

Keterbukaan Diri Generasi Z dalam *Second Account*

Cahya Suryani¹, Puradian Wiryadigda²

^{1,2}Masyarakat Anti Fitnah Indonesia

Cahyasuryani01@gmail.com¹, Puradian86@gmail.com²

Abstract

The pandemic has had a significant effect on the addition of social media users. This phenomenon can be interpreted as one individual having more than one social media account. Instagram is one of the social media that is used to share personal information, with its various features. The personal information that is shared is related to the process of self-disclosure on social media which carries the risk of spreading the uploaded information. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach that focuses on the participants' meaning of life experiences in order to be able to describe these experiences in depth. The experience studied is Generation Z's self-disclosure on social media. Selection of participants using purposive sampling technique. The results of the study found that all participants had more than one social media account because it was an obligation and necessity to use social media. This is because there is a link between self-disclosure and private information shared on social media. There are seven themes of findings in this study (1) the beginning of the second account, (2) self-reflection of social media, (3) the meaning of alay, (4) Free but has posting signs, (5) Post Restrictions, (6) circle of friends and (7) Be aware of digital footprint as self-branding.

Keywords: Self-disclosure, Generation Z, Second account

Abstrak

Pandemi memberikan pengaruh signifikan terhadap penambahan pengguna media sosial. Fenomena ini bisa diartikan satu individu memiliki lebih dari satu akun media sosial. Instagram merupakan sebagai salah satu media sosial yang digunakan untuk membagikan informasi pribadi, dengan berbagai fitur yang dimilikinya. Informasi pribadi yang dibagikan memiliki keterkaitan dengan proses keterbukaan diri di media sosial yang memiliki resiko tersebarnya informasi yang diunggah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang berfokus pada pemaknaan partisipan atas pengalaman hidup agar dapat menggambarkan pengalaman tersebut secara mendalam. Pengalaman yang dikaji adalah Keterbukaan diri Generasi Z di sosial media. Pemilihan partisipan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menemukan bahwa seluruh partisipan mempunyai akun media sosial lebih dari satu karena sebagai kewajiban dan keharusan dalam menggunakan media sosial. Hal tersebut karena terdapat kaitan antara keterbukaan diri dan informasi privat yang dibagikan di media sosial. Terdapat tujuh tema temuan dalam penelitian ini (1) awal mula second account, (2) media sosial cerminan diri, (3) arti alay, (4) Bebas namun memiliki rambu posting, (5) Pembatasan Posting, (6) lingkup pertemanan dan (7) Sadar jejak digital sebagai branding diri.

Kata Kunci: Keterbukaan diri, Generasi Z, *Second account*

1. Pendahuluan

Tahun 2020 Indonesia dan dunia mengalami pandemi virus Covid-19, dimana pandemi ini memberikan perubahan dalam hampir semua aspek kehidupan manusia. Virus Covid-19 dapat menjangkiti semua individu tanpa terkecuali. Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan untuk mengurangi resiko masyarakat terpapar virus covid-19. Salah satu kebijakannya adalah pembatasan sosial. Tindak lanjut dari

pembatasan sosial adalah presiden Indonesia mengeluarkan peraturan *work from home* atau bekerja dari rumah. Semua aktivitas yang umumnya dilakukan diluar ruangan, berkomunikasi secara tatap muka semua berubah menjadi aktivitas yang dilakukan dalam rumah. Umumnya anak sekolah belajar di sekolah, mahasiswa belajar dikampus semua berubah seketika dengan peraturan *work from home*. Semua aktivitas dilakukan dengan menggunakan gawai dan jaringan internet.

Aktivitas berkomunikasi melalui gawai dan jejaring internet memberikan pengaruh pada penambahan pengguna internet khususnya pengguna media sosial dimasa pandemi ini. Data Hootsuite tahun 2020, pengguna aktif media sosial diIndonesia sebesar 59% atau sebanyak 160 juta dari jumlah populasi penduduk Indonesia. Data Hootsuite tahun 2021, pengguna aktif media sosial di Indonesia sebesar 61,8% dari jumlah populasi penduduk Indonesia. Dan di Tahun 2022, pengguna aktif media sosial mengalami peningkatan sebanyak 7,1% menjadi 68,9% dari jumlah keseluruhan penduduk Indonesia. Melalui data ini dapat terlihat bahwa masa pandemi Covid-19 membuat pengguna media sosial meningkat. Fenomena peningkatan pengguna media sosial ini dapat diartikan satu penduduk memiliki satu akun media sosial. Namun bisa juga diartikan satu individu memiliki lebih dari satu akun media sosial.

Instagram sebagai salah satu media sosial yang populer, menjadi sarana membagikan informasi pribadi. Aplikasi yang identik dengan fitur berbagi foto dan video, berpengaruh pada perilaku penggunanya yang berfokus pada visual yang estetik dan menarik. Dimana pengguna dapat menerapkan *filter* digital dalam konten yang di bagikannya sehingga foto ataupun video yang dibagikan menjadi indah atau estetik. Menurut wikipedia salah satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Instagram juga mempunyai fitur *close friend* atau teman dekat. Fitur ini memberikan kemudahan bagi pengguna instagram untuk memilih individu yang dapat melihat postingan tersebut.

