

## BAB II

### SELF-EXPRESSION PADA AKUN FINSTAGRAM

#### 2.1 Gambaran Umum Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial untuk berbagi foto dan video yang diluncurkan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom. Fokus utama dari aplikasi ini adalah untuk menampilkan foto-foto yang secara khusus diambil menggunakan perangkat seluler. Seminggu setelah peluncuran, Instagram telah diunduh sebanyak 100.000 kali, dan pada akhir tahun 2010 penggunaannya telah mencapai satu juta pengguna (Blystone, 2020).

Instagram kemudian dibeli oleh Facebook seharga \$1 miliar pada tahun 2012. Dalam waktu yang sangat cepat Instagram telah berhasil melampaui pengguna Twitter dan platform media sosial lainnya, ini membuktikan bahwa gambar dapat berbicara lebih keras dari kata-kata. Kesederhanaan dan kreativitas yang dimiliki Instagram tidak hanya mengizinkan pengguna untuk berbagi dan mengakui kehidupan satu sama lain melalui foto, tetapi juga memungkinkan selebriti dan merek komersial untuk terlibat dengan konsumen mereka (Lee et al., 2015). Pada akhir tahun 2020 sendiri, Instagram telah melampaui angka satu miliar pengguna.

Berbagi foto memang menjadi fokus utama dari kegunaan Instagram. Pengguna Instagram dapat dengan mudah dan cepat mengambil, mengedit dan membagikan foto secara instan dalam satu aplikasi. Konten yang diunggah di Instagram juga dapat menjangkau audiens secara luas, sehingga memungkinkan siapapun dapat memiliki *engagement* yang besar dalam Instagram. Melalui Instagram pengguna juga dapat berinteraksi dengan orang lain dengan saling *follow* akun Instagram, meninggalkan komentar di konten seseorang, *likes* foto atau video yang diunggah seseorang, atau berkirim pesan melalui *direct message* yang bersifat lebih

*private*. Keunggulan lain yang dimiliki Instagram adalah algoritma yang mereka miliki dapat menyesuaikan preferensi dari penggunanya. Hal ini memudahkan penggunanya untuk dapat terkoneksi dengan orang atau topik yang mereka minati. Contohnya, seorang pengguna yang menyukai konten *makeup* dan hal-hal yang berkaitan dengan kecantikan. Ia dapat dengan mudah mencari dan mengikuti brand, komunitas, atau *influencer* yang berkaitan dengan bidang kecantikan di Instagram. Hanya dengan mencari *hashtag* atau *keyword* yang sesuai pada kolom search Instagram, atau mencari melalui kolom *explore*, pengguna akan langsung disajikan dengan berbagai pilihan yang sesuai dengan konteks yang sedang dicari.

Seiring berkembangnya Instagram, fitur-fitur yang dimilikinya pun semakin beragam. Berikut adalah fitur-fitur di Instagram yang digunakan untuk mengekspresian diri dan persoalan privat:

1. Home/Feeds

*Home page* atau yang sering disebut *feeds* merupakan halaman pertama yang akan dilihat pengguna saat membuka aplikasi Instagram. Pada halaman ini akan muncul postingan-postingan dari akun-akun yang pengguna *follow* atau ikuti. Dari postingan tersebut pengguna dapat memberi *likes* dan komentar. Dan pada bagian paling atas pengguna dapat melihat *stories* dari akun-akun yang mereka *follow*.

Konten foto/video yang diunggah pengguna juga akan muncul pada halaman feeds yang kemudian dapat dilihat oleh followers dan bisa muncul pada halaman explore apabila akun pengguna tidak di-*private*.

Postingan foto atau video di feeds menjadi fitur utama yang digunakan pengguna untuk mengekspresikan diri di Instagram. Melalui fitur ini pengguna mengekspresikan berbagai momen dalam hidupnya mulai dari momen bersama keluarga atau teman,

momen merayakan ulang tahun, momen wisuda, momen liburan, dan tak jarang juga ada yang mengunggah momen yang bersifat sangat personal disertai caption panjang berisi curahan hati.

