

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Instagram merupakan sebuah layanan jejaring sosial asal Amerika yang ditemukan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010. Awalnya, Instagram dirilis sebagai aplikasi yang tersedia sebatas untuk iPhone dengan fitur utama yaitu *instant photography*, yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan menambahkan sejumlah filter warna pada foto dalam bentuk persegi, serta memberikan komentar atau *like* pada setiap foto yang diunggah oleh pengguna lainnya. Seiring dengan berjalannya waktu, fitur yang tersedia menjadi semakin beragam. Menurut situs resmi Instagram, saat ini Instagram memiliki enam fitur utama, yakni *Video, Stories, Reels, Messenger, Shopping* dan *Search & Explore*.

Di Indonesia, Instagram menempati urutan ke-3 sebagai *platform* media sosial terpopuler dengan jumlah pengguna sebanyak 99,15 juta terhitung hingga Januari 2022. Sama halnya dengan penggunaan internet yang didominasi oleh generasi Z, pengguna Instagram juga kebanyakan berasal dari kalangan muda. Hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh oleh Napoleon Cat pada kuartal-IV tahun 2021 yang menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun dengan jumlah sebanyak 34,4 juta. Dalam survei yang dilakukan oleh Global Web Index (GWI) di tahun 2021, Instagram juga disebut sebagai aplikasi favorit generasi Z (16-23 tahun).

Dilansir dari tekno.kompas.com, pada awal Februari 2016, Instagram meluncurkan fitur baru yaitu *account switching*. *Account switching* memungkinkan pengguna untuk menggunakan dua hingga lima akun pada satu *device* tanpa harus melakukan *log out* terlebih dahulu. *Account switching*

dibuat dengan tujuan memudahkan komunitas pengguna dan bisnis untuk mengatur dan beralih dari satu akun Instagram ke akun Instagram lainnya. Meski begitu, pada kenyataannya, fitur ini tidak hanya dimanfaatkan untuk keperluan bisnis. Leaver, Highfield dan Abidin (2020:28) menyebutkan bahwa hadirnya fitur *account switching* juga menunjukkan bahwa Instagram mengakomodasi keragaman suara, perspektif, serta identitas yang dimiliki oleh penggunanya. Pada awal hadirnya fitur *account switching*, Instagram bahkan mengenalkan fitur ini sebagai alat yang dapat membantu pengguna untuk menunjukkan sisi lain dari diri mereka melalui sebuah *pop-up message* berbunyi "Share a Different Side of Yourself - Create a private account to share photos and videos with a close group of followers" yang dimunculkan di *Feed* pengguna.

Melalui fitur *account switching*, Instagram memberikan kesempatan bagi para penggunanya untuk secara leluasa mempresentasikan diri mereka sesuai dengan keinginan. Menurut Michikyan, Dennis dan Subrahmanyam (2015:2), presentasi diri di media sosial merupakan sesuatu yang dapat dengan mudah dibentuk, karena itu seseorang dapat menunjukkan sisi yang berbeda untuk diri *online* mereka. Wood dan Smith (2004) dalam Nasrullah (2014:145) menyebutkan bahwa terdapat tiga tipe identitas yang digunakan dalam berinteraksi di internet, yakni *real-life identity*, *pseudonymity* dan *anonymity*. *Real-life identity* merujuk kepada siapa sebenarnya individu. Sementara itu, *pseudonymity* merujuk pada identitas yang mana identitas asli mulai tampak kabur dan bahkan menjadi palsu, meski masih terdapat beberapa hal yang menunjukkan identitas asli. Terakhir, *anonymity* atau anonim merupakan identitas dalam bentuk baru yang benar-benar terpisah dari identitas asli dan sepenuhnya tidak lagi merujuk kepada siapa identitas tersebut dimiliki.

Di Instagram, pengguna umumnya membuat akun mereka dengan menggunakan *real-life identity*. Namun, dengan hadirnya fitur *account switching*, mulai muncul banyak akun yang dibuat dengan menggunakan

pseudonymity atau *anonymity*. Akun-akun dengan identitas berbentuk *pseudonymity* atau *anonymity* biasa disebut dengan akun alter.

Seperti sebutannya, akun alter adalah alter ego dari sosok diri yang ada di akun utama. Artinya, pada akun alter, pengguna menunjukkan pribadi yang berbeda pada dengan yang ditunjukkan di akun utama. Pada akun utama yang ditujukan untuk publik, pengguna membentuk imej diri yang dirasa pantas untuk ditunjukkan oleh banyak orang. Menurut Mendelson dan Papacharissi (2010:252), dalam kehidupan sehari-hari, manusia pada dasarnya baik secara sadar maupun tidak sadar selalu berusaha untuk menentukan bagaimana cara orang lain memandang mereka dan berupaya untuk menciptakan impresi tertentu atas diri mereka. Di sisi lain, Instagram yang merupakan ruang berbasis gambar juga mendorong seseorang untuk hanya menunjukkan karakteristik diri yang positif. (Lup, Trub & Rosenthal, 2015:248). Oleh karena itu, pengguna cenderung membentuk imej yang serupa dengan dengan diri ideal mereka di akun utama.

Berbeda dengan akun utama yang menggunakan *real-life identity*, akun alter biasanya menggunakan *pseudonymity* atau *anonymity*. Pada akun ini, pengguna dapat menunjukkan diri asli mereka. Menurut Bargh, McKenna dan Fitzsimons (2002:35), hal ini dapat disebabkan oleh adanya anonimitas yang memungkinkan seseorang untuk menunjukkan perilaku yang berbeda dari apa yang biasanya ditunjukkan di ruang publik. Harter et al. (1996) dalam Michikyan, Dennis dan Subrahmanyam (2015:2) menjelaskan bahwa diri asli, atau yang biasa disebut dengan *true self*, mengungkapkan perasaan yang autentik atau sebenarnya. Pada akun alter, pengguna dapat membagikan informasi yang sungkan untuk mereka bagikan kepada orang banyak. Selain itu, Kasakowskij, Friedrich, Fietkiewicz dan Stock (2018:33) juga menyebutkan bahwa seseorang cenderung lebih banyak menilai dan memberikan komentar atas informasi yang dihadirkan pada mereka saat menggunakan sedang tidak menggunakan identitas asli.

Populernya penggunaan akun alter yang difasilitasi oleh fitur *account switching* di kalangan pengguna Instagram dapat terlihat dari tingginya penggunaan akun ganda di Instagram. Dalam riset awal yang dilakukan oleh peneliti pada 5 - 11 Mei 2023 terhadap total 30 responden remaja, ditemukan bahwa Instagram merupakan platform media sosial dengan tingkat jumlah penggunaan akun ganda tertinggi. Sebanyak 86.7% dari total responden mengaku menggunakan lebih dari satu akun di Instagram, 66.7% menggunakan lebih dari satu akun di TikTok, dan 43.3% menggunakan lebih dari satu akun di Twitter.