Fitur *close friend* ataupun fitur filter dalam media sosial merupakan fitur yang sering digunakan oleh pengguna media sosial untuk memfilter postingannya. Hal ini berhubungan dengan *privacy* atau konteks berbagi informasi. *Communication privacy management (cpm)* merupakan teori yang menjelaskan peta cara individu dalam menjaga privasi yang mereka miliki. Konsep ini memandang individu mengetahui batasan-batasan mengenai informasi pribadi yang hanya dimiliki oleh dirinya (Griffin, 2012). Privasi dapat diartikan sebagai informasi yang sangat berarti, dimana individu memiliki kemampuan untuk mengatur informasi privat yang dibagikan.

Informasi pribadi yang dibagikan memiliki keterkaitan dengan keterbukaan diri di media sosial. Pengguna media sosial umumnya membagikan informasi dirinya melalui postingan, dimana biasanya seseorang dapat melakukan proses membuka diri harus melalui tahapan-tahapan. Dan keterbukaan diri merupakan sebuah media individu untuk menjalin hubungan dengan individu lain. Namun keterbukaan diri yang dilakukan di media sosial memiliki resiko. Salah satu resikonya adalah informasi yang kita bagikan baik informasi berupa foto, video ataupun tulisan dapat menyebar tanpa kita bisa kendalikan.

Fenomena individu memiliki lebih dari satu akun pernah diteliti sebelumnya oleh (Prihantoro dkk., 2020) dimana hasil penelitian menemukan bahwa rata-rata generasi milenial memiliki tingkat keterbukaan

yang berbeda-beda karena setiap manusia memiliki kepribadian yang tidak sama persis. Di *second account*, mereka bebas berekspresi dan membagikan apa yang mereka ingin bagi. *Second account* dapat membantu diri untuk lebih percaya diri tampil lebih besar di first account dan menghilangkan rasa insecure. Komunikasi yang dilakukan lebih intim di second account karena akun tersebut dikunci dan pengikutnya hanya orang-orang terdekat saja. Selain itu penelitian dari (Dewi & Janitra, 2018) menyimpulkan bahwa remaja mempunyai akun alter atau second account sebagai buku harian pribadi, menggunakan sebagai wadah atau sarana mengomentari negatif akun selebritis, untuk merepresentasikan dirinya yang lain dan untuk kepentingan bisnis.

Media sosial menjadi media penyampaian ekspresi dan juga sebagai tempat menyimpan kenangan. Media sosial yang saat ini digunakan oleh generasi Z beragam. Namun berdasarkan data dari penelitian Katadata Insight Center dalam status literasi digital di Indonesia tahun 2021 terkait dengan penggunaan media sosial, Whatsapp merupakan media sosial yang diakses oleh hampir seluruh responden penelitian. Namun yang menarik aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang cukup populer. Tahun 2020 aplikasi TikTok diakses oleh 16,7% responden penelitian namun pada tahun 2021 sebanyak 29,8% responden mengakses TikTok. Fenomena TikTok pun terlihat dari rata-rata durasi penggunaan media sosial tersebut. TikTok digunakan lebih dari 2 jam per hari oleh 47,4% responden, mengalahkan Facebook dan Instagram.

TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik, dimana penggunanya dapat membuat video musik pendek. TikTok juga menjadi salah satu aplikasi populer yang digunakan saat ini. TikTok memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengakses informasi. Hanya dengan mengusap layar gawai informasi yang di sajikan dapat berganti. Selain itu fitur fyp atau *For You Page* adalah kumpulan video pendek berdurasi 15 detik hingga tiga menit, yang muncul di timeline TikTok.

(Pamungkas & Lailiyah, 2019) mengemukakan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa informan menggunakan panggung depan pada akun utama atau akun pertama dan menggunakan panggung belakang pada akun alternya, sehingga penggunaan multiple account ini membentuk identitas yang berbeda pada setiap akunnya. Merujuk pada penelitian sebelumnya terkait keterbukaan diri di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur menggunakan akun Instagram untuk mengungkapkan pengungkapan diri mereka. Mereka lebih terbuka ketika mengunggah berbagai foto, video, dan memberi tahu informasi tentang mereka akun instagram. Akun Instagram yang mereka buat hanya diikuti oleh teman-teman yang mereka kenal atau dekat, sehingga mereka dapat mengunggah semuanya. Instagram menjadi tempat mencurahkan perasaan yang sedang dialami. Mereka menganggap bahwa pengikut mereka di akun Instagram dapat menerima diri mereka yang sebenarnya. Instagram merupakan panggung atau platform bagi mahasiswa untuk mengekspresikan kejujuran dan keterbukaan diri (Emeraldien dkk., 2019). Namun demikian belum banyak yang meneliti mengenai keterbukaan diri generasi Z di media sosial. Pada penelitian ini, keterbukaan diri dibatasi pada generasi Z. Hal ini dilakukan agar mendapatkan gambaran yang lebih mendalam dan komprehensif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keterbukaan diri generasi Z di media sosial.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang berfokus pada pemaknaan partisipan atas pengalaman hidupnya agar dapat menggambarkan pengalaman tersebut secara mendalam (Creswell & Creswell, 2017). Pada penelitian ini pengalaman yang dikaji adalah keterbukaan diri generasi Z dalam Second account. Karakteristik partisipan penelitian adalah generasi Z, remaja yang lahir dalam rentang tahun 1997-2000. Pemilihan partisipan menggunakan teknik purposive sampling. Terdapat 3 partisipan yang bersedia dan sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan. Ketiga partisipan diberikan informasi umum terkait penelitian dan kerahasiaan identitas. Partisipan diminta untuk menandatangani lembar persetujuan (informed consent) sebagai bukti bahwa mereka secara sukarela bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Alat bantu yang digunakan adalah alat perekam, dimana peneliti meminta kesediaan partisipan terlebih dahulu sebelum menggunakannya. Sebelum melakukan wawancara peneliti terlebih dahulu membangun *rapport* agar partisipan lebih terbuka dalam menceritakan pengalamannya. Wawancara dimulai dengan pertanyaan yang sama pada setiap partisipan "ceritakan pengalaman anda dalam menggunakan media sosial". Selanjutnya pertanyaan terbuka atau open-ended question diberikan untuk menanggapi jawaban masing-masing partisipan agar dapat diuraikan secara lebih mendalam. Setiap sesi wawancara berlangsung dalam rentang waktu 60-90 menit.

