

PENGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM DENGAN IDENTITAS PSEUDONYM (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *SECOND ACCOUNT* DI FISIP UHAMKA)

Putri Aulia Rahmadewi¹, Vilya Dwi Agustini².

Ilmu Komunikasi/Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Email: vilyadwi@uhamka.ac.id

Abstrak

Penggunaan identitas di media sosial menjadi tiga, yaitu *real life identity*, *pseudo identity* dan *new identity*. Dari ketiga jenis identitas ini biasanya seseorang pengguna media sosial akan menampilkan identitas yang diinginkan pengguna. *Second account* merupakan akun kedua yang mana seseorang menampilkan identitas samar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan *second account* di *instagram* dengan identitas *pseudonym*/samaran yang mana akun utama tidak cukup menjadi tempat untuk bebas mengupload dan berekspresi sehingga munculah fenomena *second account instagram*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan identitas *pseudonym* di *second account instagram* untuk menyembunyikan identitas dari orang-orang yang tidak begitu dikenal karena *second account* diperuntukkan untuk teman dekat atau sahabat, menyimpan foto pribadi, spam foto atau video dan menghindari rasa *insecure* dalam mengunggah postingan.

Kata Kunci: Second Account, Instagram, Identitas Pseudonym

PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin berkembang pesat dan cepat menjadi faktor pendukung untuk menggunakan media berbasis internet salah satunya media sosial. Kelebihan media sosial, orang dapat membuat akun dan secara tidak sadar membangun identitas yang diinginkan. Diketahui bahwa identitas pada media sosial merupakan identitas yang dapat dikonstruksi, sehingga identitas tersebut tidak harus sesuai dengan identitas sebenarnya. Kehadiran internet tersebut telah membawa perubahan besar dalam membangun identitas (Muchammad Yulianto, 2018: 490).

Menurut Wood and Smith, identitas ketika berinteraksi di internet dibagi menjadi tiga jenis, yakni *real life identity* yang menunjukkan identitas asli siapa sebenarnya individu itu, *pseudonym identity* yaitu identitas yang tidak sebenarnya tetapi masih bisa diketahui identitas aslinya dapat dikatakan identitas aslinya mulai kabur namun tetapi masih bisa diketahui identitas aslinya, dan terakhir ada *new identity* yaitu identitas baru yang berbeda sekali dengan identitas sebenarnya yang mereka miliki dan tidak bisa menunjukkan siapa individu yang memiliki akun tersebut (Smith, 2005, hal. 65)

Media sosial menjadi tempat untuk membangun identitas yang individu inginkan merupakan salah satu kelebihan dari media sosial. Media sosial yang digunakan untuk membangun identitas ialah instagram. Instagram merupakan media sosial guna mengupload foto dan video serta membagikannya kepada *followers* dengan waktu yang praktis (Kertamukti, 2019: 27).

Berdasarkan data dari Data Reportal, pengguna instagram 2023 mencapai 89,15 juta masyarakat Indonesia dan berada di peringkat ke 2 platform yang paling banyak digunakan penduduk Indonesia. Sebagian besar pengguna instagram dari kalangan mahasiswa, anak muda, dan mapan dengan rentang usia 18-34 tahun pengguna aktif instagram di Indonesia.

Banyaknya jumlah pengguna instagram di Indonesia, membuat instagram diminati oleh para remaja hingga dewasa dengan rentang usia 18-34 tahun. Fitur-fitur yang ditampilkan pada instagram sangat menarik para pengguna untuk menampilkan dirinya maupun memberikan informasi mengenai kehidupan pribadi atau kehidupan sosial mereka. Salah satu fitur yang menarik pada instagram ialah *multiple account*, pengguna dapat memiliki akun lebih dari satu. Hal tersebut dapat mendorong penggunaannya untuk membuat identitas yang berbeda di setiap akunnya.

Belakangan ini muncul fenomena *second account instagram* yang digunakan individu untuk bebas membagikan atau mengeskpresikan hal-hal pada instagram miliknya (Paramesti, 2022: 2). *Second account* dibuat oleh penggunaannya dengan

tujuan agar tidak dikenali dan tidak *terdetect* mesin pencarian, orang yang ingin mengetahui *second account* seseorang harus menjadi teman dekat terdahulu.

Kehadiran *second account* menciptakan rasa kebebasan dan kenyamanan yang dirasakan pengguna. Pengguna dapat memposting sesuatu dan membagikan hal-hal yang meliputi isi hati dan pikiran, sedih, lucu, dan dianggap privat sehingga pengguna *second account* merasa percaya diri dan nyaman berekspresi tanpa memikirkan sanggahan atau penilaian orang lain.