Gambar 1.1 Infografis Penggunaan *Alter Account* Instagram
(Sumber: <https://caping.co.id>, diakses Desember 2022)

Dilansir dari hai.grid.id, survei yang dilakukan oleh HAI di tahun 2018 terhadap 300 remaja juga menemukan bahwa 46,3% dari responden memiliki akun alter, bahkan 58% dari responden yang memiliki akun alter mengaku

memiliki 2 buah akun alter, 11% mengaku memiliki 3 akun alter, dan 9% mengaku memiliki 4 akun alter. Sebanyak 58,3%, dari responden yang merupakan pengguna akun alter menyatakan bahwa akun alternya tidak mengungkap identitas atau bersifat anonim. Terkait intensitas mengakses akun, sebanyak 41% masuk ke dalam kategori sering dan 25,2% masuk ke dalam kategori sangat sering. Tujuan dari penggunaan akun alter sendiri beragam, mulai dari untuk kebutuhan *stalking*, mengikuti akun *online shop*, menjaga kerapihan *feeds*, mencurahkan isi hati, atau sekedar *shitposting*.

Selain itu, dalam riset awal yang dilakukan di akun Instagram pribadi milik peneliti melalui fitur *Story* pada 7 Desember 2022, ditemukan juga bahwa tidak ada satupun responden yang memiliki hanya satu akun di Instagram. Dari total 11 responden, 8 di antaranya bahkan mengaku memiliki lebih dari 4 akun Instagram. Selain itu, dalam riset serupa yang dilakukan pada 6 - 9 Desember 2022 terhadap siswa SMP dan SMA di Jakarta, Semarang dan Surabaya, ditemukan pula bahwa mayoritas dari responden, baik responden siswa SMP maupun SMA, memiliki lebih dari satu akun Instagram. Untuk siswa SMP, terdapat hanya 1 dari total 10 responden yang memiliki 1 akun Instagram. Sisanya memiliki lebih dari 1 akun Instagram; 5 responden memiliki 2 akun Instagram, 3 responden memiliki 3 akun Instagram, dan 1 responden memiliki lebih dari 4 akun Instagram. Untuk siswa SMA, juga terdapat hanya 1 dari 10 total responden yang memiliki 1 akun Instagram. Sementara itu, 6 responden lainnya memiliki 2 akun Instagram, 2 responden memiliki 1 akun Instagram dan 2 responden memiliki lebih dari 4 akun Instagram.

Banyaknya jumlah remaja yang memiliki akun alter dengan menggunakan identitas lain yang berbeda dengan identitas asli sebenarnya bukan sesuatu yang mengherankan. Menurut Brown dan Prinstein (2011:360), remaja adalah fase transisi dari anak menjadi dewasa. Pada masa ini, Doster (2013:268) menyebutkan bahwa identitas diri menjadi sesuatu yang sangat penting; sesuatu yang dianggap berharga dan akan berusaha untuk dikembangkan dan dilindungi.

Remaja mengalami banyak perubahan tidak hanya secara fisik, namun juga secara psikologis. Desmita (2007:194) menjelaskan bahwa selama masa remaja, proses pertumbuhan otak mulai mencapai kesempurnaan. Remaja mengalami reorganisasi pada lingkaran saraf *frontal lobe* atau belahan otak bagian depan sampai belahan atau celah sentral. Perkembangan *frontal lobe* ini memiliki pengaruh yang besar pada kemampuan kognitif remaja. Remaja mulai mengembangkan kemampuan penalaran yang meningkatkan pertimbangan moral serta kesadaran sosial mereka. Meskipun demikian, keterampilan yang dimiliki oleh remaja dalam pengambilan keputusan masih jauh dari kata sempurna. Menurut Ang (2015) dalam Cohen-Almagor (2018:42), remaja belum memiliki pemahaman penuh terkait hubungan antara perilaku dan konsekuensi. Remaja belum memiliki kemampuan yang memadai untuk mempertimbangkan serta mengevaluasi pilihan mereka dan membuat keputusan yang layak. Di sisi lain, tingkat literasi yang dimiliki oleh remaja saat ini juga belum cukup memadai. Berdasarkan laporan Status Literasi Digital 2021 yang disusun oleh Katadata Insight Center (KIC) bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), indeks literasi digital di Indonesia pada 2021 masih termasuk dalam kategori sedang dengan skor 3,49 dari nilai maksimum 5,00. Kondisi psikologis yang dimiliki oleh remaja ditambah dengan tingkat literasi yang tidak sebanding dengan tingginya penggunaan media sosial Instagram, khususnya penggunaan akun alter, dapat memberikan dampak buruk bagi remaja.

Hadirnya fitur *account switching* yang memungkinkan seseorang untuk berselancar di Instagram secara anonim dapat berkontribusi terhadap munculnya banyak laporan akan dampak negatif dari penggunaan media sosial. Uhls, Ellison dan Subrahmanyam (2017:69) menjelaskan bahwa dampak negatif yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial di antaranya adalah *cyberbullying*, depresi, gangguan kecemasan sosial serta paparan konten yang tidak layak. Penelitian menunjukkan bahwa presentasi diri yang cenderung berisiko meningkatkan kemungkinan untuk mendapatkan respon negatif di

media sosial. Selain itu, maraknya penggunaan perangkat seluler oleh remaja juga memberikan mereka akses tak terbatas ke media sosial. Ketidakterbatasan akses ini dapat mengakibatkan terjadinya perubahan pola tidur yang dapat berujung pada depresi. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa 54% dari profil publik akun media sosial milik remaja berumur 18 tahun memuat atau merujuk kepada perilaku yang berisiko tinggi, seperti aktivitas seksual, penyalahgunaan obat-obatan, atau kekerasan.

Apabila ditinjau dari sudut pandang Ilmu Komunikasi, penggunaan identitas diri yang berbeda dengan motif serta tujuan tertentu dapat dilihat sebagai sesuatu yang negatif. Menurut Buller dan Burgoon (1996:2003), komunikasi pada dasarnya didasarkan oleh kebenaran. Morreale et al. (2004:17) menjelaskan bahwa meski komunikasi bersifat membebaskan yang berarti memungkinkan untuk dibentuknya makna, pemahaman, serta cara bertindak baru yang dapat membebaskan seseorang dari situasi yang membatasi mereka, namun komunikasi juga seharusnya bersifat fungsional. Salah satu fungsi dari komunikasi adalah untuk membangun dan menjaga hubungan yang bersifat suportif. Untuk dapat terciptanya hubungan yang demikian, diperlukan adanya rasa percaya. Menurut Bellucci, Motler, dan Park (2019:2), rasa percaya merupakan komponen penting dari terbentuknya kehidupan sosial yang memiliki kooperasi yang baik dan mendorong kesejahteraan individu. Sebelum dapat tumbuh rasa percaya, seseorang melihat karakter serta perilaku sosial yang ditunjukkan pada saat berinteraksi. Kejujuran, atau sifat dapat diandalkan dan kecenderungan untuk berbagi informasi yang tidak memuat kebohongan, disebut sebagai salah satu penentu utama dari munculnya kepercayaan.