Selanjutnya, validitas atau trustworthiness dalam penelitian kualitatif dipastikan oleh kesesuaian instrumen, proses, data, dan kesimpulan pada penelitian ini. Pada penelitian ini dilakukan dengan cara triangulasi (peneliti) dan memastikan data terdokumentasikan dengan proses dan cara yang tepat serta data saturation (melakukan wawancara hingga jenuh atau tidak ada lagi tambahan informasi yang dapat digunakan) (Hayashi Jr dkk., 2019). Data dianalisis dengan menggunakan pendekatan Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). yang bertujuan untuk mengeksplorasi secara rinci pemaknaan partisipan pada pengalaman pribadinya (Sparkes & Smith, 2009). Peneliti secara aktif memahami dan menginterpretasikan pengalaman partisipan melalui tahapan berikut ini (La Kahija, n.d.) yaitu: (1) mencatat hasil wawancara dalam bentuk verbatim; (2) membaca transkrip berulang hingga mendapatkan pemahaman mendalam, kemudian menambahkan pernyataan interpretatif berupa catatan/komentar pada bagian yang dianggap penting; (3) membuat tema emergen; (4) membuat tema super-ordinat; (5) penataan tema super-ordinat berdasarkan pola dan keterkaitan antar partisipan.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Seluruh partisipan pada umumnya menyampaikan bahwa mereka mempunyai akun media sosial lebih dari satu. Kepemilikan lebih dari satu akun media sosial ini dipandang sebagai sebuah kewajiban bagi mereka. Hal ini berkaitan dengan adanya keterbukaan diri dan juga informasi privat yang dibagikan di media sosial. Lebih lanjut, berdasarkan analisis data yang dilakukan di peroleh 3 tema super-ordinat, yaitu: (1) valensi atau topik yang dibagikan, (2) Penggunaan *first account* dan *second account* (3) Pertemanan di second account. Rincian tema dapat dilihat pada tabel 2.

Tema 1 Awal mula *second account*

Pengalaman bermedia sosial partisipan sebelum mempunyai *second account* memiliki pengaruh hingga membuat partisipan membuat akun alternatif selain akun pertamanya. Awal mula partisipan menggunakan *second account* sebagai sarana untuk mengikuti postingan pengguna media sosial dimana akun tersebut tidak berteman dengan akun pertamanya. Rasa penasaran mengikuti kegiatan atau postingan orang lain tersebut mendominasi kegiatan bermedia sosial di akun pertamanya. Pemilihan pembuatan *second account* yang awalnya sekedar iseng, perasaan ingin tahu akhirnya membuat kecanduan dan terbiasa mengakses media sosial menggunakan akun alternatif.

Rasa penasaran yang dimiliki oleh partisipan 2 dan partisipan 3 akan kehidupan orang lain merupakan hasil dari olah Informasi dan pengalaman. Dimana partisipan memiliki pengalaman bahwa akun pengguna media sosial seringkali di gembok, dan karena rasa gengsi tidak memungkinkan mereka melihat postingan tersebut melalui akun pertama. Rasa ingin tahu yang besar diawali dengan mengenali sesuatu yang baru, dimana partisipan mendapatkan informasi postingan tersebut melalui akun pengguna lain. Rasa ingin tahu ditandai dengan perasaan tertarik terhadap suatu situasi karena ada kesempatan untuk mempelajari atau mengetahui informasi baru di postingan tersebut.

“Awalnya toh saya punya *second account* ini awal maba (mahasiswa baru), saya stalk akun instagramnya orang, karena penasaran dengan akunnya itu cowok, baru saya malu untuk keliatan kalau saya ikut di postingan Instagramnya” (MTH)

“Baru satu tahunan punya *second account*.waktu saya proses lulus kuliah. Awalnya iseng untuk stalk akunnya seseorang eh tapi keterusan akhirnya saya pelihara deh” (WW).

Berbeda dengan dua partisipan MTH dan WW, Partisipan SN membuat akun kedua sebagai media penyimpanan karyanya. Akun keduanya merupakan akun instagram yang berisikan portofolio foto-foto dan video yang sifatnya estetik. Dimana akun ini merupakan akun penunjang untuk melamar pekerjaan.