Second account instagram digunakan pemiliknya untuk mengungkapkan dirinya tanpa harus terlihat sempurna. Dapat dikatakan hal tersebut merujuk kepada identitas *pseudonym*, yaitu identitas yang mempunyai karakter dan sifat berbeda dari akun utama yang menggunakan identitas asli atau *real life identify* (Pringle, 2017 dalam Primadina, 2020:3).

Fenomena yang dijelaskan pada latar belakang memiliki urgensi atau tujuan untuk diteliti karena kemunculan identitas *pseudonym* pada *second account* media sosial instagram semakin banyak dengan berbagai macam tujuan penggunaannya dan menjadi trend pada masyarakat. Oleh karena itu, peneliti tertarik meneliti dengan judul "Penggunaan *Second Account* di *Instagram* dengan Identitas *Pseudonym* (Studi Kasus Pengguna *Second Account* di FISIP UHAMKA)".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode studi kasus. Karena penelitian ini menggali sebuah fenomena sosial di media sosial khususnya Instagram. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan guna memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian seperti persepsi, perilaku, motivasi, tindakan dan lain-lain dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata (Moleong, 2006). Menurut Mulyana mendefinisikan studi kasus sebagai uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, kelompok, organisasi (komunitas), program, atau situasi sosial (Mulyana, 2010: 201). Dengan menggunakan metode

tersebut, pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Informan dalam penelitian merupakan mahasiswa FISIP UHAMKA yang memiliki kriteria sesuai dengan penelitian. Mahasiswa-mahasiswi ini memiliki akun lebih dari satu di instagram, aktif menggunakan akun keduanya, dan menggunakan identitas *pseudonym* atau samaran di akun kedua tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dapat dianalisis dengan teori media baru milik Pierre Levy mengenai pandangan interaksi sosial dan integrasi sosial yang ada di dalam teori media baru. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi pada zaman saat ini, membuat proses komunikasi berjalan dengan mudah dan cepat dengan adanya *new media* jarak dan waktu tidak menjadi hambatan. Kecanggihan teknologi yang semakin pesat mendorong media sosial instagram sebagai media baru untuk menciptakan fitur menarik salah satunya fitur *multiple account*, yang mana pengguna bisa bebas membuat akun lebih dari satu yang ternyata memunculkan fenomena *second account di instagram*. Dimana mahasiswa FISIP UHAMKA sebagai generasi penikmat teknologi lebih memilih untuk membuat akun kedua di instagram. Terdapat narasumber yang mengatakan tertarik membuat *second account instagram* karena lebih mudah untuk membuat dibandingkan di media sosial lain. Fitur yang terdapat di *instagram* memberikan kemudahan untuk orang meng-*install second account* karena tidak membutuhkan data pribadi dibandingkan media sosial lainnya seperti facebook yang membutuhkan data pribadi lebih banyak.

Pesatnya perkembangan teknologi yang terjadi saat ini memunculkan identitas yang dibentuk pengguna saat berinteraksi di internet. Menurut Wood and Smith, identitas ketika berinteraksi di internet terbagi menjadi tiga, salah satunya *Pseudonym Identity*. pada penelitian ini kelima informan memutuskan untuk menggunakan identitas *Pseudonym/samaran di second account instagram*.

Observasi yang dilakukan peneliti, akun utama dibangun dengan identitas asli yang menggunakan nama asli serta profil dengan identitas sebenarnya untuk kepentingan *branding* di media sosial. *Followers* pada akun utama rata-rata adalah teman dari Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Keatas, Universitas, keluarga, sodara, teman kenal, dan lain-lain. Hal tersebut yang memicu bahwa pengikut di akun pertama terlalu banyak dan umum, pengguna tidak ingin mengambil resiko untuk lebih terbuka dan bebas di akun tersebut karena dapat menimbulkan kritik oleh para pengikutnya yang tidak terlalu dekat.

Itu sebabnya informan memiliki akun kedua yang menggunakan identitas *pseudonym* yang mana identitas tersebut tidak dapat diketahui oleh orang lain selain teman terdekatnya yang diberitahu. Mereka memilih *second account instagram* menjadi ruang untuk menampilkan diri mereka secara bebas dan terbuka tanpa harus memikirkan tanggapan dari followers, karena *second account* dengan *pseudonym* hanya dibagikan kepada teman yang lebih dekat.

Alasan mereka menggunakan identitas *pseudonym*/samaran di *second account* karena agar bisa menyaring siapa saja yang akan memfollow akun tersebut, menyembunyikan identitas dari orang-orang yang tidak begitu dikenal supaya akun tersebut sulit ditemukan ketika orang lain hendak mencarinya. Identitas *pseudonym*/samaran. Pengguna memiliki rasa aman dan nyaman dengan orang-orang yang berada di *second account instagram* untuk berbagi foto dan video karena yang termasuk orang-orang tersebut adalah teman terdekatnya.