Di samping itu, meski Instagram memperbolehkan penggunaanya untuk tidak menggunakan identitas asli, pengguna tetap dilarang untuk memasukkan data diri yang tidak sesuai dengan data diri asli saat melakukan pendaftaran akun. Pengguna juga tidak dapat meniru identitas orang lain. Hal ini termuat pada *Terms of Use* milik Instagram yang berbunyi, “*You can’t impersonate others or provide inaccurate information. - You don’t have to disclose your*

identity on Instagram, but you must provide us with accurate and up to date information (including registration information), which may include providing personal data. Also you may not impersonate someone or something you aren't, and you can't create an account for someone else unless you have their express permission.”. Selain itu, meski di Indonesia hingga saat ini belum ada peraturan yang secara spesifik membatasi tentang penggunaan identitas ganda di internet, hukum yang berlaku di Indonesia telah melarang warganya untuk memiliki lebih dari satu data kependudukan. Hal ini tertera pada UU No. 24 Pasal 63 Ayat (6) yang berbunyi: “Penduduk, sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1), hanya memiliki 1 (satu) KTP-el (Kartu Tanda Penduduk Elektronik).”

Fenomena penggunaan multi identitas personal pada akun alter Instagram oleh remaja menjadi menarik untuk dikaji karena dengan memahami fenomena tersebut dapat membantu meminimalisir dampak negatif yang muncul tidak hanya dari penggunaan akun alter saja melainkan juga dari penggunaan media sosial secara umum.

Berangkat dari uraian di atas, penelitian tertarik untuk melihat lebih lanjut tentang pengalaman remaja dalam mempresentasikan multi identitas personal di akun alter Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

Hadirnya fitur *account switching* menyebabkan terjadinya perubahan dalam penggunaan Instagram. Kemudahan yang diberikan oleh fitur *account switching* dalam menggunakan akun ganda menyebabkan munculnya akun-akun sampingan yang biasa disebut dengan akun alter. Berbeda dengan akun utama yang menunjukkan identitas asli, akun alter biasanya tidak mengungkap identitas jelas penggunanya.

Akun alter dengan keleluasaan berupa anonimitas yang dimilikinya dapat menjadi tempat bagi remaja untuk mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas. Bagi remaja yang tengah melalui masa pencarian diri, akun alter juga dapat menjadi tempat dimana remaja dapat melakukan eksplorasi terhadap identitas diri mereka. Meski begitu, anonimitas yang dimiliki oleh akun alter juga dapat memberikan efek negatif bagi para remaja. Kebebasan yang didapatkan lewat anonimitas dari akun alter dapat menjadi berbahaya apabila tidak dimanfaatkan dengan baik. Apabila ditinjau dari segi psikologi, remaja sendiri masih berada dalam fase perkembangan yang membuat mereka belum memiliki kemampuan pengambilan keputusan yang sempurna. Remaja dianggap masih kurang terampil dalam mempertimbangkan antara tindakan dan konsekuensi.

Hal ini membuat penggunaan akun alter di Instagram yang memungkinkan remaja untuk menampilkan diri mereka secara berbeda sesuai dengan keinginan mereka dapat memunculkan berbagai dampak negatif, mulai dari *cyberbullying*, depresi, gangguan kecemasan sosial hingga paparan konten yang tidak layak.

Berdasarkan pernyataan masalah yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan satu rumusan masalah, yakni “Bagaimana pengalaman remaja dalam mempresentasikan multi identitas personal di akun alter Instagram?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengalaman remaja dalam mempresentasikan multi identitas personal di akun alter Instagram.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembangan serta memberikan kontribusi berupa pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi, terutama yang berkaitan dengan Teori *Identity Management*.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi remaja serta orangtua dengan anak remaja terkait penggunaan akun alter di Instagram.

1.4.3. Signifikansi Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan bagi masyarakat umum, peneliti selanjutnya, psikolog anak, serta lembaga pendidikan yang nantinya dapat berguna untuk mencegah terjadinya dampak negatif dari penggunaan media sosial, khususnya penggunaan akun alter di Instagram pada remaja.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. State of The Art

Dalam penelitian ini, peneliti merujuk kepada beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian milik peneliti. Penelitian pertama yang menjadi rujukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Joanna C. Yau dan Stephania M. Reich pada tahun 2018 dengan judul ““*It’s Just a Lot of Work*”: *Adolescents’ Self-Presentation Norms and Practices on Facebook and Instagram*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui norma yang diterapkan oleh remaja dalam membangun presentasi diri di Facebook dan Instagram serta usaha yang dilakukan untuk membentuk presentasi diri yang positif. Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah Teori *Self*

Presentation milik Erving Goffman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa remaja, yang secara psikologis telah mampu melihat situasi dari sudut pandang orang ketiga dan menganggap penerimaan dari teman sebaya merupakan suatu hal yang penting, secara sengaja berbagi unggahan yang menurutnya tampak menarik, disukai, dan atraktif. Beberapa remaja berusaha keras untuk membagikan unggahan yang sesuai dengan norma-norma tersebut, bahkan hingga meminta bantuan dari teman-teman mereka; meski begitu, hal ini lebih banyak dilakukan oleh remaja perempuan. Selain itu, ditemukan pula bahwa remaja yang berusia lebih tua seringkali melakukan diskusi untuk mengetahui perspektif audiens saat akan mengunggah sesuatu. Persamaan yang ada dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah topik dari penelitian yang mengangkat tentang penggunaan media sosial di kalangan remaja dengan menggunakan metode kualitatif. Sementara, perbedaannya ada pada teori yang digunakan serta topik dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang terbatas pada penggunaan media sosial Instagram dan tidak secara spesifik mencari tahu tentang norma yang diterapkan melainkan tentang pengalaman penggunaan khususnya untuk akun alter.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Sijia Xiao, Danae Metaxa, Joon Sung Park, Karrie Karahalios dan Niloufar Salehi pada tahun 2020 dengan judul “*Random, Messy, Funny, Raw: Finstas as Intimate Reconfigurations of Social Media*”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana seseorang mengetahui tentang *Finsta* (*fake Instagram*), alasan dibalik pembuatan akun *Finsta*, kegunaan dari akun *Finsta*, serta efek yang didapatkan dari penggunaan akun *Finsta*. Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah Teori *Self Presentation* milik Erving Goffman dan *Feminist Theory*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa kalangan muda menghadapi tekanan sosial dengan cara melakukan konfigurasi ulang pada *platform online* dan

