

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang pesat saat ini mendorong banyak perkembangan teknologi komunikasi. Beberapa dekade terakhir, teknologi komunikasi telah menghadirkan inovasi baru yaitu *interconnected networking* atau biasa dikenal dengan sebutan internet. Internet menawarkan berbagai kemudahan bagi penggunanya, seperti mencari informasi dengan cepat, hiburan, dan berinteraksi. Internet adalah sekumpulan jaringan komunikasi yang menghubungkan berbagai komputer dan berbagi informasi secara bebas di seluruh dunia (Nabilah & Sinduwiatmo, 2023). Internet memungkinkan pertukaran informasi secara bebas dan luas. Dengan kemudahan tersebut jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat. Berdasarkan data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di tahun 2024 menyentuh angka 221.563.497 jiwa atau 79,5% sedangkan di tahun 2023 sebanyak 78,19%. Data ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 1,4% dari presentase sebelumnya. Peningkatan jumlah pengguna internet turut diikuti dengan maraknya penggunaan media sosial.

Media sosial menjadi salah satu platform yang paling populer di dunia digital. Kehadiran media sosial membawa transformasi besar pada cara masyarakat berinteraksi di dunia digital. Pola interaksi antar individu di dalam masyarakat yang sebelumnya terbatas pada interaksi secara langsung, kini menjadi semakin mudah melalui platform digital (Juliana dkk., 2023). Perubahan yang berdampak signifikan terhadap cara individu berinteraksi membawa pengaruh pada struktur sosial, pola pikir, dan nilai budaya di masyarakat (Kusumasanthi dkk., 2023). Media sosial memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi, berbagi informasi kepada siapapun, serta membentuk jaringan sosial individu, dan membangun identitas digital (Guerrero, 2013; Husna dkk., 2024). Media sosial memberikan setiap individu kesempatan untuk menampilkan diri dan membangun relasi secara bebas di ruang digital. Wujud nyata dari keterbukaan dan interaksi yang terjalin di ruang digital dapat ditinjau dari penggunaan Instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer dan digemari oleh seluruh lapisan masyarakat. Instagram merupakan platform yang memudahkan pengguna dalam berbagi foto, berfoto menggunakan filter, dan kemudian diunggah ke berbagai jejaring sosial (Sikumbang dkk., 2024). Instagram menghadirkan berbagai fitur interaktif seperti, *feeds photo*, *highlight*, *multiple account*, *instagram story*, *filter photo*, *close friends*, *reels video*, *like*, *comment*, dan *direct message*. Pilihan fitur-fitur tersebut berhasil menarik berbagai kalangan masyarakat untuk menggunakan Instagram. Mempunyai akun Instagram sudah menjadi suatu keharusan bagi para anak muda saat ini.

Berdasarkan data dari Napoleon Cat yang dikutip oleh Upgraded 2025, jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2025 mencapai 90 juta pengguna. Beberapa tahun terakhir pengguna Instagram secara bertahap mengalami peningkatan dengan puncak jumlah pengguna yang stabil dari tahun 2023. Dengan jumlah tersebut, Indonesia masuk dalam negara dengan pengguna Instagram terbanyak setelah India, Amerika Serikat, dan Brazil. Selain itu, berdasarkan data dari We are social tahun 2025, pengguna Instagram di Indonesia menunjukkan, kelompok umur 18-24 sebanyak 17,6% perempuan dan 13,6% laki-laki, kelompok usia 25-34 tahun dengan persentase sebesar 21% perempuan dan 20% laki-laki, sedangkan kelompok umur 35-44 sebanyak 8,8% perempuan dan 8% laki-laki. Kelompok umur 25-34 mendominasi pengguna Instagram dengan persentase 41%. Diikuti oleh kelompok usia 18-24 tahun dengan 31,2% pengguna. Secara keseluruhan kalangan muda saat ini menjadikan Instagram sebagai platform utama.