“....punya dua akun, satu akun instagram yang isinya itu semua postingan foto dan video yang kupunya sejak jaman sekolah SMA. Nah, satunya lagi akun instagram yang isinya portofolio foto dan video yang saya sudah edit, yang estetik gitu sebagai tambahan kalau ngelamar kerja” (SN)

“Tapi sebenarnya saya punya akun lainnya. Akun official kegiatan kampus kebetulan jadi adminnya, kupakai lah untuk stalk akun yang digembok, terus akun keempatku isinya postingan video main game. Akun keempatku itu iseng saja....buat setelah lulus kuliah belum kerja, jadi main gamenyabuat ngisi waktu saja” (SN)

Tabel 1 Data Demografi Partisipan

Partisipan	Usia	Jenis kelamin	Pendidikan Terakhir
SN	22	Laki-laki	S1
MTH	23	Perempuan	S1
WW	22	Perempuan	S1

Tema 2 Media Sosial cerminan diri

Semua partisipan mempunyai lebih dari satu akun media sosial khususnya media sosial instagram bahkan salah satu partisipan memiliki empat akun instagram. Akun media sosial mereka memiliki kegunaan khusus, akun pertama sebagai akun yang menampilkan dan mempresentasikan gambaran diri yang ideal. Akun kedua akan menampilkan dirinya yang apa adanya.

“Aku kadang ngrasa kalau akun pertamaku itu isinya pencitraan saja, akun keduaku itu adalah aku.....aku bisa bebas memposting kehidupan sehari-hariku, memposting kesukaanku tanpa takut di komentari atau tidak direspon oleh temanku.....disini justru tidak insecure.” (MTH)

“....whatsapp jadi media sosial yang aku banget, karena aku bebas posting status galau, status lirikan lagu yang menggambarkan perasaanku sendiri. Posting video jedag-jedug tanpa di komentari alay.” (WW).

“Akun instagramku yang pertama itu bisa dibilang aku yang diliat orang, karena postingannya kutata, rapi, estetik, yang tidak estetik ku filter. Aku posting foto jelekku, video lucu-lucuku di akun intagram pertama tapi ku filter khusus close friendku saja. Aku sih tidak malu kalau posting foto lucu jelekku karena percaya sama close friendku” (SN)

Tema 3 Arti “Alay”

Intensitas membuat cerita dan membuat feed dalam akun instagram termasuk dalam konsep alay yang diyakini oleh ketiga partisipan. Semua partisipan sepakat bahwa "terlalu" sering membagikan postingan termasuk perilaku alay atau berlebihan. Walaupun demikian ketiga partisipan memiliki pandangan tema alay yang berbeda-beda. Partisipan SN beranggapan bahwa membagikan informasi atau cerita apapun itu setiap waktu, setiap hari bahkan sampai muncul pemberitahuan titik-titik dalam postingan cerita adalah perilaku alay. Apapun postingan tersebut.

“Temanku ada yang alay, apapun aktivitasnya dia jadikan postingan cerita, biar dia pegang garpu dan sendok dia jadikan postingan, dia lihat kucing dijalan dia jadikan postingan, semua dia posting...”(SN)

Berbeda dengan SN, partisipan MTH beranggapan perilaku alay adalah perilaku membagikan cerita dan postingan mengenai kehidupan sehari-hari terutama perasaan mengenai kesedihan, ataupun kesenangan yang dialaminya.

“Alay menurutku itu kalau saya lihat postingan temanku yang bagikan kalau dia sedih, foto sambil menangis terus di posting, sedangkan saya saya malu kalau saya cerita kalau saya sedih.”(MTH)

Partisipan WW mengategorikan postingan alay itu adalah saat ada postingan yang membagikan pengalaman pribadi terkait perasaan.

“...cinta, jatuh cinta dijadikan story, ketemu gebetan dijadikan cerita, kayak semua isi postingannya tentang cintanya, alaynya itu karena dia tidak mempertimbangkan kalau putus, pasti dia malu toh.”(WW)

Tema 4 Bebas namun memiliki rambu posting

Dua partisipan memiliki kebiasaan membagikan informasi mengenai dirinya melalui second account instagram, sedangkan satu partisipan memiliki kebiasaan membagikan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan apa yang sedang dipikirkan melalui akun tiktok.

Partisipan SN bebas membagikan informasi mengenai masa lalunya dalam akun tiktok. Masa lalu yang dimaksud oleh SN adalah saat menempuh sekolah dasar, SMP dan juga SMA partisipan memiliki berat badan yang tidak ideal menurut pandangan sebagian besar temannya. Pengalaman di bully oleh temannya menjadi salah satu dasar mengapa partisipan nyaman menggunakan tiktok sebagai media berbagi pengalaman masa lalunya. Di akun media sosial instagram partisipan SN cenderung memilih dalam membuat postingan.

“...aku suka postingan masa gendutku di akun tiktok....rasanya bebas aja sih ya....tidak ada beban kalau orang tau kalau saya pernah gemuk dan korban bully. Tiktok kan semua bisa lihat postingan kita asal fyp dan menggunakan latar musik yang viral. Tapi kalau di instagram memang tidak semuanya posting sih.... takut dibilang alay juga.” (SN)

Partisipan MTH menggunakan akun keduanya di instagram untuk membagikan apapun hal-hal yang ingin dia bagikan tanpa ada beban.