Namun, terkadang pengguna tidak sadar bahwa apa yang mereka unggah menyangkut data pribadi seperti tanggal lahir, tempat pengguna bekerja atau sekolah, dan detail persoalan pribadi lainnya yang dapat disalahgunakan orang yang tidak bertanggungjawab. Selain itu, apa yang diunggah di feeds tidak akan hilang kecuali dihapus oleh pemiliknya sendiri, sehingga lebih memungkinkan adanya jejak digital.



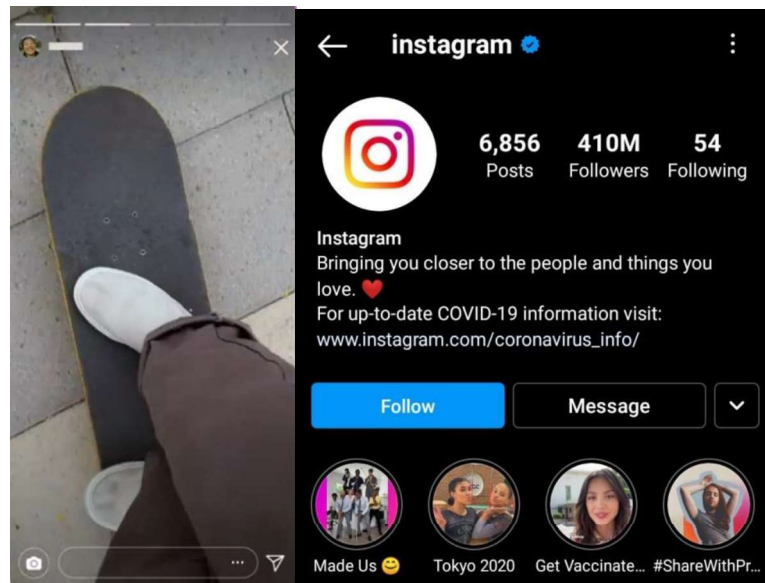
Gambar 2.1

**Gambar 2.1**  
Tampilan Home Instagram

## 2. Stories

Instagram *Stories* atau yang biasa disebut *Instastory* digunakan untuk mengunggah foto atau video dengan durasi maksimal 15 detik. Konten yang diunggah pada stories hanya akan bertahan selama 24 jam, setelah itu konten akan hilang dan hanya bisa dilihat kembali oleh pemilik akun melalui *archive*. Pengguna dapat mempertahankan *stories*-nya dengan cara menyematkan pada *Highlight* yang ada di profil pengguna. Foto atau video yang diunggah pada *stories* juga dapat ditambahkan musik, teks, stiker, gif, gambar, filter atau efek, dan fitur interaktif lainnya untuk mendapatkan *feedback* dari orang yang melihat story kita.

Sama halnya dengan konten yang diunggah pada feeds, fitur story justru lebih sering digunakan pengguna Instagram untuk mengekspresikan dirinya karena sifatnya yang sementara. Pengguna menjadi lebih berani untuk terbuka di Instagram melalui story karena setelah 24 jam konten yang diunggah pada story tidak dapat dilihat lagi oleh orang lain.