Pseudonym identity di media sosial terlihat dari bagaimana mereka membuat nama akun, foto profil, dan pengaturan privasi. Dari hal tersebut mereka membuat identitas samaran dengan nama, profil yang tidak sebenarnya, dan pengaturan *privasi* dengan tujuan agar tidak dikenali banyak orang sehingga hanya beberapa orang saja yang bisa mengetahui yaitu teman dekatnya.

Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan, informan menggunakan identitas *pseudonym* pada nama akun *second account instagram* mereka.

Penggunaan identitas *pseudonym* terdiri dari hal yang disukai seperti nama akun @babycattt yang artinya bayi kucing. Nama akun @hiduppyanggabutt yang menggambarkan seperti dirinya. Memplesetkan nama aslinya seperti @pinikioo.

Selain penggunaan nama samaran, mahasiswa FISIP UHAMKA juga menggunakan foto profil yang disamarkan atau bukan menggunakan foto dirinya dengan jelas. Pada akun instagram penggunaan foto profil tidak begitu mencolok karena hanya menampilkan bulatan kecil, namun mahasiswa FISIP UHAMKA menggunakan foto samaran karena tidak ingin diketahui, hal ini dapat terlihat dari hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa beberapa informan menggunakan foto profil samaran di *second account instagram*. Penggunaan foto profil yang disamarkan merupakan bagian pelengkap agar penyamaran mereka tidak terekspos oleh orang yang tidak dikenali.

Terdapat juga penggunaan fitur privasi yang terdapat di instagram, digunakan agar pengguna tertentu saja atau *followers* yang bisa melihat apa yang kita unggah dan *share* sehingga mengurangi resiko informasi tersebar luas di internet. Berdasarkan hasil observasi, satu dari lima mahasiswa FISIP UHAMKA mem-*private second account instagramnya* dengan alasan agar tidak bisa diakses secara bebas oleh banyak orang karena *second account instagram* merupakan akun *privasi* yang bisa dijangkau oleh orang-orang tertentu saja seperti teman dekatnya

Pekembangan teknologi yang semakin maju melihat bahwa eksistensi bisa dilakukan melalui media sosial salah satunya *second account* di *instagram*. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa informan lebih aktif menggunakan *second account instagram*. Dengan *second account* mereka merasa lebih eksis dan ingin hadir melalui *instagram story* dan *feed* untuk membagikan kegiatan maupun pengalaman mereka kepada *followers* terdekatnya. Akun utama memiliki *followers* yang banyak dan hampir tidak terlalu dekat sehingga pengguna merasa tidak bebas untuk mengupload di akun utama sedangkan pada *second account* dengan *pseudonym* merasa enjoy untuk mengupload kerandoman post

tentang dirinya, karena *followers* yang ada di *second account* sudah terseleksi untuk teman dekat saja sehingga mereka bisa lebih tau personal sebenarnya seperti apa. Jadi di *second account* mereka dapat menunjukkan sosok dan kepribadian mereka lebih terbuka dan leluasa kepada orang-orang terdekatnya. Seperti tempat yang dikunjungi, lagu yang disukai, kpop kesukaan, aktivitas yang dijalani semua diperlihatkan melalui *second account instagram*.

Para mahasiswa memutuskan untuk menggunakan *second account instagram* dengan identitas *pseudonym* dengan tujuan karena merasa mendapatkan kenyamanan di akun keduanya karena hampir semua *followersnya* teman yang dikenal dekat. *Second account instagram* bukanlah akun yang kaku melainkan menjadi tempat yang santai dan aman di karenakan akun kedua tersebut berisikan orang-orang terdekat yang dipercaya. Konten yang diunggah para informan beragam yaitu berupa unggahan foto bersama pacar, kpop, foto aib, video game, share lagu spotify, film rekomendasi, serta foto selfie yang tidak bisa dibagikan/diperlihatkan ke semua orang. Curahan hati yang memperlihatkan rasa kesal, senang, bahkan sedih dapat diperlihatkan di dalam *second account instagram*. Salah satu informan mahasiswa Fisip Uhamka pengguna *second account instagram* ada yang menjadikan akun keduanya saat covid-19 terjadi digunakan untuk membagikan/mengupload tugas kuliah serta project kerjaan.