“....Saya sering posting juga tapi di second accountku, apa saja ku posting. Lagi lewat jalan ini, ku foto-posting....lagi suka kucing foto-posting, lagi baca wattpad ada cerita bagus, ku screenshot kasih komentar-posting....kalau di akun pertamaku tidak pernah posting kecuali ada teman yang wisuda atau ulang tahun baru saya posting fotonya sama ucapan selamat. Kalau di second account ngrasa ndak bebas....tidak takut dijulidin sih, khan isinya teman-teman yang ku kenal yang bisa lihat.” (MTH)

Partisipan WW berbeda dengan SN dan MTH, WW lebih merasa bebas memposting apapun dalam status whatsapp, WW beranggapan bahwa Whatsapp termasuk media sosial karena ada fitur postingan status seperti facebook ataupun story seperti instagram. WW memposting perasaan yang dia ingin bagikan melalui

fitur ketik status. Status yang dibagikan pun tidak terhitung jumlahnya sesuai dengan suasana hatinya, ingin posting ya diposting, ingin dihapus maka status itu akan dihapus.

“Aku posting perasaan kalau galau ato senang di status wa-ku sih, soalnya kalau di IG statusnya sedikit jadi tidak lega begitu kalau posting sedikit selesai, barukan di IG temanku banyak mbak, kalau orang baru kenalan pasti kasih akun IG-ku...jadi di IG hanya postingan lirik lagu yang sesuai sama suasana hati aja.”(WW)

Tema 5 Pembatasan Posting

Bagi MTH, dalam memposting di media sosial tidak membagikan hal-hal yang berkaitan dengan emosi yang dia rasakan akan tetapi dia masih memposting kegiatan sehari-hari di second account-nya.

“Saya sering posting hal-hal yang menarik sih....bisa dibilang semua saya posting kecuali perasaanku, misalnya lagi berantem sama pacarku jangankan posting, saya cerita sama temanku saja saya tidak mau....tidak berani karena saya malu masa cerita perasaan ke orang lain. Belum tentu juga dia (teman) mau dengerin, malahan bisa nghujat dibelakang”. (MTH)

Sedangkan WW memposting hal-hal yang berkaitan dengan isi hatinya melalui lirik-lirik lagu lewat second account-nya.

“Aku sering posting lirik lagu di IG, tapi lirik lagu yang isinya sesuai perasaanku saat itu, kalau di WA seringnya ketik status langsung tentang perasaanku tapi pake filter biar temen dekat aja yang bisa lihat”.

Bagi SN pembatasan postingan dia lakukan dengan tujuan tertentu, misalkan memposting lewat whatsapp dengan fitur filter sekaligus di tujukan postingan tersebut hanya untuk orang-orang tertentu saja. Baginya postingan tersebut memang bertujuan supaya dilihat oleh orang yang dia maksud saja.

“Aku sering posting status galau di WA, tapi pake filter khusus buat orang ku tuju saja, jadi saya pilih siapa orang yang harus baca statusku ini. Kalau di IG saya seringnya posting video atau foto lucu....meme begitu hanya sama close friend saja, yang lain ndak bisa lihat.”

Tema 6 Lingkup pertemanan

Ketiga partisipan memberikan definisi dan batasan dalam lingkup pertemanan mereka di media sosial. Dimana, ketiga partisipan tidak asal-asalan mengkategorikan teman dan memasukkannya dalam circle atau pertemanan mereka.

Partisipan SN memberikan definisi teman dekat yang masuk dalam lingkup “dekat” di media sosial adalah teman yang sudah mengenal dia dari jaman dia kecil hingga sekarang. Teman dekat dalam lingkup circle close friendnya adalah teman yang bisa diajak bercanda karena sudah tahu tentang dirinya sejak kecil.

“Saya pilih-pilih yang masuk dalam close friend, hanya teman yang asik diajak becanda, bisa saling memaki karena sudah tau tentang saya, saya tau tentang dia....satu lagi saya sering posting wajah lucu-lucu dan sengaja saya posting di close friend, supaya orang yang pernah hina saya waktu dulu lihat kalau saya sudah berubah. Itu di IG. Kalau di tiktok saya tidak pikirkan itu pertemanan, semua yang suka postinganku akan like atau komentar, karena di tiktok postinganku hanya tentang prosesku dari gemuk menjadi kurus. Siapapun yang tertarik dengan postingan diet bisa komentar dan saya tidak pikirkan komentarnya”. (SN)

Partisipan WW memiliki definisi teman adalah teman yang akrab sejak kuliah, dimana pernah tinggal bersama, susah senang mengerjakan kkn, tugas dan komunikasi intens dalam group whatsapp.