Pengguna Instagram semakin aktif dalam membagikan aktivitas melalui akun mereka. Mahasiswa sebagai bagian dari *digital native* termasuk dalam pengguna aktif untuk memanfaatkan aplikasi Instagram. Mahasiswa menganggap Instagram sebagai media yang efektif untuk menunjang kebutuhan akan relasi sosial dengan orang lain sekaligus mencari kesenangan atau hiburan dan sarana dalam mendapatkan berbagai informasi (Steven & Pribadi, 2022). Melalui fitur yang disajikan, mahasiswa menjadikan Instagram sebagai wadah kebebasan berekspresi dengan mengunggah banyak postingan yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, seperti aktivitas akademik, dan penyampaian pikiran (Pribadi dkk., 2025). Konten yang diunggah cenderung dikelola dengan ketat karena *audiens*nya terdiri dari keluarga bahkan calon pemberi kerja. Hal ini memunculkan fenomena menarik yaitu para pengguna Instagram saling berlomba untuk tampil sempurna padahal kebebasan berekspresi di Instagram diyakini sebagian orang (Sokowati & Manda, 2022). Pada dasarnya mahasiswa mempunyai kesadaran tentang siapa yang akan menjadi *followers* dan *audiens* di setiap unggahan. Mahasiswa memilih dan membatasi eksposur terhadap konten-konten tertentu dengan cara memanfaatkan fitur *multiple account* sebagai pelarian dari beban tersebut.

Fitur *multiple account* dirilis oleh Instagram pada awal tahun 2016. Fitur tersebut memberikan kemudahan bagi setiap individu untuk memiliki lebih dari satu akun Instagram yang dapat dengan cepat berganti akun dalam satu ponsel (Iksandy, 2022). Penggunaan akun kedua yang biasa disebut dengan *second account*, telah menjadi alternatif populer bagi banyak pengguna Instagram. Akun ini biasanya sengaja dibuat dengan pengaturan privasi yang lebih ketat dikarenakan hanya dapat diakses oleh orang terdekat (Lisa & Irma, 2025). Melalui *second account*, para pengguna membagikan konten-konten yang lebih personal untuk mengekspresikan emosi ataupun aktivitas keseharian yang dianggap terlalu “biasa” untuk dibagikan di akun utama. *Second account* Instagram menjadi “*safe place*” bagi pengguna untuk menunjukkan sikap apa adanya tanpa adanya penilaian dari orang lain karena *second account* dikelola

dengan cara mengatur pengikut secara selektif. Pengelolaan *second account* ini berlawanan dengan kolektif yang selama ini menjadi ciri khas masyarakat Indonesia dalam menjalin hubungan sosial.

Kehidupan masyarakat Indonesia secara historis dikenal sebagai masyarakat komunal atau *collectivist society*. Pada sistem sosial tradisional Indonesia, nilai-nilai seperti gotong-royong menjadi pendoman masyarakat Indonesia dalam membangun hubungan sosial (Arief & Yuwanto, 2023). Hal tersebut telah mencerminkan betapa kuat peran kelompok di Indonesia. Kolektivisme di Indonesia terlihat dalam beberapa unsur inti yang mendasari hubungan sosial dan strukturalnya yaitu komunitas, konsensus sebagai pedoman hidup, dan tujuan kolektif (Iman dkk., 2025). Namun, Indonesia saat ini masuk di era modernisasi dan mengalami perkembangan teknologi komunikasi, yang melahirkan masyarakat baru yaitu masyarakat digital atau *Y Generation* (Suharso, 2015). Seiring dengan terjadinya perkembangan teknologi digital, terbentuk pola komunikasi baru yaitu individualisme yang terhubung (Wellman, 2001; Eklund & Sadowski, 2023). Individu saat ini secara mandiri mengatur siapa yang dapat masuk dalam jaringan sosialnya dan mempertahankan hubungan tersebut. Hadirnya media sosial seperti Instagram memberikan kemudahan bagi individu untuk menyesuaikan batas-batas sosial secara lebih fleksibel. Perubahan pola interaksi tersebut tercermin pada media sosial Instagram yang dimanfaatkan untuk membangun keterhubungan yang luas dan terbuka, tetapi kenyataannya pengguna justru membatasi akses dan menunjukkan batasan-batasan sosial tertentu yang sengaja dibentuk melalui *second account* Instagram.