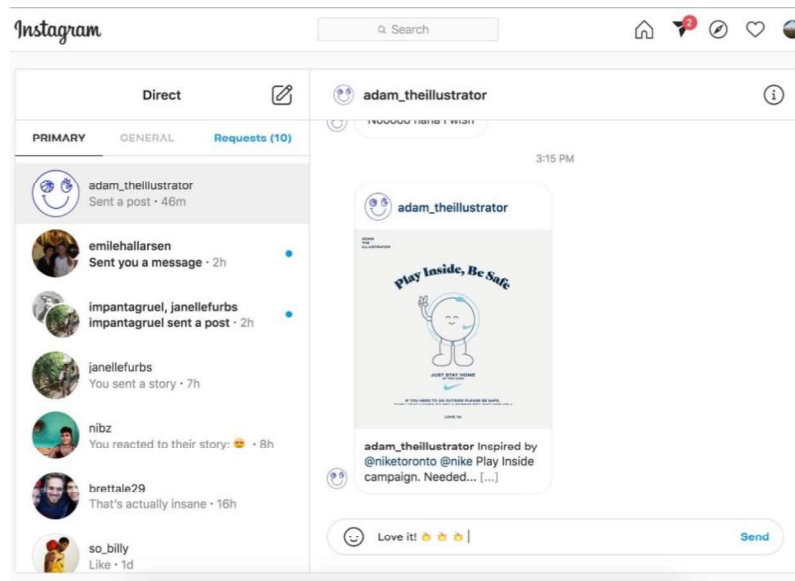


Gambar 2.2

## Tampilan Stories dan Highlight Stories pada profil pengguna Instagram

### 3. Direct Message

Melalui *Direct Message* atau DM, pengguna dapat mengirim pesan kepada sesama pengguna Instagram lain secara personal dan privat. Selain dapat mengirim pesan berupa teks, pengguna juga dapat mengirimkan foto atau video, konten postingan Instagram, stiker, gif, dan melakukan panggilan telepon atau *video call*. Kini juga ada fitur *vanish mode* yang memungkinkan pengguna mengirim pesan di *direct message* yang akan hilang setelah dilihat oleh penerima pesan. Fitur ini dapat dimanfaatkan pengguna untuk mengirimkan pesan secara personal yang sifatnya sangat privat atau sensitif.



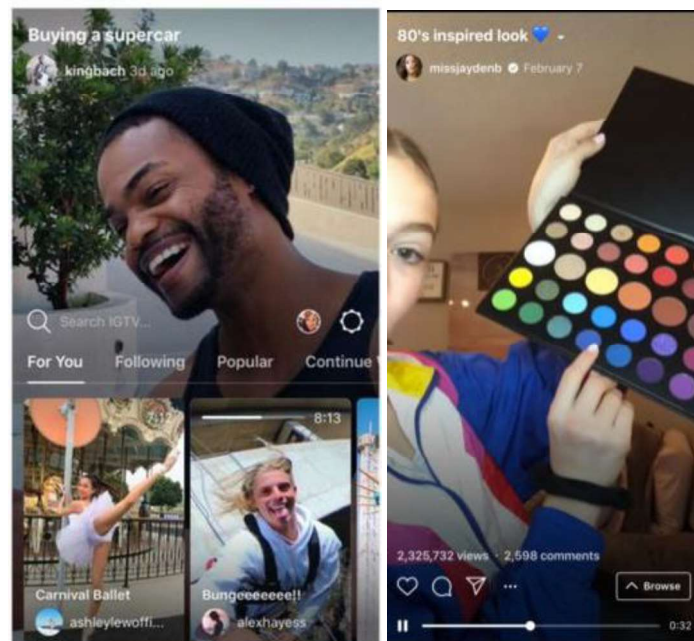
**Gambar 2.3**

Tampilan direct message

### 4. IGTV

IGTV merupakan fitur yang memungkinkan pengguna Instagram membuat dan menonton video yang berdurasi lebih dari satu menit dan berukuran sebesar layar handphone. Serupa dengan foto dan video yang ada di *feeds*, IGTV juga dapat disukai, dibagikan, dan diberi komentar.

Fitur ini jarang digunakan untuk melakukan pengungkapan persoalan privat. IGTV cenderung digunakan untuk membuat video yang bersifat hiburan atau *lifestyle* misalnya seperti video liburan, tutorial makeup, video masak, dsb. Video pada IGTV biasanya digunakan untuk mengekspresikan minat dan hobi dari penggunanya.