“Teman dekatku hanya lima, hanya teman group kkn. Soalnya sudah pernah susah sama-sama cari lokasi kkn, bikin program dan mewujudkan program. Kita mengecat bersama, mainan, gosip semua sama-sama....temanku 3 cewek, 1 cowok. Nah kita punya grup whatsapp jadi komunikasi disitu, postinganku juga sering dikomentari sama mereka. Tapi saya tidak sakit hati kalau mereka yang komentar, cuma kalau ada orang asing komentar statusku otomatis saya block itu orang, tidak akrab kok komentar”. (WW)

Partisipan MTH beranggapan teman dekat adalah satu circle dalam second accountnya, dimana semua teman dekatnya, dari SMP sampai kuliah yang dekat dan punya second account maka akan menjadi satu circle.

“Temanku di second account tidak sampai 20 orang, benar-benar saya seleksi yang bisa tau second accountku, jadi yang tau hanya orang-orang dekatku saja....dan temanku di second account itu bukan temanku di first account, jadi kita punya group di whatsapp saling beritau ada second accountku, follow nah.....Akhirnya kami saling follow”. (MTH)

Tema 7 Sadar Jejak Digital sebagai branding diri

Ketiga partisipan menyadari adanya jejak digital dalam aktivitas di media sosialnya. Sebelum membagikan postingan di media sosial mereka, ketiga partisipan selalu memikirkan dampak positif ataupun negatif dari postingan tersebut. Karena itu ketiga partisipan nyaman menggunakan second account ataupun fitur close friend saat membagikan postingan.

Partisipan SN menggunakan fitur close friend sebagai fitur untuk menyaring postingan yang dibagikan di akun instagramnya. Dimana, fitur close friend ini diyakini sebagai saringan dalam meminimalisir jejak digital.

“Saya sering posting meme, posting muka jelek, mukaku yang monyong tapi hanya teman dalam close friend yang bisa lihat....saya pilih dari 500an teman igku hanya 20 orang yang masuk dalam close friend....Teman yang sudah kenal saya dari lama dan tau tentang baik burukku. Soalnya kalau saya posting di feed atau di story umum nanti jelek branding yang saya bangun di igku, jejak digital yang bagus ku jadi berantakan.”

Berbeda dengan SN, partisipan MTH lebih memilih menggunakan second account untuk memposting hal-hal yang menurut dia baik untuk di posting.

“Pasti orang-orang kira saya tertutup, jaim tapi sebenarnya saya itu ceriwis juga di media sosial tapi saya posting di second accountku....soalnya kalau di first akun itu saya takut postinganku jadi jejak digital....Kalau melamar kerja kan saya pasti tulis akun IG yang first account supaya dilihat rapi postingannya....walaupun saya tidak pernah posting yang aneh-aneh di second accountku sih.”

Partisipan WW juga menyadari adanya jejak digital sehingga postingan yang di unggah di akun instagramnya juga sangat memikirkan dampak dari postingan itu. Postingan yang sesuai dengan suasana hati, curhatan selalu diposting menggunakan lirik lagu dalam ig story, dimana postingan di dalam ig story hanya bertahan selama 1x24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya. Partisipan WW memikirkan jejak digital namun tidak berkaitan dengan branding dirinya.

“Saya sering posting suasana hatiku lewat lirik lagu, potongan lagu di story ig karena kan tidak perlu saya save terhapus sendiri kalau sudah 1 hari. Feed ig ku saya posting yang berhubungan dengan motivasi pengingat diriku itupun hanya untuk orang yang saya kenal yang bisa lihat.”

Pembahasan

Media sosial dan generasi Z merupakan sebuah pasangan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Generasi Z atau dikenal sebagai generasi digital native merupakan generasi yang melek teknologi. (Premsky, 2004) mendefinisikan digital native adalah individu yang telah menghabiskan sebagian besar hidupnya dengan dikelilingi teknologi komputer, video game dan juga aktivitas digital. (Linnes & Metcalf, 2017) Generasi Z adalah generasi pertama yang benar-benar tumbuh dengan teknologi dan cenderung lebih nyaman dalam dunia digital. Generasi Z lebih senang berkomunikasi dengan menggunakan perangkat teknologi seperti mengakses twitter, instagram, tiktok daripada bertemu tatap muka.

Karakteristik lain dari generasi Z adalah saat membuat keputusan seringkali mengajukan pertanyaan pada pengikut sosial medianya. Selain itu juga generasi Z menggunakan platform media sosialnya hanya pada pengikut mereka tidak secara luas seperti pada sosial media facebook ataupun twitter (Linnes & Metcalf, 2017) Hal ini mendukung hasil penelitian yang mengatakan bahwa penggunaan second account berdasarkan ingin mengetahui kegiatan dari teman sosial media yang tidak diikuti pada akun media sosial pertama mereka. Penelitian ini juga menguatkan hasil penelitian terdahulu dari (Emeraldien dkk., 2019) yang mengatakan bahwa mahasiswa seni yang memiliki second account instagram disebabkan ketidaknyamanan atau kurang percaya diri.