Penggunaan *second account* Instagram kemudian menimbulkan fenomena baru dalam praktik berjejaring sosial, yakni eksklusivitas jaringan. Eksklusivitas jaringan sosial yang terjadi melalui *second account* ini menunjukkan adanya pergeseran pola hubungan sosial dari yang bersifat umum ke arah yang lebih tertutup. Pengguna membatasi interaksi hanya pada individu atau kelompok tertentu yang dianggap memiliki kesamaan. Dalam konteks digital, bisa dilihat dari bagaimana pengguna secara selektif memilah dan memilih pengikut Instagram pada akun kedua. Hal ini ditandai dengan adanya batasan yang disengaja dalam memperluas relasi atau keterhubungan sosial di dunia digital. Jika dilakukan dalam jangka panjang, ini akan menghambat keterbukaan, dan individu kesulitan dalam membangun relasi lintas kelompok.

Mahasiswa sebagai pengguna aktif, menunjukkan gejala eksklusivitas jaringan sosial ini melalui penggunaan *second account* Instagram. Mereka secara sadar hanya menerima pengikut melalui proses seleksi yang didasarkan pada kedekatan emosional, frekuensi interaksi, dan tingkat kepercayaan, biasanya yang diberikan akses ialah seperti teman dekat, sahabat, atau rekan yang dianggap "satu frekuensi" dengan dirinya. Fenomena ini secara tidak langsung mencerminkan perubahan dalam pola hubungan sosial mahasiswa. Jika sebelumnya relasi sosial dibentuk melalui interaksi langsung yang

melibatkan pertemuan fisik dan komunikasi tatap muka, kini banyak interaksi terjadi di ruang digital yang bersifat terbatas. Mahasiswa lebih bebas mengekspresikan emosi serta meluapkan perasaan yang terpendam melalui konten pada *Second account* Instagram mereka (Damayanti & Sugandi, 2024). Terlihat perbedaan dalam pengelolaan konten, pemanfaatan fitur, pola interaksi, dan gaya bahasa, akun utama umumnya bersifat formal dan terstruktur dengan tingkat keterlibatan interaksi yang rendah, sedangkan akun kedua bersifat personal dan santai, tetapi memiliki tingkat interaksi lebih tinggi meski jumlah pengikutnya lebih sedikit (Nanda dkk., 2025).

Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin sangat aktif dalam melakukan interaksi sosial terhadap individu lain dan cenderung peka terhadap dinamika yang ada di sekitarnya, termasuk yang terjadi di dunia digital. Seringkali para mahasiswa terlibat dalam berbagai organisasi kemahasiswaan, kegiatan yang berkaitan dengan advokasi, dan aktivitas kampus yang bersifat terbuka. Situasi ini kemudian mendorong mahasiswa FISIP untuk mempunyai dua identitas digital, akun pertama digunakan untuk kepentingan profesional atau menunjukkan representasi positif dari kehidupannya, dan sebaliknya *second account* digunakan untuk sesuatu yang lebih privasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ridwan & Damayanti (2025), menunjukkan bahwa akun alter berfungsi sebagai *back stage* yang memberikan ruang aman bagi individu untuk menampilkan sisi personal secara lebih bebas tanpa tekanan sosial. Pada ruang tersebut pengguna merasa nyaman membagikan hal yang bersifat sensitif atau emosional hanya kepada *audience* yang terbatas. Penelitian lain yang dilakukan oleh Herna & Sari (2023), menunjukkan bahwa *Second account* di Instagram memfasilitasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan antarpribadi. Hal ini secara strategis dimanfaatkan oleh para pengguna, terutama untuk membangun hubungan yang lebih dekat serta bersifat pribadi. *Second account* Instagram dimanfaatkan pengguna untuk berkomunikasi secara bebas, percaya diri, dan membagikan apa yang mereka ingin bagikan. Pengguna cenderung hanya berkomunikasi secara lebih terbuka dengan pengikut yang sudah dikenal baik di dunia nyata melalui fitur yang disediakan.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa fokus-fokus penelitian tersebut terbatas pada penggunaan *Second account* Instagram sebagai ruang aman bagi individu. Namun, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana penggunaan *second account* memengaruhi dinamika jaringan sosial, khususnya dalam hal eksklusivitas terkait pembatasan akses, masih terbatas. Fenomena yang terjadi memunculkan kesenjangan antara harapan, Instagram sebagai ruang untuk memperluas koneksi sosial justru pada penggunaan *second account* pemilihan pengikut dilakukan dengan cara selektif. Kecenderungan membangun hubungan yang lebih intim melalui *second account* yang dapat mengarah pada pembentukan jaringan sosial yang lebih eksklusif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi *gap* tersebut serta menawarkan kebaruan dengan fokus pada kajian