**Gambar 2.4**

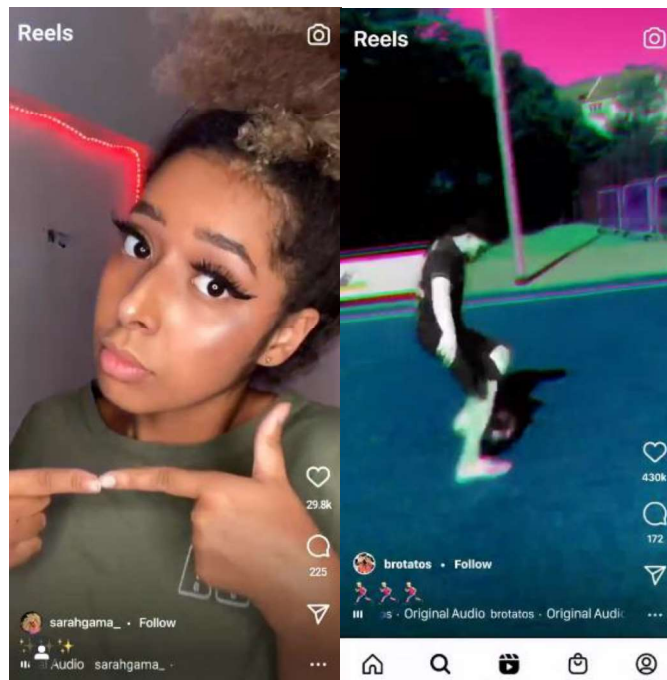
Tampilan IGTV

## 5. Reels

*Reels* merupakan fitur terbaru Instagram yang baru keluar di tahun 2021. Dengan *Reels*, pengguna dapat mengekspresikan diri melalui video pendek berdurasi hingga 30 detik, yang dapat dihias

dengan teks, filter AR, musik atau audio. Fitur *Reels* hampir menyerupai fitur yang ada di aplikasi media sosial Tik Tok.

Fitur reels cenderung tidak digunakan untuk aktivitas pengungkapan privasi. Tetapi fitur ini kerap digunakan pengguna untuk mengekspresikan diri secara singkat dan lebih kreatif.



**Gambar 2.7**

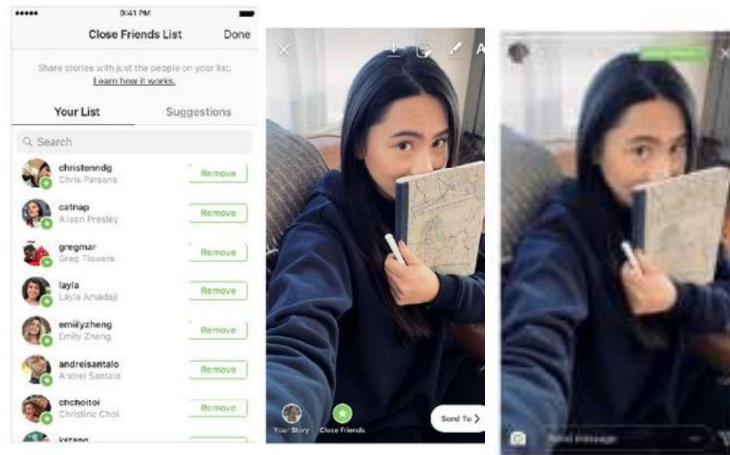
Tampilan Reels

## 6. Close Friends

*Close friends* merupakan fitur khusus pada *stories* di mana pengguna dapat memilih orang-orang tertentu yang dapat melihat *story*-nya. Dengan fitur ini pengguna memiliki kontrol lebih dalam menentukan siapa saja yang bisa melihat *story* mereka dan memungkinkan pengguna untuk berbagi sesuatu yang lebih personal.

Fitur ini sering dimanfaatkan oleh pengguna untuk mengekspresikan diri dengan lebih leluasa. Eksklusivitas dari *close*

friend membuat pengguna cenderung merasa lebih aman dalam mengekspresikan diri, bahkan mengekspresikan hal-hal yang personal atau *private* karena mereka dapat menentukan siapa saja yang dapat melihatnya.



Gambar 2.8

Tampilan close friends

## 2.2 Gambaran Umum Finstagram

Pada tahun 2016, Instagram menambahkan fitur *switch multiple account* yang memungkinkan penggunanya menambahkan hingga lima akun Instagram dalam satu perangkat. Dengan fitur ini, pengguna dapat beralih ke akun lain tanpa perlu *login* dan *logout* kembali. Fitur tersebut memudahkan pengguna Instagram yang memiliki lebih dari satu akun untuk berpindah dari satu akun ke akun lainnya, khususnya, para pengguna Finsta atau Finstagram. Dibuat terutama oleh remaja dan usia 20-an, Finstagram adalah ruang online yang bersifat intim ditujukan untuk teman terdekat dengan jumlah followers yang cenderung hanya sebanyak dua digit (Safronova, 2015).

