

Pemanfaatan *Second Account* Instagram oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya untuk Menghindari Stigma Validasi Sosial (Studi Fenomenologi pada Tiga Mahasiswa)

¹Aristawidyana Salsabila, ²Novan Andrianto, ³Widiyatmo Ekoputro
^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
aristawidyana08@gmail.com

Abstrak

Media sosial telah menjadi ruang ekspresi diri di era digital, terutama bagi mahasiswa yang berada dalam fase pencarian identitas. Instagram sebagai platform populer kerap memunculkan tekanan validasi sosial yang membuat pengguna merasa perlu menampilkan citra diri ideal. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya memanfaatkan *second account* sebagai respons atas tekanan tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode fenomenologi Alfred Schutz. Informan berjumlah 3 orang mahasiswa angkatan 2021, terdiri dari 2 informan utama dan 1 triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* digunakan sebagai ruang aman untuk mengekspresikan diri tanpa takut akan penilaian publik. Mahasiswa secara sadar melakukan seleksi audiens, membagikan konten yang bersifat personal, spontan, dan emosional. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan *second account* adalah bentuk strategi komunikasi digital dalam mengelola identitas diri dan menghindari stigma validasi sosial.

Kata kunci: *Second account*, Validasi sosial, Identitas diri, Instagram, Mahasiswa

Abstract

Social media has become a space for self-expression in the digital era, especially for university students who are in the phase of identity exploration. Instagram, as a popular platform, often creates pressure for social validation, leading users to feel the need to present an ideal self-image. This study aims to understand how Communication Science students at Untag Surabaya utilize second accounts as a response to such pressures. A qualitative approach was employed using Alfred Schutz's phenomenological method. The informants consisted of three students from the 2021 cohort, including two primary informants and one for triangulation. The results show that second accounts are used as a safe space to express oneself without fear of public judgment. Students consciously engage in audience selection and share content that is personal, spontaneous, and emotional. These findings suggest that the use of second accounts is a form of digital communication strategy for managing self-identity and avoiding the stigma of social validation.

Keywords: *Second account, Social validation, Self-identity, Instagram, University students*

Pendahuluan

Perkembangan media sosial saat ini merupakan tanda dari pesatnya kemajuan teknologi. Dengan adanya kemajuan teknologi membawa perubahan terhadap interaksi digital dan cara seseorang menunjukkan diri (Hartanti, 2024). Perkembangan media sosial ini ditandai dengan adanya Instagram. Instagram merupakan platform yang cukup dikenal oleh masyarakat khususnya mahasiswa, instagram digunakan sebagai alat untuk membentuk *image* dan pencitraan. Mayoritas mahasiswa memiliki 2 akun, yakni *first account* dan *second account*. Namun kenyataannya mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya menggunakan *first account* kerap kali dibayangi oleh tuntutan sosial yang tinggi. Contohnya seperti merasa harus mendapatkan *likes* dalam jumlah yang banyak, komentar yang positif dan bersifat memuji, hingga jumlah *followers* yang banyak. Hal ini mengakibatkan pengguna merasa terjebak dalam dunia digital yang dipenuhi akan validasi sosial, padahal hal ini tidak selalu mencerminkan jati diri mereka.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya merupakan generasi muda yang aktif dalam menggunakan media sosial. Mereka mencari cara agar bisa terhindari dari tekanan yang muncul pada *first account*, yaitu dengan menciptakan *second account* sebagai tempat yang *private* dan lebih bebas dalam menunjukkan sisi diri mereka secara personal tanpa merasa khawatir oleh penilaian atau opini publik (Widagdo, 2024). *Second account* memungkinkan mahasiswa dalam mengunggah konten apa saja yang bersifat personal, seperti curhatan hati, konten pribadi, hingga konten apapun yang tidak sesuai dengan standar estetika seperti pada *first account*.

