaan cemas yang dialami seseorang saat berkomunikasi. *Computer Mediated Communication* (CMC) atau komunikasi yang dimediasi komputer mengacu pada komunikasi manusia yang dicapai melalui, atau dengan bantuan dari teknologi (Thurlow, 2004). Hadirnya teknologi yang dirancang oleh manusia adalah cara untuk memenuhi kebutuhan

berkomunikasi. Kebutuhan sosial CMC saat ini juga sudah setara dengan komunikasi *face to face*, manusia mulai mengenal komunikasi melalui teknologi untuk dapat terhubung dengan orang lain setiap saat (ITEA, 2002:2).

Kecemasan berkomunikasi dianggap sebagai stimulus yang mempengaruhi ketersediaan untuk membuka diri melalui interaksi kepada orang lain. Dalam buku *Theories Communication* Littlejohn menerangkan bahwa lingkungan yang mendukung dan tidak menghakimi dapat membantu seseorang membuka diri secara intens pada lingkungannya. Membahas lebih lanjut mengenai *computer mediated communication*, respon pada lingkungan *online* juga berbanding lurus dengan kecemasan dalam berkomunikasi artinya ketika seseorang mendapatkan komentar negatif maka rasa cemas akan timbul.

Antar pengguna yang terhubung melalui media *online* harus membangun lingkungan suportif, dimana keamanan dan informasi diri pada media sosial tidak disalahgunakan untuk menyebarkan komentar negatif baik secara langsung pada ruang *online* maupun *offline*. Apabila dihubungkan dengan penelitian ini, sejalan dengan efek kecemasan berkomunikasi melalui *computer mediated communication* dengan intensitas penggunaan media tersebut.

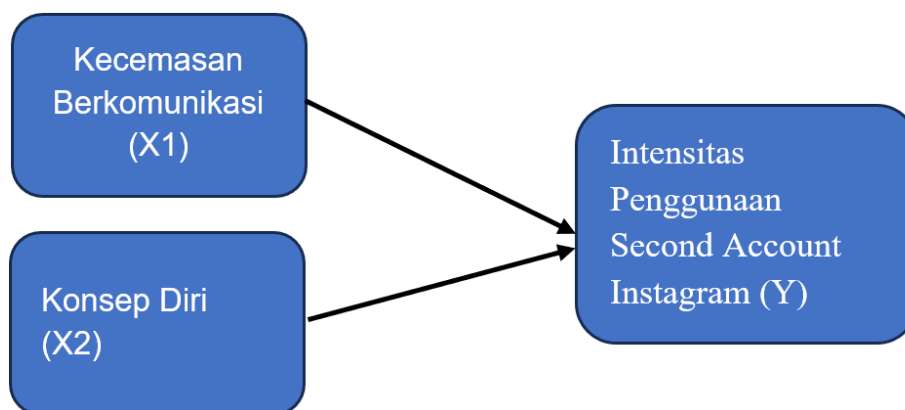
5. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Intensitas Penggunaan *Second*

Account Instagram

Dalam menerangkan konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram, penelitian ini akan menggunakan *self concept theory* yang digagas oleh Carl Rogers. Teori tersebut menerangkan bahwa konsep kepribadian paling utama adalah *self*. Rogers melihat diri sebagai suatu perangkat persepsi dan kepercayaan diri yang konsisten dan teratur (Feist dan

Feist, 1998:461) dan terbentuk melalui pengalaman dan interaksi. Rogers membagi konsep diri dalam dua komponen utama yaitu ***ideal self*** (gambaran tentang diri yang ingin dicapai seseorang) dan ***real self*** (gambaran nyata tentang diri saat ini). Kesenjangan antara *real self* dan *ideal self* dapat menyebabkan ketidakpuasan diri dan masalah psikologis lainnya seperti kecemasan, depresi, atau rendah diri. Dalam *media uses* terdapat tujuan pembentukan dan ekspresi identitas pribadi (Hasny, 2021). Dari pernyataan tersebut, *self concept* dikatakan sebagai bagian penting dalam kegiatan interaksi yang bertujuan untuk memberi gambaran aktual tentang diri seseorang. Apabila dihubungkan dengan penelitian ini, *self concept* yang ditampilkan akan sejalan dengan respon psikologis yang diterima dari pengalaman menggunakan media sehingga akan berpengaruh pada intensitas penggunaannya.

Gambar 1.2 Geometri Hubungan Antar Variabel



1.6 Hipotesis

H1: Terdapat pengaruh positif kecemasan berkomunikasi terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram. Semakin tinggi kecemasan pengguna dalam menggunakan *first account* Instagram maka akan semakin tinggi intensitas penggunaan *second account* Instagram.

H2: Terdapat pengaruh positif antara konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram. Semakin negatif konsep diri yang ditampilkan semakin tinggi intensitas penggunaan *second account* Instagram.

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Kecemasan Berkomunikasi

Kecemasan berkomunikasi adalah rasa takut atau khawatir berinteraksi untuk mengungkapkan diri kepada orang lain baik secara langsung maupun interaksi yang termediasi.