mengubah tujuan, norma serta ekspektasi yang mereka memiliki. Mereka melalui suatu proses yang disebut dengan *intimate reconfiguration*, dimana mereka memperlihatkan sisi diri yang lebih santai serta tidak teratur; menganggap koneksi yang mendalam lebih berharga dibandingkan koneksi yang bersifat superfisial; lebih menunjukkan ketidakstabilan emosional dibandingkan sisi diri positif seperti seharusnya. Berbeda dengan *Rinsta* (*real Instagram*) yang digunakan untuk menunjukkan sisi diri yang tertata dan serius, *Finsta* biasa digunakan tanpa filter, untuk mengunggah konten yang konyol dan terkadang tidak pantas. *Finsta* dianggap sebagai ruang aman dimana pengguna dapat mencurahkan perasaan mereka dan mendapatkan dukungan emosional serta interaksi yang lebih bermakna dan tulus. Persamaan yang ada dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah topik dari penelitian yang mengangkat tentang penggunaan akun alter di media sosial Instagram dengan menggunakan metode kualitatif. Sementara, perbedaannya terletak pada teori yang digunakan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga secara spesifik berfokus pada penggunaan multi identitas personal di kalangan remaja.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Christopher R. Darr dan Erin F. Doss pada tahun 2022 dengan judul “*The Fake One is the Real One: Finstas, Authenticity, and Context Collapse in Teen Friend Groups*”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana remaja menggunakan *Finsta* (*fake Instagram*) untuk menghadapi *context collapse* dan menjaga *authenticity*. Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah Teori *Self Presentation* milik Erving Goffman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa remaja menganggap diri mereka cukup ahli dalam membangun identitas yang ideal di *Rinsta* (*real Instagram*) milik mereka. Meski begitu, mereka menganggap bahwa apa yang mereka tampilkan di *Rinsta* tidak memuaskan dan beralih ke *Finsta*. *Finsta* dinilai dapat menjadi tempat dimana mereka dapat melawan norma

umum Instagram dengan membangun identitas diri yang autentik melalui ungkapan ekspresi emosional serta deskripsi diri yang negatif. Penggunaan akun ganda juga merupakan cara untuk menghadapi *context collapse*. Remaja menyadari tentang bahaya dari penggunaan media sosial sehingga mereka secara hati-hati menavigasi audiens mereka yang berukuran besar untuk menghindari terciptanya imej diri yang tidak diinginkan. Persamaan yang ada dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah topik dari penelitian yang mengangkat tentang penggunaan akun alter oleh remaja di media sosial Instagram dengan menggunakan metode kualitatif. Sementara, perbedaannya terletak pada teori yang digunakan serta topik dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang membahas penggunaan multi identitas personal dan bukan tentang keterkaitannya dengan *authenticity* dan *context collapse*.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Musfiah Saidah dan Hilda Trainutami pada tahun 2022 dengan judul “*Dramaturgy in Identity Formation on Social Media: A Study on Second Account Ownership on Instagram*”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pembentukan identitas di media sosial Instagram melalui penggunaan akun kedua. Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah Teori Dramaturgi, dikombinasikan dengan konsep identitas dan *self-disclosure*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa akun kedua kebanyakan digunakan oleh penggunanya sebagai tempat untuk mengekspresikan diri. Meski begitu, penggunaan akun kedua dapat memberi dampak negatif. Kebebasan yang didapat melalui akun kedua seringkali tidak dapat dikelola dengan baik oleh pengguna dan menyebabkan *over-disclosure*, atau tersebarnya informasi pribadi secara berlebihan yang dapat mengancam identitas asli pengguna. Persamaan yang ada dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah topik dari penelitian yang mengangkat tentang penggunaan akun kedua atau akun alter di media sosial Instagram dengan menggunakan metode

kualitatif. Sementara, perbedaannya terletak pada teori yang digunakan serta topik penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang secara khusus terbatas pada penggunaan akun alter di kalangan remaja.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Michelle Tao dan Nicole B. Ellison pada tahun 2023 dengan judul “*“It’s Your Finsta at the End of the Day... Kind of”*: *Understanding Emerging Adults’ Self-Presentational Changes on Secondary Accounts*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana presentasi diri pada akun Instagram sekunder (atau yang biasa disebut dengan *Finsta*) milik kalangan dewasa awal berkembang dari waktu ke waktu, dimulai dari dibuatnya akun hingga digunakannya saat ini. Penelitian ini menggunakan Teori *Presentation of Self* milik Erving Goffman dan didukung dengan konsep *Emerging Adulthood*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa perilaku *content-sharing* yang diterapkan oleh informan yang masuk ke dalam kategori umur dewasa awal di Instagram merefleksikan keinginan mereka untuk tampak lebih dewasa, terutama melalui pengelolaan konten presentasi diri yang bersifat negatif. Secara lebih lanjut, informan juga menjelaskan kesulitan yang muncul akibat adanya *context collapse*. Persamaan yang ada dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah topik dari penelitian yang mengangkat tentang penggunaan akun alter di media sosial Instagram dengan menggunakan metode kualitatif. Sementara, perbedaannya terletak pada teori yang digunakan oleh peneliti serta topik dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang secara khusus terbatas pada penggunaan akun alter di kalangan remaja, bukan kalangan dewasa awal.

1.5.2. Paradigma Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan sebuah upaya untuk menemukan jawaban dari suatu masalah. Untuk mencapai hal tersebut, peneliti memerlukan apa yang disebut dengan paradigma. Menurut Thomas Kuhn

(1970) dalam Neuman (2014:96), paradigma adalah suatu pedoman dasar untuk teori atau penelitian. Secara umum, paradigma ilmiah dapat diartikan sebagai sebuah sistem berpikir yang mencakup asumsi dasar, pertanyaan penting atau masalah yang harus dipecahkan, serta contoh dan teknik penelitian yang akan digunakan.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif. Menurut Sarantakos (1993:34), paradigma interpretif merupakan paradigma yang berusaha memahami perilaku manusia. Tujuan dari penelitian pada paradigma ini adalah menginterpretasi dan memahami alasan dibalik tindakan manusia; cara manusia mengonstruksi kehidupan mereka, sekaligus makna dan konteks dari tindakan tersebut. Secara lebih lanjut, Daymon dan Holloway (2007:5) menjelaskan bahwa para peneliti yang menggunakan paradigma ini kurang tertarik untuk mencari tahu tentang kekuatan eksternal yang mungkin menentukan perilaku manusia, dan lebih tertarik untuk meneliti selera, motivasi serta pengalaman subjektif yang dimiliki oleh manusia.