Di Indonesia sendiri Finstagram sudah mulai populer sejak tahun 2018. Remaja Indonesia biasanya lebih sering menyebut akun Finsta dengan sebutan *second account* atau akun kedua. Finsta menjadi suatu bentuk respon anak muda terhadap tekanan dan tuntutan dalam keharusan



menjaga imej diri sesuai dengan standar sosial dalam mengunggah foto atau video di Instagram.

Sebelum trend ini memang sudah ada beberapa orang yang memiliki akun Instagram lebih dari satu. Tetapi, biasanya akun sekunder tersebut digunakan untuk urusan nonpersonal seperti akun untuk berjualan atau mengunggah portofolio (Hutomo, 2018). Selain itu, akun sekunder dulu digunakan sebagai akun palsu atau akun kosong untuk mengikuti *online shop* atau *stalking* orang lain. Kini, istilah *second account* atau Finstagram mengacu pada akun sekunder yang *private* dan digunakan untuk menunjukkan sisi diri sesungguhnya yang tidak terfilter.

Orang yang memiliki akun Finsta biasanya menyebut akun utamanya dengan *main account* atau Rinsta (Real Instagram). Rinsta adalah akun Instagram yang normal dan primer atau akun pertama di mana penggunaannya menunjukkan sisi baik dan sempurna dari hidupnya (Kang & Wei, 2018). Rinsta juga tidak terbatas pada teman-teman terdekat saja tetapi juga bisa diikuti oleh kenalan, orang tua, guru, atasan, bahkan orang yang tidak dikenal sekalipun. Perbedaan audiens pada Finsta dan Rinsta merupakan faktor pembeda utama. Finsta ditujukan untuk teman-teman terdekat, sedangkan Rinsta untuk jejaring sosial yang lebih luas. Finsta menjadi perbaikan dari *context collapse* yang terjadi pada akun Rinsta (Dewar, 2019).

Eksklusivitas akun menjadi esensi utama dari penggunaan Finstagram. Oleh karena itu, *followers* dari akun sekunder ini biasanya hanya berisikan orang-orang terdekat dan terpercaya dari pemilik akun. Terkadang ada juga pemilik akun Finsta yang melarang lawan jenis untuk mengikuti akunnya. Biasanya perempuan yang sehari-harinya menggunakan hijab. Dengan begitu, mereka bisa dengan bebas dan merasa aman untuk mengunggah foto atau video tanpa menggunakan hijab pada akun Finsta karena hanya berisikan sesama perempuan (Hutomo, 2018).

Aturan-aturan yang ada di Rinsta tidak berlaku pada Finta. Misalnya, mengunggah banyak *post/stories* di hari yang sama mungkin dianggap

mengganggu atau *spam* di akun Rinsta, namun di Finsta ini merupakan hal yang wajar. Pada Finsta pengguna Instagram tidak perlu merasa cemas harus menulis *caption* yang menarik atau menggunakan filter dan mengedit foto agar terlihat sempurna.

Rinsta dan Finsta juga memiliki perbedaan jenis konten yang signifikan. Jika dalam Rinsta seseorang menampilkan versi diri yang ideal, selalu bahagia, dan positif, pada Finsta, ia tidak segan untuk menampilkan sisi dirinya yang buruk, kisruh, rentan dan lemah. Umumnya, konten yang dibagikan pada Finsta dalam beberapa hal merupakan sesuatu yang tidak pantas, memalukan, atau bukan sesuatu yang pantas untuk dilihat oleh keluarga atau teman yang tidak cukup dekat karena menunjukkan karakteristik negatif.



**Gambar 2.9**

Contoh perbedaan konten yang diunggah pada Rinsta (kiri) dan Finsta (kanan) dari pemilik akun yang sama

Menurut Xiao et al (2020), Finstagram merupakan penggunaan ulang platform Instagram untuk menciptakan ruang yang lebih kecil dan lebih intim untuk teman dekat sebagai konfigurasi ulang yang intim. Terdapat tiga cara utama pengguna Finsta dalam mengonfigurasi ulang Instagram. Pertama, jika Rinsta mempunyai norma estetika, diri yang dipoles, dan digunakan untuk melakukan *self-branding*, Finsta dikonfigurasi ulang untuk menampilkan ketidakseriusan, humor, dan ketidaksempurnaan. Anak muda dihadapkan dengan tekanan sosial untuk selalu mempertahankan citra diri yang ideal dan sempurna di dunia online. Tekanan ini dapat datang dari lingkungan sekitar, atau potensi karir mereka di masa depan. Dengan menciptakan suatu ruang untuk menunjukkan ketidaksempurnaan melalui akun Finsta dapat mengurangi tekanan yang mereka hadapi tersebut.