Keterbukaan diri di media sosial oleh pengguna media sosial dipandang sebagai salah satu cara efektif untuk menunjukkan siapa jati diri mereka. Eksistensi diri yang mereka tampilkan di postingan media sosial dapat mencerminkan dirinya. Begitu pula dengan partisipan dalam penelitian ini, namun yang membedakan adalah penggunaan second account ataupun filterisasi account sebagai upaya mengekspresikan diri mereka. Hal ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (BaZarova & Choi, 2014) yang mengatakan bahwa penggunaan second account instagram sebagai salah satu upaya untuk melakukan keterbukaan diri di media sosial. Selain itu hasil penelitian juga menemukan bahwa penggunaan akun pertama mereka sebagai bentuk gambaran ideal diri mereka, dimana postingan yang dibagikan sudah diatur sedemikian rupa sebagai bentuk citra diri mereka. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Qashmal & Ahmadi, 2015) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan perkembangan kognitif, integratif personal, kebutuhan sosial dan pelepasan ketegangan terhadap pembentukan citra diri.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa ada tujuh tema yang berkaitan dengan keterbukaan diri generasi Z dalam second account. Dari tujuh tema ini, semuanya berhubungan dengan lima aspek keterbukaan diri menurut (Leung, 2002). Pertama *Control of depth* atau kedalaman. Aspek ini menggarisbawahi bahwa Individu dapat mengakui bahwa mereka mampu berbicara cukup panjang tentang diri sendiri, mengutarakan hal yang intim atau pribadi, dan sepenuhnya dapat mengungkapkan perasaan diri sendiri di media sosial. Generasi Z dalam penelitian ini melakukan proteksi atau pembatasan terhadap postingan yang akan mereka bagikan di media sosialnya, mereka akan membuka diri dalam artian membagikan informasi mengenai dirinya melalui second account. Informasi yang dibagikan pun tidak berkaitan dengan perasaan diri, hanya aktivitas yang dilakukan sehari-hari sesuai apa adanya mereka.

(S. L. Tubbs, 2012) juga mengatakan bahwa karakteristik individu yang mempunyai intensitas tinggi pada penggunaan sosial media dapat ditinjau dari durasi dan frekuensi penggunaannya dalam jangka waktu yang Panjang (S. Tubbs dkk., 2012). Namun durasi dan frekuensi yang sering mengunggah postingan di media sosial dapat berpengaruh pada persepsi pengguna media tersebut. Seperti hasil penelitian ini yang menemukan bahwa pengguna yang sering atau memiliki intensitas yang tinggi dalam membuat cerita dan membuat feed dalam akun instagram termasuk dalam konsep alay yang diyakini oleh partisipan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Fitri, 2021) yang menghasilkan bahwa semakin tinggi harga diri seorang remaja maka semakin rendah intensitas penggunaan media sosial Instagramnya.

Istilah alay dalam penelitian ini bisa diartikan sebagai oversharing. Dimana oversharing merupakan perilaku yang membagikan terlalu banyak informasi pribadi di ruang publik seperti media sosial .

Aspek kedua *valance* menekankan pada isi dari apa yang diungkapkan individu, dimana hal tersebut bersifat lebih positif dan diinginkan, atau lebih negatif dan tidak diinginkan. Generasi Z bisa memilih hal apa yang akan mereka ungkapkan, dan hal apa yang tidak mereka bagikan di media sosialnya. Salah satu yang menjadi bahan pertimbangan mereka adalah jejak digital. Dimana mereka sangat menjaga jejak digital dan juga citra diri mereka yang dibentuk pada akun pertama mereka. Aspek ketiga *accuracy* atau berkaitan dengan ketulusan, keterbukaan, dan kejujuran tentang perasaan, emosi, dan pengalaman individu ketika menggunakan media sosial. Aspek ini ditemukan dalam diri generasi Z yaitu menggunakan media sosial sebagai cerminan dirinya, dimana penggunaan akun pertama sebagai gambaran ideal diri mereka, yang ingin mereka perlihatkan dan tampilkan di media sosial, atau bisa dikatakan sebagai portofolio. Dan penggunaan second account sebagai catatan harian mereka yang apa adanya, dimana yang bisa mengaksesnya pun individu-individu yang mereka ijinakan.

Aspek keempat *amount of disclosure* atau berkaitan dengan seberapa banyak individu mengungkapkan diri sendiri di media sosial. Generasi Z dapat mengungkapkan mengenai hal-hal yang mereka ingin ungkapkan hanya sebatas pada lingkup pertemanan yang mereka ciptakan di dalam media sosial. Aspek ini ditemukan dalam wawancara dimana generasi Z tidak melihat jumlah kuantitas dari pengikut atau pertemanan melainkan dari sisi kualitas yaitu kedekatan, teman satu *circle* dan sesama pengguna *second account*. Aktivitas penggunaan media sosial di Zaman ini dapat membentuk pertemanan, tidak hanya digunakan untuk mencari informasi. Individu yang aktif menggunakan media sosial akan dapat membentuk pertemanan dengan berinteraksi tanpa mengenal batasan ruang dan waktu. (Marchellia & Siahaan, 2022) menemukan masa sekarang ini untuk menjalin suatu hubungan pertemanan sangatlah mudah, tidak terbatas jarak, ruang maupun waktu.