Dari hasil penelitian yang ditemukan di lapangan bahwa pengguna awalnya membuat *second account* di *instagram* karena mengikuti teman-temannya yang lebih awal memiliki *second account instagram*, semakin lama *second account* tersebut membuat pengguna merasa aman, nyaman, dan lebih aktif di *second account*. Hal tersebut bisa dilihat bahwa perkembangan media erat kaitannya dengan perkembangan teknologi. Teknologi yang semakin pesat membuat celah untuk media menghadirkan ruang yang baik untuk penggunaanya.

Teori penelitian ini yaitu teori media baru yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai

perkembangan media. Hal ini lah yang terjadi pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Sebagaimana yang dijelaskan dalam konsep teori komunikasi massa media baru meliputi dua asumsi yaitu: pendekatan interaksi sosial dan pendekatan integrasi sosial

Pandangan interaksi sosial yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu *second account instagram* yang digunakan oleh mahasiswa FISIP UHAMKA untuk mengekspresikan dirinya secara bebas seputar kehidupan atau kegiatan pribadi yang tidak bisa ditampilkan di akun utama dengan melalui *second account instagram*. Pengguna lebih merasa eksis dan ingin hadir melalui *instagram story* dan *feed* untuk membagikan kegiatan maupun pengalaman mereka kepada *followers* terdekatnya. Melalui akun tersebut informasi dapat dengan mudah disampaikan dan terjalinnya komunikasi dengan *followers* atau bisa dikatakan teman dekatnya tanpa harus melakukan interaksi tatap muka. Hal inilah yang menggabungkan eksistensi diri dengan interaksi sosial.

Pandangan integrasi sosial pada penelitian ini, media diritualkan karena menjadi kebiasaan. Media *instagram* khususnya *second account* menjadi kebiasaan oleh pengguna FISIP UHAMKA yang secara tidak langsung pengguna telah menciptakan akses sebagai tempat untuk saling bertukar pikiran, informasi dan membagikan isi hati, pikiran, emosi dalam sebuah jaringan dan virtual. Pengguna FISIP UHAMKA lebih aktif menggunakan *second account instagram* dengan frekuensi membuka 3-5 kali setiap harinya untuk mengupload postingan pada *story* atau *feed* yang berguna untuk mengekspresikan dirinya secara bebas di *second account instagram*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Teknologi berpengaruh besar dalam kehidupan manusia. *New Media* melihat bahwa perkembangan teknologi di media sosial ternyata bisa menjadi

ruang untuk orang bebas berekspresi dan terbuka. *Instagram* bergerak cepat mengikuti perkembangan teknologi demi memuaskan penggunanya, fitur *multiple account* diciptakan oleh *instagram* guna menciptakan dua akun *instagram* sekaligus dan banyaknya para pengguna yang menggunakan fitur tersebut terciptalah *second account* untuk kebebasan mengunggah kehidupan sosial ataupun pribadi. Adanya teknologi juga melihat bahwa identitas di media sosial bisa *dikontruksi* sesuai dengan yang diinginkan penggunanya. Salah satunya yaitu identitas *pseudonym*.

Identitas *pseudonym*/samaran pada *second account instagram* yang digunakan oleh mahasiswa FISIP UHAMKA terlihat dari nama akun/*username* menggunakan nama dengan identitas tidak sebenarnya, foto profil/avatar bukan dirinya, serta akun dengan fitur privasi. Pada penelitian ini ditemukan penggunaan identitas *pseudonym* di *second account instagram* untuk menyembunyikan identitas dari orang-orang yang tidak begitu dikenal karena *second account* diperuntukkan untuk teman dekat atau sahabat, menyimpan foto pribadi, spam foto atau video dan menghindari rasa insecure dalam mengunggah postingan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Deddy, M. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Levy, Pierre. (2010). *New Media Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga
- Moleong, Lexy J., 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Smith, A. J. (2005). *Online Communication Linking Technology, Identity & Culture*. London: Lawrence Erlbaum Associates.

Artikel dalam jurnal atau majalah:

- Account Instagram dalam Perspektif Etika Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 2. Paramesti, Ayu Rahma, R. P. (2022). Penggunaan Pseudonym di Second
- Kertamukti, Rama, N. W. (2019). Kontruksi Identitas Melalui Stories Highlight Instagram Kalangan Kelas Menengah. *Jurnal Aspikom*, 4(1), 27.
- Yulianto, Muchamad, S. B. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Undip*, 6(4), 490.

Skripsi, tesis, disertasi, laporan penelitian

- Primadina. (2020). Kontruksi Identitas Akun Pseudonym Di Instagram (Studi Kualitatif Pada Pengguna Second Account Instagram). Undergraduate thesis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Internet (artikel dalam jurnal online).

- Data Reportal, 2023. Digital 2023: Indonesia (<https://datareportal.com/essential-instagram>), diakses 15 Maret 2023.