Penelitian ini menggunakan teori identitas diri yang telah dikemukakan oleh George Herbert Mead. Teori ini digunakan untuk memahami penggunaan *second account* dalam lingkup mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. Dalam teori identitas diri oleh George Herbert Mead, mengatakan bahwa menurutnya Identitas Diri merupakan hasil dari proses sosial yang terbentuk melalui interaksi individu dengan lingkungan sosialnya. Ia membagi konsep diri menjadi 2 komponen utama yaitu, "I" dan "Me". "I" merupakan aspek yang spontan, subjektif, dan aktif diri. Lalu, "I" merupakan respon dari individu terhadap sikap orang lain yang tidak dapat terprediksi sepenuhnya.

“Me” merupakan aspek reflektif dari diri, yang terbentuk melalui internalisasi sikap, pandangan, dan ekspektasi orang lain. “Me” merupakan hasil dari proses sosial yang telah diserap oleh individu (Wibisono & Musdalifah, 2020). Terdapat penelitian terdahulu dan hasil dari penelitian tersebut adalah adanya *second account* menjadi ruang untuk keterbukaan diri dari pelarian pencitraan (Ardiesty et al., 2022). Pada penelitian ini akan membahas bagaimana pemanfaatan *second account* oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya untuk menghindari stigma validasi sosial.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi oleh Alfred Schutz. Metode kualitatif merupakan penelitian yang hasil datanya tidak diuji menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2020). Alasan peneliti memilih metode ini adalah karena topik yang diambil memiliki keterkaitan dengan metode kualitatif dan sumber datanya didapatkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan pendekatan ini dapat menganalisis lebih dalam dari pengalaman personal mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya dalam menggunakan *second account*. Pemilihan informan dilakukan sesuai kriteria yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya angkatan 2021 dan yang aktif menggunakan instagram sekaligus memiliki *second account*. Ada 3 informan yang telah dipilih melalui seleksi sesuai kriteria, yaitu 2 informan utama dan 1 informan triangulasi yang merupakan teman dekat sekaligus mutual *second account* dari 2 informan utama.

Pengumpulan data dilakukan dengan 3 proses, yakni wawancara mendalam, observasi terhadap akun instagram informan, dan dokumentasi. Analisis data oleh pendekatan fenomenologi dilakukan dengan cara *Ephoce, Horizontalitation, Clustering of Meaning, Textural Description, Stuctural Description, Essense*.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mendapatkan hasil temuan tentang strategi mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya dalam menggunakan *second account* sebagai ruang yang aman dari tekanan validasi sosial. Mereka menggunakan *second account* untuk menghindari tuntutan sosial, komentar negatif, tuntutan menjadi sempurna yang membuat mereka merasa terbebani. Temuan menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan *second account* untuk mengekspresikan emosi dan konten pribadi tanpa tekanan dari ekspektasi publik. Mereka menyebut akun ini sebagai ruang nyaman untuk menjadi diri sendiri. Hal ini dapat dijelaskan dengan teori Identitas Diri George Herbert Mead. Mead membagi identitas menjadi dua komponen: “I” dan “Me”. “I” mewakili sisi diri yang spontan, personal, dan tidak dibentuk oleh ekspektasi sosial. Sedangkan “Me” adalah refleksi dari diri yang dibentuk oleh norma, nilai, dan pandangan masyarakat. *Second account* adalah representasi dari “I”, tempat mahasiswa mengekspresikan sisi diri yang tidak tersaring, jujur, dan tidak dituntut untuk mengikuti standar publik. Sebaliknya, *first account* lebih mencerminkan “Me”, di mana individu menampilkan versi diri yang telah disesuaikan dengan harapan sosial demi citra publik.

Mahasiswa secara sadar memilih siapa saja yang diizinkan mengikuti *second account*. Pemilihan audiens dilakukan berdasarkan tingkat kepercayaan dan kedekatan emosional. Proses ini menunjukkan bagaimana mahasiswa mengatur representasi identitas berdasarkan konteks sosial yang berbeda. Mereka menyesuaikan diri terhadap lingkungan sosial yang lebih sempit (*inner circle*) dan menunjukkan identitas personal kepada kelompok tersebut. Hal ini selaras dengan konsep *generalized other* dalam teori Mead yaitu bagaimana individu menyesuaikan perilakunya berdasarkan persepsi terhadap kelompok sosialnya. Dalam *second account*, mahasiswa menciptakan “komunitas mini” yang tidak menuntut pencitraan, sehingga memungkinkan mereka untuk tampil lebih otentik.