sosiologi digital mengenai praktik penggunaan *second account* di Instagram dengan eksklusivitas jaringan sosial, yang sejauh ini belum banyak diteliti secara mendalam khususnya pada mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian sosiologi digital mengenai perubahan pola interaksi dan batasan sosial di ruang daring, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai representasi generasi digital native.

1.2. Deskripsi konsep, teori dan penelitian terdahulu

1.2.1. Konsep era digital dan jaringan sosial digital

Era digital mengacu pada tahap dalam perkembangan masyarakat, ditandai dengan teknologi informasi dan komunikasi berbasis digital semakin mendominasi (Yusriman, 2025). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi secara signifikan telah mengubah cara masyarakat berinteraksi sosial, menggantikan pola komunikasi tradisional dengan tatap muka secara langsung ke komunikasi berbasis media digital yang berlangsung secara instan. Kondisi ini menunjukkan hadirnya fase baru, individu yang berada di era digital tidak lagi bergantung pada batasan geografis. Tingginya konektivitas memberi kesempatan bagi individu untuk memperluas jaringan sosial (Susanto, 2024). Media sosial menjadi kunci dari transformasi dalam dinamika interaksi sosial saat ini. Media sosial mampu memfasilitasi ruang untuk membentuk komunitas daring yang mempertemukan individu dengan minat dan perspektif serupa tanpa adanya suatu batasan (Amelia & Balqis, 2023). Era digital membawa peluang besar dalam memperluas jaringan dan meningkatkan konektivitas secara digital. Namun, era digital juga membawa banyak tantangan. Permasalahan privasi data pribadi menjadi isu yang krusial di tengah masifnya aktivitas berbagi informasi digital (Dinarti dkk., 2024).

Jaringan sosial dalam era digital dapat diartikan sebagai struktur hubungan yang dibentuk melalui interaksi yang berlangsung secara daring. Konsep jaringan sosial digital mengacu pada keterhubungan individu yang dihubungkan oleh teknologi komunikasi. Terdapat dua unsur dalam jaringan sosial digital, yaitu node yang berarti individu atau akun, contohnya profil media sosial, yang terkoneksi satu sama lain. Selain itu, koneksi merupakan ikatan yang menghubungkan *node-node* tersebut, seperti berteman di akun Instagram (Mesra dkk., 2025). Jaringan tersebut membuat individu memperluas relasi sosial yang melampaui lingkungan fisik. Keberadaan jaringan sosial digital tidak hanya sebatas tentang pertukaran informasi, tetapi membentuk identitas, norma, dan nilai yang berkembang di dunia digital. Media sosial sebagai produk utama era ini, menjadi ruang sentral bagi setiap individu untuk membangun keterhubungan sosial sekaligus memelihara hubungan tersebut (Mua & Heatubun, 2024). Jaringan sosial yang terhubung melalui dunia digital bersifat sangat fleksibel. Hal tersebut memberikan bagi setiap individu memiliki peluang untuk membangun jaringan baru di dunia digital yang

didasarkan pada kebutuhan individu, seperti memiliki kesamaan minat dan hobi tanpa dibatas oleh faktor-faktor lain (Setiadarma dkk., 2024).