Kedua, pengguna Finsta mengonfigurasi ulang norma dari apa yang mereka pandang sebagai interaksi yang dangkal dan serba cepat seperti *likes* ke interaksi yang lebih lama dan lebih dalam. Biasanya, pengguna Finsta menggunakan *caption* dan komentar yang panjang serta lebih personal. Berbeda dengan Rinsta yang mana interaksi didalamnya cenderung sebatas saling *likes* foto. Ketiga, pengguna Finsta mengonfigurasi ulang keharusan untuk mempresentasikan diri positif dan optimis ke ruang di mana negativitas, keluhan, dan kerentanan dapat diterima.

### **2.3 Finstagram Sebagai Platform Self-Expression**

Dalam menciptakan finsta, pengguna telah mengukir ruang yang lebih kecil dan lebih intim dalam sistem sosioteknik yang lebih besar untuk mengekspresikan diri alternatif dengan sekelompok teman dekat yang terpercaya (Xiao, 2020).

Anak muda yang lelah dengan keharusan membangun imaji diri yang sempurna pada akun Instagram-nya membuat akun Finsta untuk mengekspresikan versi kehidupan mereka yang tidak diedit maupun terfilter kepada suatu segmen audiens (Dewar, 2019). Finsta yang

merupakan singkatan dari Fake Instagram, adalah akun Instagram sekunder dan rahasia yang memberikan kebebasan pada pemiliknya untuk dapat mengunggah konten apapun yang mereka inginkan. Finsta menjadi platform bagi anak muda untuk mengekspresikan diri mereka secara lebih bebas dan aman. Pemilik akun Finsta bahkan tidak ragu untuk mengekspresikan sisi diri yang kurang menarik dan memalukan mulai dari ketidaksempurnaan wajah, kebiasaan buruk, hingga depresi dan kesulitan.

Sifat akun Finsta yang *private* dan terbatas untuk dilihat oleh teman-teman terdekat, membuat pengguna Finsta tidak perlu khawatir unggahannya dapat memberikan kesan negatif bagi dirinya. Mereka dapat mengekspresikan diri dengan mengunggah foto *selfie* wajah konyol, lelucon internal, curhatan pribadi dengan kata-kata kasar, film menarik yang sedang mereka tonton, cerita pengalaman lucu atau kesulitan yang sedang mereka alami tanpa perlu mengkhawatirkan pandangan orang yang tidak mereka cukup kenal terhadap mereka.

Kang & Wei (2018), menemukan tiga alasan utama seseorang menggunakan Finsta. Pertama, Finsta digunakan untuk berbagi postingan lucu seperti perilaku gila atau lelucon internal. Pengguna menginformasikan keseruan yang terjadi dalam keseharian mereka. Sedangkan Rinsta untuk menampilkan sisi keren dari kehidupan mereka. Ini dapat berguna untuk mempererat hubungan mereka dengan sesamanya.

Kedua, bagi mereka Finsta memungkinkan untuk melakukan *self-expression* yang lebih baik. Tidak hanya sisi konyol dan humoris tetapi juga untuk mengekspresikan kegilaan, emosi negatif, dan apapun yang mereka rasakan sebenarnya. Ketiga, karena Finsta menjadi suatu trend di kalangan anak muda sehingga pengguna ingin mengikuti perkembangan yang sedang terjadi dan terhubung dengan teman-temannya.

Pengguna mengekspresikan dirinya di Finsta dengan berbagai cara. Contohnya antara lain ada yang dengan mengunggah foto selfie tanpa makeup atau wajah konyol mereka di feeds, *screenshoot* chat dengan teman atau pasangan di story, memberikan opini atau komentar mereka

mengenai isu terkini di story, ada juga yang membagikan foto yang berkaitan dengan hal personal dengan disertai *caption* panjang berisikan curahan hati atau dengan video menceritakan masalah pribadi yang sedang dialami pada story.