Pemilihan paradigma interpretif sebagai landasan pemikiran untuk penelitian ini didasarkan pada tujuan penelitian, yakni memahami pengalaman remaja dalam mempresentasikan multi identitas personal di akun alter Instagram.

1.5.3. *Identity Management Theory*

Fenomena yang diteliti berada pada level komunikasi interpersonal dengan konteks pertemanan. Steinberg (2007:62) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai level komunikasi dengan salah satu karakteristik utama yaitu adanya *feedback* atau respon yang diberikan secara kontinyu oleh partisipan pada pesan yang disampaikan pada satu sama lain. Karakteristik ini sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh media sosial, yang merupakan topik bahasan utama dalam penelitian, yakni interaktivitas. Menurut Zhong (2022:14-15), media sosial memiliki

beberapa karakteristik pokok, di antaranya adalah digitalisasi, interaktivitas, dan akses secara *real-time* terhadap informasi yang secara mudah dapat dibuat, didistribusikan, dan dibagikan oleh pengguna.

Media sosial merupakan sebuah kemajuan teknologi berbasis komputer bagian dari media baru yang memanfaatkan jaringan internet. Menurut Poletti dan Rak (2014:5), internet pada dasarnya diciptakan untuk memenuhi kebutuhan sosial. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana dorongan untuk berbagi informasi yang datang dari penggunaan situs media sosial membuat pengguna menciptakan sebuah identitas tertentu yang dianggap layak untuk ditampilkan secara *online*.

Adanya dorongan yang mengakibatkan seseorang merasa perlu untuk menampilkan identitas dengan standar tertentu berakibat pada maraknya penggunaan identitas ganda di media sosial. Hal ini juga dipermudah dengan hadirnya fitur berupa *account switching* di media sosial yang mempermudah penggunanya untuk mengelola lebih dari satu akun di saat yang bersamaan. Penggunaan identitas ganda yang didukung dengan fitur *account switching* hadir dalam bentuk akun alter. Akun alter merupakan akun sampingan yang pada penggunaannya hanya diperuntukkan oleh orang tertentu. Dengan kata lain, akun alter hanya dapat diakses oleh orang-orang yang mendapatkan izin dari pemilik akun. Akses ini biasanya diberikan oleh orang-orang yang dikenal dan dipercaya oleh pemilik akun. Dari hal ini, dapat dilihat bahwa fenomena yang diteliti berada dalam konteks pertemanan karena adanya kesamaan antara topik dari fenomena, yaitu penggunaan akun alter, dengan karakteristik yang dimiliki oleh pertemanan, yakni rasa percaya. Menurut Zimmermann (2004:84), karakteristik utama dari pertemanan remaja adalah mutualitas dan rasa percaya.

Selain itu, pertemanan sendiri juga memiliki peran dalam pembentukan identitas, khususnya bagi remaja. Anthony dan McCabe (2015:64) menjelaskan seseorang mengkonstruksi diri mereka dengan menjadikan

individu lain, atau yang dapat disebut dengan “*other*”, sebagai rujukan. Menurut Arnett et al. (2011:27), pertemanan mencapai puncak signifikansinya pada masa remaja. Oleh karena itu, kelompok pertemanan masuk ke dalam kategori “*others*” yang berperan penting dalam membantu remaja untuk melakukan refleksi dan membentuk diri mereka. (Anthony & McCabe, 2015:64)

Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah *Identity Management Theory*. Tadasu Todd Imahori dan William R. Cupach melalui *Identity Management Theory* menjelaskan bagaimana identitas dibentuk, dijaga, dan diubah dalam suatu hubungan. Teori ini diawali dengan asumsi bahwa setiap orang akan berusaha mencari jawaban yang dapat diterima oleh diri mereka dan orang yang mereka anggap penting dalam hidup mereka dari pertanyaan, “Siapa kita dan apa sifat dari hubungan yang kita miliki?” (Littlejohn & Foss, 2008:204)

Teori ini memiliki dua konsep utama, yaitu *face* dan *facework*. *Face* merujuk pada identitas yang diinginkan, sementara *facework* merujuk pada usaha yang dilakukan untuk membentuk *face*. Identitas yang ingin ditunjukkan oleh seseorang, atau yang disebut dengan *face*, dapat didukung dan/atau menjadi terancam. Meski begitu, kebanyakan orang berusaha sebaik mungkin untuk mendukung *face* yang dibentuk oleh orang lain dengan cara menunjukkan rasa penerimaan dan persetujuan terhadap identitas yang mereka tunjukkan dan memberikan satu sama lain sejumlah otonomi serta kebebasan tanpa adanya gangguan atau campur tangan. (Littlejohn & Foss 2008:205)

Proses manajemen identitas berlangsung tanpa akhir, namun Imahori dan Cupach menemukan bahwa proses ini dihadapi dengan cara yang berbeda dalam tahapan hubungan yang berbeda. Tahapan hubungan tersebut secara spesifik dapat dibagi menjadi tiga: 1) *trial*; 2) *enmeshment*, dan 3) *renegotiation*. Pada tahap *trial*, seseorang baru mulai memahami perbedaan

yang ada dan identitas yang mereka ingin bangun dalam hubungan tersebut. Pada tahap *enmeshment*, identitas akan terbentuk. Pada tahap ini, mulai muncul rasa nyaman dalam hubungan yang membuat seseorang dapat berbagi peraturan dan simbol komunikasi, serta membangun pemahaman yang sama dengan pihak lain dalam hubungan tersebut. Pada tahap *renegotiation*, seseorang akan dapat menyelesaikan berbagai masalah terkait identitas yang muncul dengan memanfaatkan pengalaman terkait hubungan yang telah dilalui sebelumnya. (Littlejohn & Foss, 2008:206-207)

1.5.4. Remaja, Pertemanan & Identitas

1.5.4.1. Remaja

Istilah remaja, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *adolescence*, berasal dari bahasa Latin *adolescere* yang berarti tumbuh (Graham, 2004:25). Secara psikologis, Piaget dalam Hurlock (1980:206) menjelaskan bahwa masa remaja merupakan saat di mana individu mulai masuk ke dalam kelompok masyarakat dewasa, periode dimana individu telah berada pada tingkat yang setara dengan orang tua, setidaknya terkait masalah hak.