1.7.2 Konsep Diri

Konsep diri merupakan gambaran mental yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri. Konsep diri terbentuk melalui interaksi dengan orang lain, seseorang melihat dirinya sendiri melalui mata orang lain dan mengembangkan konsep diri berdasarkan bagaimana orang lain memandangnya (Mead dalam Yasirul, 2015).

1.7.3 Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram

Suatu tingkatan maupun ukuran kuantitas aktivitas seseorang yang berkaitan dengan seberapa sering dan seberapa lama dalam menggunakan media sosial khususnya *second account* Instagram.

1.8 Definisi Operasionalisasi

1.8.1 Kecemasan Berkomunikasi

Kecemasan berkomunikasi dapat diukur melalui indikator berikut :

- a. Selektif dengan kehadiran *followers* baru
- b. Merasa kurang percaya diri
- c. Penuh prasangka terhadap pengguna lain
- d. Munculnya perasaan *overthinking* terhadap para pengguna
- e. Kekhawatiran terhadap komentar atau tanggapan yang menyudutkan

1.8.2 Konsep diri

Konsep diri dapat diukur melalui indikator berikut :

- a. Citra diri
- b. Harga diri

1.8.3 Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram

Intensitas penggunaan *second account* Instagram dapat diukur melalui indikator berikut :

- a. Frekuensi : Seberapa sering responden membuka *second account* Instagram dalam sehari
- b. Durasi : Berapa lama responden menghabiskan waktu di *second account* Instagram dalam sehari
- c. Perhatian : Responden tidak terlalu memperhatikan isi konten yang ditampilkan di *second account* Instagram

1.9 Metodologi Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif eksplanatori. Hal tersebut dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh kausalitas dari variabel yang diteliti yaitu kecemasan berkomunikasi dan konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram.

1.9.2 Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Laki - laki dan perempuan
- b. Usia 18-24 tahun
- c. Menggunakan *second account*
- d. Memiliki minimal 1 postingan pada *first account*

1.9.3 Sampel

Penelitian ini menerapkan teknik sampling yaitu *nonprobability sampling* khususnya merupakan *purposive sampling*. Menurut Creswell & Creswell (2018) *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif dimana peneliti secara sengaja memilih partisipan yang memiliki atribut atau karakteristik tertentu yang dianggap esensial untuk memahami fenomena yang sedang diselidiki. Jumlah sampel yang akan diteliti pada penelitian ini sejumlah 80 responden. Sebab, Roscoe (dalam buku *Research Methods for Business* 1982:253) memberikan saran ukuran sampel sejumlah 30 - 500 responden.

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis data primer bersumber dari para responden yang memenuhi kriteria. Selain itu, diperoleh juga data dari artikel, jurnal dan media cetak maupun elektronik lainnya yang berkorelasi dengan masalah penelitian

1.9.5 Alat dan Teknik

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara yang memuat pertanyaan berhubungan dengan variabel tersebut. Data yang terkumpul akan dipakai secara langsung agar para responden yang memenuhi kriteria dapat menjawab.

1.9.6 Teknik Pengolahan Data

1. Editing

Proses pertama dalam mengolah data kuantitatif adalah editing. Pada tahap ini, peneliti akan melakukan pemeriksaan jawaban kuesioner untuk meminimalisir kesalahan dan kekeliruan dalam pengisian jawaban oleh responden.

2. Coding

Proses selanjutnya adalah coding. Tahapan ini dilakukan untuk mengklasifikasi jawaban responden agar dapat dimasukkan kedalam kriteria yang ditetapkan.

3. Tabulasi

Proses terakhir adalah tabulasi data di mana tahapan ini peneliti akan mengklasifikasikan kode berdasar pada analisis yang diperlukan. Setelah itu, data kemudian dikelompokkan sesuai kriteria yang akan dihitung menggunakan analisis kuantitatif dan uji statistik.

1.9.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk mengetahui uji kelayakan dari setiap butir pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Pertanyaan yang dipertanyakan harus valid instrumennya dan dapat diukur (mendukung kelompok variabel). Hasil r hitung dikomparasi dengan r table: $df=n-2$ dengan signifikan 5%. Apabila $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$, terbukti valid (Sujarweni, 2014:92).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indikator konsistensi jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan pada kuesioner. Uji reliabilitas bisa terlaksana secara serentak terhadap setiap butir pertanyaan. Apabila nilai alfa adalah $> 0,60$ maka hasilnya reliabel (Sujarweni, 2014:92).

1.9.8 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini, yaitu regresi linear sederhana dengan 1 variabel independen dan 2 variabel dependen. Regresi linier sederhana, yaitu model yang menyatakan hubungan linear antara variabel: salah satu variabel diasumsikan dapat mempengaruhi variabel lainnya (Suyono, 2018:5). Dengan model tersebut, peneliti akan menggunakan skala interval sebagai syarat dalam analisis regresi linier. Hasil penelitian nantinya digunakan untuk mengetahui pengaruh kecemasan berkomunikasi (X1) dan konsep diri (X2) terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y).