**Gambar 2.10**

Percakapan lucu dengan orang tua yang diunggah pada instastory pada akun Finsta



**Gambar 2.11**

Curahan hati mengenai kesulitan yang sedang dialami pada feeds akun Finsta



**Gambar 2.12**

Contoh *meme* atau lelucon internal yang diunggah pada *feeds* akun Finsta

## 2.4 Fenomena Mengekspresikan Persoalan Privat pada Finstagram

Beberapa orang merasa Finsta merupakan tempat yang aman untuk pelampiasan emosional katarsis. Finsta dimanfaatkan untuk mengekspresikan emosi atau menyampaikan uneg-uneg yang sedang mereka rasakan. Namun, terkadang *self-expression* yang mereka lakukan pada Finsta terlalu berlebihan, misalnya menyangkut hal yang sensitif dan sangat personal. Secara tidak sadar mereka telah melakukan *oversharing* pada Finsta dengan mengumbar masalah pekerjaan, masalah keluarga atau pasangan, perselisihan dengan teman, mengumbar kemesraan dengan pacar, dan hal-hal berisiko lain jika tersebar. *Oversharing* ditafsirkan sebagai perilaku terlalu banyak memberikan informasi detail yang tidak pantas tentang kehidupan pribadi diri sendiri ataupun orang lain (Pertiwi, 2021).

Mengungkapkan informasi personal secara *online* memang dapat menjadi cara yang efektif untuk mendapatkan dukungan sosial. Misalnya, pengguna Instagram dapat memperoleh dukungan sosial setelah mengungkapkan emosi negatif atau isu mengenai kesehatan mental, baik karena manfaat psikologis dari pengungkapan berbasis gambar atau norma masyarakat yang menghasilkan keterlibatan positif dalam menanggapi pengungkapan tersebut. Terkadang, dengan mengekspresikan perasaan kita pada orang lain melalui media sosial dapat membantu pemulihan emosional setelah mengalami trauma. Selain itu juga terdapat kemungkinan perasaan kita divalidasi oleh orang lain dengan menyetujui dan mengekspresikan perasaan mereka (Sass, 2013).

Namun, akun Finstagram tetaplah bagian dari media sosial yang mana apapun yang kita unggah dapat meninggalkan jejak digital. Walaupun Finstagram merupakan akun yang eksklusif dan di-*private*, masih terdapat peluang apa yang kita *post* di Finsta terjadi kebocoran dan dapat tersebar luas. Seperti pada kasus yang terjadi pada aktris dan selebgram Indonesia baru-baru ini. Salah satunya yang terjadi pada Adhistry Zara, seorang aktris muda Indonesia yang baru saja viral karena video dari akun Finsta-nya

tersebar luas di media sosial. Pada video tersebut terlihat Zara sedang bermesraan dengan Niko Al-Hakim seorang pemain band dan pengusaha ternama. Video tersebut diduga diperoleh dari story close friend akun Finsta milik Zara yang kemudian disebarluaskan oleh salah satu followers-nya sendiri. Kasus tersebut menuai banyak kecaman dari netizen lantaran perbedaan usia yang cukup jauh antara Zara dan Niko untuk terlibat dalam suatu hubungan. Zara yang merupakan eks member JKT48 pada saat itu baru berusia 18 tahun, dan Niko telah berusia 27 tahun.

Kasus lain yang juga sempat ramai dibicarakan adalah konten *close friend* akun Finsta dari sahabat selebgram ternama Rachel Vennya tersebar luas di Twitter. Chelsea Veronnia, sahabat sekaligus sepupu Rachel Vennya, nampak sedang mengunggah foto Rachel dan pacarnya dengan pose bermesraan pada story akun Finsta-nya. Tentunya konten ini hanya ditujukan untuk teman-teman terdekatnya yang ada pada akun Finsta Chelsea, tetapi terjadi kebocoran dan foto tersebut malah viral di Twitter. Kasus-kasus ini menjadi bukti bahwa walaupun Finsta merupakan akun private dan eksklusif tetap saja *oversharing* di Finsta bukanlah hal yang bijak. Pengguna Finstagram tetap perlu menentukan batasan-batasan dalam mengelola privasinya pada akun Finsta.