Muang (1980) dalam Sarwono (2013:11-12) memaparkan bahwa *World Health Organization* (WHO) mendefinisikan remaja secara konseptual dengan membaginya menjadi tiga kriteria, yaitu biologis, psikologis, dan sosial ekonomi. Menurut WHO, remaja adalah suatu masa di mana:

- a. Terjadi perkembangan terhitung mulai dari saat muncul ciri seksual sekunder hingga sampai pada kematangan sosial.
- b. Terjadi pertumbuhan dari anak-anak menuju dewasa yang ditunjukkan dengan adanya perkembangan psikologis dan pola identifikasi.
- c. Terjadi perubahan pada tingkat ketergantungan sosial-ekonomi yang pada awalnya tinggi menjadi rendah atau cenderung lebih mandiri.

Batasan usia remaja menurut WHO adalah 10-19 tahun. (Baum et al., 2007:5). Secara lebih lanjut, Brown dan Prinstein (2011:360) membagi remaja menjadi tiga tahapan: remaja awal (11-13 tahun); remaja pertengahan (13-17 tahun); dan remaja akhir (17-19 tahun).

Hurlock (1980:207) menyebut masa remaja sebagai suatu periode peralihan. Pada masa ini, muncul kebingungan terkait peran yang harus dijalankan karena status sebagai individu menjadi kabur. Di lain sisi, ketidakjelasan status ini juga dapat dianggap sebagai sebuah keuntungan karena memberi kesempatan untuk mengeksplorasi cara hidup lain yang berbeda dan memilih pola tingkah laku, sifat dan nilai yang cocok dengan dirinya.

Banyaknya perubahan yang terjadi selama masa remaja menjadikannya periode yang sangat penting dalam hidup. Namun, Santrock (2003:17) menjelaskan bahwa remaja kini tidak hanya dihadapi oleh lebih banyak tuntutan dan ekspektasi yang lebih kompleks, namun juga bahaya dan godaan yang sama banyaknya dan kompleksnya. Saat ini, remaja berada pada lingkungan yang lebih tidak stabil dibandingkan beberapa dekade lalu. Maka dari itu, dibutuhkan dukungan serta bimbingan dari pihak terdekat agar dapat terbentuk sikap, perilaku serta nilai yang tepat pada diri remaja.

1.5.4.2. Pertemanan

Hojjat dan Moyer (2017:10) mendefinisikan pertemanan melalui lima karakteristik yang dimiliki olehnya, antara lain yaitu sukarela, personal, afektif, timbal balik, dan setara.

Pertemanan merupakan sebuah hubungan dimana seseorang memilih untuk menganggap dan memperlakukan seseorang sebagai teman, bukan merupakan sesuatu yang dipaksakan. Selain itu, pertemanan juga merupakan sebuah hubungan yang bersifat personal, sehingga dibangun

bukan hanya sekedar karena kedudukan dalam kelas atau kategori yang dimiliki oleh seseorang melainkan karena kualitas yang dimiliki oleh individu tersebut. Pertemanan juga merupakan sebuah hubungan afektif, dimana terdapat keterikatan emosi di dalamnya. Tidak hanya itu, pertemanan juga merupakan hubungan yang bersifat timbal balik. Artinya, pertemanan dapat dibentuk dan dipertahankan melalui komunikasi serta kegiatan yang dilakukan secara bersama dengan menunjukkan rasa hormat kepada satu sama lain. Terakhir, pertemanan merupakan sebuah hubungan yang setara, dimana kedua pihak memiliki kedudukan yang sama antara satu dengan yang lainnya. (Hojjat & Moyer, 2017:10)

Menurut Gremmen et al. (2018:192), membangun pertemanan merupakan sesuatu hal yang penting dalam masa remaja, sehingga seseorang menghabiskan paling banyak waktu dengan teman sebayanya selama masa remaja dibandingkan dengan periode lainnya selama hidup. Secara lebih lanjut, Rawlins (2017) menjelaskan bahwa kecakapan dalam menjalin hubungan pertemanan serta keterbukaan yang ada dalam hubungan pertemanan itu sendiri memainkan peran penting dalam bagaimana remaja membangun identitas mereka. Pertemanan dapat menjadi sarana bagi remaja untuk membentuk “identitas yang pantas untuk digunakan dan dapat diterima”.

1.5.4.3. Identitas dan Multi Identitas

Menurut Littlejohn dan Foss (2008:88-89), identitas dapat didefinisikan sebagai paduan gambaran yang dimiliki oleh seseorang atas dirinya. Identitas merupakan sebuah kode yang mendefinisikan keanggotaan seseorang di beragam komunitas—kode yang meliputi simbol, seperti pakaian atau kepemilikan barang tertentu; dan kata-kata, seperti deskripsi diri atau hal yang sering diucapkan; dan kesamaan makna yang dimiliki oleh diri seseorang dan anggota komunitas lainnya terhadap hal-hal tersebut.

Menurut Durante (2011:595), identitas personal terbentuk dari kenyataan dan imajinasi (virtualitas). Identitas personal dapat disebut sebagai “*open text*”, yang terbuat dari realitas dan idealitas yang bertautan. Turkle (1995:256) menyebutkan bahwa orang dewasa telah belajar untuk mengubah serta menggandakan diri mereka—namun begitu juga dengan anak-anak saat ini. Menurut Turkle (1995:180), di era postmodern seperti saat ini, multi identitas bukan lagi merupakan sesuatu yang baru. Banyak orang yang memandang identitas sebagai seperangkat peran yang dapat dicampurkan serta dicocokkan, yang ragam tuntutananya dapat dinegosiasikan. Apa yang Turkle sebut sebagai multi identitas kemudian diinterpretasikan sebagai penampilan identitas diri secara berbeda dari *single self* yang menempatkan sisi-sisi diri tersebut secara berlawanan, yakni sebagai diri yang ‘sebenarnya’ atau ‘asli’ dan diri yang ideal (Orsatti & Riemer, 2015:3). Konsep multi identitas ini memiliki keterkaitan dengan konsep *facework* yang dipaparkan oleh Imahori & Cupach dalam Littlejohn & Foss (2008:205) lewat *Identity Management Theory*. *Facework*, yang didefinisikan sebagai usaha untuk mengelola identitas, mengakui bahwa identitas bukan merupakan sesuatu yang bersifat tunggal. Hal ini selaras dengan konsep dari multi identitas yang menganggap bahwa seseorang dapat menampilkan identitasnya sebagai dua sisi yang berlawanan.

1.5.5. Komunikasi Teknologi Baru

1.5.5.1. Akun Alter

Pratiwi (2019) dalam Maulani (2021:319) menjelaskan bahwa sebutan akun alter berasal dari istilah dalam bahasa Latin yaitu alter ego yang berarti ‘aku yang lain’. Dalam *Oxford Learner’s Dictionary*, alter ego didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki kepribadian yang berbeda tetapi bertindak sebagai sisi lain dari kepribadian aslinya.