Manusia bisa berkomunikasi dengan teman atau kerabatnya di tempat dan waktu yang berbeda. Bahkan, menjalin hubungan pertemanan yang baru dengan seseorang yang belum dikenal sekalipun dapat dilakukan lewat media sosial. Hal tersebut sesuai dengan anggapan bahwa dengan adanya internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi manusia (Purbohastuti, 2017). Namun terdapat pengecualian terhadap lingkup pertemanan dari sudut pandang generasi Z. Generasi Z akan memberikan definisi dan batasan dalam lingkup pertemanan mereka di media sosial. Dimana, mereka tidak asal-asalan mengkategorikan teman dan memasukkannya dalam circle atau pertemanan mereka. Penggunaan fitur close friend dalam instagram diyakini sebagai tempat yang aman untuk membagikan postingan yang menggambarkan diri mereka apa adanya. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh sultan bahwa penggunaan fitur *close friend* pada Instagram berhubungan dengan hubungan pertemanan di Instagram. Informasi yang dibagikan di fitur *close friend* akan menggambarkan bahwa ada hubungan lebih dalam dan dekat dari pengguna media sosial dan pengikutnya. Fitur *close friend* merupakan fitur khusus dimana hanya orang-orang yang diinginkan yang bisa membuka cerita tersebut.

Kelima, aspek *intent of disclosure* berkaitan dengan apakah individu menyadari apa yang mereka ungkapkan di media sosial. Aspek kelima ini juga ditemukan pada diri generasi Z, dimana mereka paham

akan jejak digital. Dengan membagikan informasi yang sesuai dengan dirinya. Penelitian ini juga menemukan bahwa generasi Z memiliki kesadaran tinggi terhadap rekam jejak digital melalui postingan-postingan di sosial medianya. Mereka memutuskan menggunakan akun pertama sebagai tempat pembentukan citra diri yang ideal di mata mereka, dan menggunakan second account sebagai tempat untuk membagikan informasi mengenai dirinya yang sesuai apa adanya. Namun postingan yang dibagikannya pun tidak bebas, mereka memiliki batasan informasi apa saja yang bisa di bagikan. Informasi mengenai perasaan, kekecewaan atau informasi negatif tidak mereka bagikan, karena mereka mengetahui dampak dari jejak digital. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sladek & Grabinger, 2014) generasi Z adalah generasi yang akan mengungkapkan semua pengalaman positif atau negatif mereka di media sosial.

4. Simpulan

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa generasi Z memiliki *second account* yang digunakan sebagai media membagikan isu dan hal yang ingin mereka bagikan, Generasi Z memiliki kesadaran terhadap rekam jejak digital, dimana terlihat dari postingan yang dibagikan melalui proses pertimbangan, dan mereka tidak membagikan informasi pribadi. Lingkup pertemanan generasi Z di media sosial dibatasi dalam penggunaan *second account* dimana mereka tidak mempertimbangkan jumlah pertemanan namun lebih berfokus pada kualitas pertemanan lingkup skala yang kecil, mereka cenderung terbuka mengenai aktivitas sehari-hari mereka. Generasi Z juga menggunakan akun pertama mereka sebagai bentuk cerminan diri yang ideal yang ingin mereka tunjukkan secara luas pada teman di media sosial. Mereka memiliki pedoman bebas posting pada *second account*, namun postingan tersebut tetap memiliki rambu yaitu tidak berhubungan dengan ekspresi perasaan, ataupun komentar negatif.

Daftar Pustaka

- BaZarova, N. N., & Choi, Y. H. (2014). Self-disclosure in social media: Extending the functional approach to disclosure motivations and characteristics on social network sites. *Journal of Communication*, 64(4), 635–657.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 7(1), 340–347.
- Emeraldien, F. Z., Aulia, A. D., & Khelsea, Y. O. (2019). The use of Finstagram as a platform for self-disclosure. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 85–96.
- Fitri, A. A. (2021). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Remaja Di Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Griffin, R. W. (2012). *Management*. Cengage Learning.
- Hayashi Jr, P., Abib, G., & Hoppen, N. (2019). Validity in qualitative research: A processual approach. *The Qualitative Report*, 24(1), 98–112.

- La Kahija, Y. F. (n.d.). *HansC-01_Penelitian Fenomenologis: Jalan Memahami Pengalaman Hidup*.
- Leung, L. (2002). Loneliness, self-disclosure, and ICQ (“ I seek you”) use. *CyberPsychology & Behavior*, 5(3), 241–251.
- Linnes, C., & Metcalf, B. (2017). iGeneration and their acceptance of technology. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 21(2), 11–26.
- Marchellia, R. I. A. C., & Siahaan, C. (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Hubungan Pertemanan. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 11(1), 1–7.
- Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N. (2019). Presentasi Diri Pemilik Dua AKun Instagram di Akun Utama dan Akun Alter. *Interaksi Online*, 7(4), 371–376.
- Prensky, M. (2004). The emerging online life of the digital native. *Retrieved August, 7, 2008*.
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self disclosure generasi milenial melalui second account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312–323.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Qashmal, Z., & Ahmadi, D. (2015). *Hubungan penggunaan media sosial Instagram terhadap pembentukan citra diri*. Fakultas Komunikasi (UNISBA).
- Sladek, S., & Grabinger, A. (2014). Gen Z. *Introducing the first Generation of the 21st Century Available at*.
- Sparkes, A. C., & Smith, B. (2009). Judging the quality of qualitative inquiry: Criteriology and relativism in action. *Psychology of sport and exercise*, 10(5), 491–497.
- Tubbs, S. L. (2012). *Human communication: Principles and contexts*.
- Tubbs, S., Moss, S., & Papastefanou, N. (2012). *EBOOK: Human Communication: South African edition*. McGraw Hill.