Jenis konten yang dibagikan di *first account* bersifat formal dan estetik. Sebaliknya, konten di *second account* bersifat personal, spontan, dan emosional berupa selfie, curhatan, lagu, atau momen kecil sehari-hari. Perbedaan ini mencerminkan adanya pemisahan identitas digital antara citra sosial dan ekspresi diri. Hal ini sejalan dengan ide Mead bahwa identitas diri bersifat dinamis dan terbentuk melalui interaksi simbolik dengan lingkungan sosial. Dalam *first account*, interaksi lebih luas dan penuh penilaian, sementara di *second account*, interaksi lebih intim dan mendorong ekspresi diri tanpa kontrol sosial yang kuat.

Second account mencerminkan aspek “I”, di sini mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya menampilkan sisi dari diri mereka secara jujur dan spontan. Hal ini sesuai dengan aspek “I” karena bagian dari diri yang bebas tanpa terikat aturan apapun. Lalu pada *first account* mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya mencerminkan aspek “Me”, karena di sini mahasiswa menunjukkan diri mereka secara lebih terkonsep yang sudah disesuaikan dengan ekspektasi sosial yang ada.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya membagi identitas mereka kedalam 2 akun, pada *first account* sebagai pencitraan sosial dan *second account* sebagai bentuk kebebasan berekspresi. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh George Herbert Mead yang mengatakan bahwa identitas tidak tunggal, melainkan fleksibel dan situasional. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya juga melakukan *generalized other*, yaitu dengan hanya memperbolehkan orang tertentu dan terdekat saja untuk mengikuti *second account*. Hal ini menunjukkan bahwa mereka menyesuaikan perilaku dan ekspresi diri berdasarkan penilaian terhadap kelompok sosial tertentu konsep ini disebut Mead sebagai *generalized other*.

Penutup

Penggunaan *second account* oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya adalah bentuk adaptasi terhadap tekanan validasi sosial yang muncul dari budaya digital di Instagram. Mahasiswa secara sadar membagi persona digital mereka untuk menjaga keseimbangan antara pencitraan dan kejujuran diri. *Second account* menjadi ruang aman, tempat membangun identitas diri yang lebih otentik. Fenomena ini mencerminkan dinamika komunikasi interpersonal di era media sosial yang sarat ekspektasi. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman strategi komunikasi digital mahasiswa dalam membentuk dan menegosiasikan identitas diri.

Saran yang peneliti berikan adalah mahasiswa memerlukan adanya kesadaran terhadap pentingnya dalam mengelola identitas dan membatasi penggunaan media sosial secara berlebih yang dapat membuat perasaan minder akan tekanan sosial. Selanjutnya bagi pengguna *second account* juga diharapkan menjaga privasi terhadap konten yang telah dibagikan di *second account*, karena konten yang telah dibagikan berada di lingkup media sosial yang lebih tertutup. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih luas dalam menjangkau informan.

Daftar Pustaka

- Aliffianto, A. Y., & Andrianto, N. (2022). *Sustainable Tourism Development From The Perspective Of Digital Communication*. Jurnal Studi Komunikasi, 6(1), 110-125.
- Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2020). *Brand Image Among The Purchase Decision Determinants*. Jurnal Studi Komunikasi, 4(3), 700-715.
- Ardiesty, T. M., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2022). Motif Dan Makna Second Account Instagram Bagi Mahasiswa Di Kota Karawang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 3118–3126. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Hartanti, J. (2024). *Eksistensi second account instagram dalam pengungkapan identitas diri generasi z (studi kasus sma arrahman depok)*.
- Jupriono, J., Palupi, M. F. T., & Andrianto, N. (2024). Conceptualization of the core (Communication-oriented revitalization enhancement) Perspective as strengthening destination branding in the East Java Mangrove Area. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 9461-9471.
- Wibisono, M. D., & Musdalifah. (2020). Pengembangan Skala Identitas Sosial: Validitas, dan Analisis Faktor Konfirmatori. *Jurnal Unissula*, 15(1), 60.
- Widagdo, M. B. (2024). Fenomena Second Account Oleh Mahasiswa Pada Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 12(3), 744–751.