Menurut Saifulloh dan Ernanda (2018:241), akun alter ego digunakan untuk menopang kebutuhan seseorang dalam mengekspresikan dirinya tanpa perlu cemas identitasnya akan tersebar. Akun alter ego biasanya dengan sengaja dibuat menutupi identitas diri. Oleh karena itu, melalui akun alter ego, pengguna dapat mengungkapkan berbagai macam ekspresi yang biasanya tidak dapat mereka keluarkan.

Tingginya penggunaan akun alter saat ini didukung oleh hadirnya fitur *account switching* yang tersedia di beberapa platform media sosial, salah satunya adalah Instagram. DeVito dalam Taber dan Whittaker (2020:4) menyebutkan bahwa berbanding terbalik dengan pesaingnya yaitu Facebook yang melarang penggunaan pseudonim serta akun ganda dalam syarat penggunaannya, Instagram justru memberikan kemudahan pada pengguna untuk mengelola lebih dari satu akun di waktu yang bersamaan.

1.5.5.2. Instagram

Instagram merupakan salah bentuk teknologi komunikasi baru berupa aplikasi jejaring sosial berbasis foto yang ditemukan pertama kali oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di tahun 2010. Instagram berasal dari kata *instant* dan *telegram*. Nama ini dipilih karena dianggap menggambarkan apa yang ditawarkan oleh Instagram, yaitu pengalaman berbagi informasi dengan orang lain secara cepat selayaknya menggunakan telegram instan (Goto, 2020:192).

Kolb (2018:3176) menyebutkan bahwa kesuksesan Instagram dicapai dalam waktu singkat. Hanya satu jam setelah dirilis, Instagram berhasil meraih hingga 10.0000 pengguna. Instagram sukses menarik 100 juta pengguna dalam kurun waktu 3 tahun. Dikutip dari goodstats.id, data We Are Social menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif bulanan atau *monthly active user* (MAU) Instagram di seluruh dunia telah mencapai 1,45 miliar pada April 2022. Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna aktif terbanyak, yaitu 99,9 juta pengguna.

Menurut M. Fidan, M. Debbag dan B. Fidan (2021:504), Instagram populer khususnya di kalangan muda berkat kemudahan yang diberikannya dalam mengedit dan berbagi foto serta video pendek berkualitas tinggi tanpa perlu menggunakan aplikasi tambahan.

Berdasarkan informasi yang termuat di situs resmi Instagram, saat ini terdapat enam fitur utama yang ditawarkan oleh Instagram, antara lain adalah fitur *Feed*, *Stories*, *Reels*, *Messenger*, *Shopping* dan *Search & Explore*. Tidak hanya foto, kini Instagram juga memperbolehkan pengguna untuk membuat unggahan dalam bentuk video dengan durasi hingga 60 menit di kolom *Feed*. Pengguna sekarang juga dapat membagikan foto atau video berdurasi singkat yang akan hilang dengan sendirinya 24 jam setelah diunggah melalui fitur *Stories*. Foto atau video singkat yang diunggah tersebut dapat ditambahkan dengan teks, lagu, stiker atau GIF. Selain itu, dengan fitur *Reels* pengguna untuk menciptakan *multi-clip video* berdurasi maksimal 30 detik dengan menggabungkan video baik yang berasal dari *gallery* maupun yang diambil langsung dari fitur rekam video yang tersedia, dan kemudian menambahkan teks, filter AR atau audio pada video yang telah digabungkan. Selanjutnya, terdapat fitur *Messenger* yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan, foto dan video secara pribadi, berbagi unggahan yang tersedia, serta melakukan *video chat* dengan pengguna lain. Tidak hanya itu, terdapat fitur *Shopping* yang tersedia dalam bentuk *product tags* yang dapat ditambahkan pada unggahan dalam bentuk foto. Dengan menekan *product tags*, pengguna dapat memasukkan produk yang diinginkan ke dalam *wishlist* atau membelinya secara langsung dengan memilih *check out*. Terakhir, tersedia fitur *Search & Explore* membantu pengguna untuk mencari foto, video atau akun sesuai dengan ketertarikan yang dimiliki berdasarkan dengan jenis unggahan yang sebelumnya kerap berinteraksi dengan pengguna atau kata kunci tertentu yang secara langsung dipilih oleh pengguna.

1.6. Operasionalisasi Konsep

1.6.1. Remaja

Piaget dalam Hurlock (1980:206) mendefinisikan remaja sebagai saat dimana individu mengalami peralihan menuju kelompok masyarakat dewasa dari kanak-kanak. Selama masa remaja, terjadi perubahan pada diri seseorang mulai dari aspek biologis, psikologis, serta sosial ekonomi. Menurut WHO, batas usia remaja adalah 10-19 tahun dengan terbagi menjadi tiga tahapan: remaja awal (11-13 tahun); remaja pertengahan (13-17 tahun); dan remaja akhir (17-19 tahun) (Brown & Prinstein, 2011:36).

Menurut Gremmen et al. (2018:192), membangun pertemanan merupakan sesuatu hal yang penting dalam masa remaja. Secara lebih lanjut, Rawlins (2017) menjelaskan bahwa hubungan pertemanan itu sendiri memainkan peran penting dalam bagaimana remaja membangun “identitas yang pantas untuk digunakan dan dapat diterima”.

1.6.2. Multi Identitas

Identitas merupakan paduan gambaran yang dimiliki oleh seseorang atas dirinya (Littlejohn & Foss, 2008:88-89). Michael Hecht dalam Littlejohn & Foss (2008:89) menyebutkan bahwa identitas merupakan sesuatu yang tidak bersifat tetap, melainkan dapat selalu berkembang.

Identitas dapat dilihat sebagai seperangkat peran yang dapat dicampurkan serta dicocokkan, yang beragam tuntutanannya dapat dinegosiasikan (Turkle, 1995:180). Setiap orang tidak hanya dapat mengubah berbagai elemen yang ada dalam identitas mereka, melainkan juga menciptakan lebih dari satu identitas. Hal ini dapat disebut sebagai multi identitas. Menurut Orsatti & Riemer (2015:3), multi identitas dapat diinterpretasikan sebagai penampilan identitas secara berbeda dari *single*

self yang menempatkan sisi-sisi diri tersebut secara berlawanan, yaitu sebagai diri yang ‘sebenarnya’ atau asli dan diri yang ideal.

1.6.3. Akun Alter di Instagram

Akun alter merupakan akun yang menunjukkan kepribadian yang berbeda yang merupakan sisi lain dari kepribadian asli seseorang. Akun alter ego biasa dibuat dengan menutupi identitas diri asli dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan seseorang dalam mengekspresikan dirinya tanpa perlu cemas akan identitas yang dimilikinya (Saifulloh & Ernanda, 2018:241).

Di Instagram, penggunaan akun alter didukung dengan fitur *account switching*. Menurut DeVito dalam Taber dan Whittaker (2020:4), melalui fitur *account switching*, Instagram memberikan kemudahan pada penggunaannya untuk mengelola lebih dari satu akun di saat yang bersamaan.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Moleong (2018:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, mulai dari perilaku, tindakan, persepsi, motivasi, dan lain sebagainya, melalui deskripsi verbal dalam sebuah konteks yang bersifat khusus dan alamiah. Taylor, Bogdan dan DeVault (2016:7) mendeskripsikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif, atau data yang berupa kata-kata tertulis atau lisan serta tindakan yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif deskriptif, Neuman (2014:39) menjelaskan bahwa peneliti berusaha menyajikan gambaran yang

mendetail tentang orang-orang atau kegiatan sosial dengan berfokus pada pertanyaan “bagaimana” dan “siapa”.

Untuk memahami pengalaman remaja dalam mempresentasikan multi identitas personal di akun alter Instagram, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Paham fenomenologi mengasumsikan bahwa manusia secara aktif menginterpretasikan apa yang terjadi di sekitar mereka dan mencoba memahami dunia melalui pengalaman pribadi mereka (Littlejohn, Foss & Oetzel, 2017:110). Dalam penelitian dengan pendekatan fenomenologi, Creswell (2009:20-21) menjelaskan bahwa peneliti mengidentifikasi hakikat dari pengalaman manusia terkait fenomena tertentu. Peneliti mengembangkan pola serta relasi makna dari fenomena yang diteliti.

Fenomena yang dikaji dalam penelitian ini adalah fenomena penggunaan akun alter di Instagram pada remaja. Pada penelitian ini, peneliti akan mencoba untuk memahami secara mendalam terkait pengalaman remaja dalam mempresentasikan multi identitas personal di akun alter Instagram.

1.7.2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja (10-19 tahun) yang secara aktif menggunakan akun alter di Instagram. Menurut Creswell (2013:315), jumlah subjek untuk penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi biasanya berkisar antara tiga sampai sepuluh individu. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan sebanyak enam orang sebagai subjek penelitian.

1.7.3. Jenis dan Sumber Data

1.7.3.1. Data Primer

Data primer yang digunakan adalah data yang didapatkan secara langsung dari wawancara yang dilakukan dengan subjek penelitian, yakni remaja pengguna akun alter di Instagram.

1.7.3.2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan adalah data yang diperoleh dari buku, jurnal serta dokumen yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti.

1.7.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Menurut Bungin (2008:108), wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan yang dijalankan dengan didasari oleh tujuan penelitian melalui tanya jawab yang dilakukan oleh pewawancara dengan informan, baik dengan atau tanpa menggunakan pedoman.

Pertanyaan yang akan diajukan merupakan pertanyaan *open ended*. Neuman (2014:331) menjelaskan bahwa pertanyaan *open-ended* adalah jenis pertanyaan yang membebaskan informan dalam menjawab pertanyaan. Informan dapat memberikan jawaban apapun sesuai dengan keinginan. Jenis pertanyaan ini memungkinkan informan untuk menjawab secara detail sehingga cocok digunakan untuk masalah yang kompleks. Jenis pertanyaan ini dapat memberikan gambaran tentang logika, proses berpikir, dan kerangka acuan yang dimiliki oleh informan.

1.7.5. Teknik Analisis Data

Bogdan dan Biklen (2007:159) mendefinisikan analisis data kualitatif sebagai proses mencari dan menyusun secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, serta material lainnya yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk menghasilkan temuan. Teknik analisis data

yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data transendental. Menurut Moustakas (1994:103-116), teknik analisis data transendental meliputi beberapa langkah:

1. Menyajikan data yang telah didapatkan melalui wawancara yang dilakukan dengan setiap informan dalam bentuk teks tulisan (transkrip).
2. *Horizontalization*, mencakup pencatatan data yang dianggap relevan dengan fenomena yang diteliti. Peneliti menganggap setiap pernyataan yang diungkapkan oleh informan memiliki nilai yang setara.
3. *Clustering*, yakni pengelompokan pernyataan yang telah dipilih di tahap sebelumnya ke dalam sejumlah tema yang sesuai. Dari tema dan *horizon* yang telah didapat, disusun deskripsi tekstural dan deskripsi struktural. Deskripsi tekstural menggambarkan secara jelas pengalaman yang dialami oleh informan, sementara deskripsi struktural berfokus pada pemaknaan peneliti terkait bagaimana pengalaman tersebut terjadi yang bersumber dari refleksi serta analisis yang dilakukan oleh peneliti.
4. *Composite*, yaitu penggabungan deskripsi tekstural dan deskripsi struktural yang telah disusun sebelumnya menjadi sebuah deskripsi yang dapat menggambarkan fenomena secara menyeluruh. Peneliti mendeskripsikan fenomena sebagai pengalaman yang dialami oleh kelompok, bukan lagi individu.
5. *Synthesize*, atau pembuatan sintesis yang berisi makna dan esensi dari fenomena yang diteliti berdasarkan deskripsi tekstural-struktural yang telah dibuat di tahap sebelumnya.

1.7.6. Kualitas Data

Kualitas data kualitatif ditentukan oleh keabsahan (*trustworthiness*) yang ditetapkan melalui pemeriksaan. Menurut Moleong (2018:324), pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan pada beberapa kriteria, antara lain:

- a. Derajat kepercayaan (*credibility*), dilakukan oleh peneliti terhadap kenyataan ganda yang tengah diteliti melalui pembuktian yang dapat menunjukkan tingkat kepercayaan dari hasil penelitian.
- b. Keteralihan (*transferability*), berfungsi untuk memastikan adanya kesamaan antara konteks pengirim dengan penerima.
- c. Kebergantungan (*dependability*), merupakan perluasan dari konsep reliabilitas. Hal ini disebabkan oleh peninjauannya dari segi bahwa konsep memperhitungkan segala hal, termasuk yang ada pada reliabilitas itu sendiri ditambah dengan faktor-faktor bersangkutan lainnya.
- d. Kepastian (*confirmability*), merupakan pembaharuan dari konsep objektivitas-subjektivitas yang menganggap objektivitas sebagai ciri bahwa sesuatu dapat dianggap pasti, terpercaya dan faktual, sementara subjektivitas berarti sebaliknya.