1.2.2. Penggunaan *Second account* Instagram

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang banyak digunakan saat ini oleh generasi muda termasuk mahasiswa. Platform Instagram mengalami pergeseran fungsi, pada awalnya berfungsi sebagai media berbagi foto dan video telah berubah menjadi wadah ekspresi diri dan representasi identitas. Fitur *multiple account* yang dirilis oleh Instagram mendorong individu untuk memanfaatkan fitur tersebut, sehingga banyak individu yang akhirnya mempunyai lebih dari satu akun dengan berbagai tujuan. Hal ini memunculkan fenomena kontemporer yaitu *second account* sebagai suatu bentuk ruang alternatif. *Second account* merupakan akun yang digunakan untuk mengunggah konten berbeda dari akun utama dan digunakan untuk membangun relasi dengan pengguna lain di Instagram (Kang & Wei, 2020; Permana & Sutedja, 2021). Selain itu, *second account* Instagram digunakan oleh individu sebagai *safe place* dalam mengungkapkan diri, berbagi *life update*, aktivitas perkuliahan, dan minat pribadi (Tobing dkk., 2025).

Second account digunakan sebagai ruang performatif alternatif bagi pengguna untuk mengekspresikan diri mereka secara bebas dan otentik daripada akun utama. Penelitian terdahulu secara konsisten menunjukkan bahwa akun kedua berfungsi sebagai ruang dibalik layar yang dimana manajemen kesan di longgarkan (Wattimena dkk., 2022). Pengguna menggunakan *second account* untuk mengekspresikan aspek identitas yang tidak dapat ditampilkan di akun utama dan menghindari respons sosial negatif untuk mencapai kenyamanan (Tursina & Rozi, 2025). Konsep penggunaan *second account* sebagai tempat aman bagi pengguna didukung oleh teori dramaturgi yang menyatakan bahwa setiap individu dalam kehidupannya memiliki panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) yang menyarankan pemisahan antara persona publik dan pribadi. Teori ini mendukung temuan bahwa *second account* meningkatkan kepercayaan diri dengan menyediakan ruang bebas ekspresi diantara pengikut dekat dan mengurangi kecemasan dalam memposting konten pribadi (Nabiilah & Jayanti, 2024). *Second account* dalam penelitian ini difokuskan pada penggunaan yang eksklusif untuk ekspresi pribadi dan keaslian sehingga memfasilitasi pengungkapan diri yang lebih intim. Meskipun informasi tersebut tidak sepenuhnya tersembunyi, cakupannya lebih terbatas dan diatur oleh batasan yang ditetapkan oleh setiap penggunaannya (Sawaki & Wahyuni, 2025).

Praktik penggunaan *second account* Instagram secara konsisten memunculkan konsekuensi yang beragam, mulai dari terjadi pemisahan identitas, terbiasa menampilkan citra diri yang berbeda, hingga memberikan ruang kebebasan berekspresi dan keterhubungan dengan masyarakat

digital (Zahra dkk., 2023). Terdapat beberapa ciri utama dari *second account* Instagram menurut (Atakelan dkk., 2025), yaitu sebagai berikut:

1. Menggunakan *username* kasual atau berbeda dengan identitas asli pengguna.
2. Akun tersebut dikunci.
3. Jumlah *followers* yang sedikit karena hanya individu yang mendapatkan kepercayaan yang dapat mengakses

Frekuensi dalam penggunaan *second account* tidak hanya menunjukkan tingkat aktivitas semata, tetapi juga memperlihatkan sejauh mana *second account* telah menjadi bagian fundamental bagi interaksi sosial tertentu. Tujuan para mahasiswa membuat *second account* adalah untuk menciptakan ruang privasi yang lebih ketat. Maka dari itu, pemilihan konten yang diposting seringkali bertolak belakang dengan akun utama. Pemilihan ini mencerminkan adanya perbedaan *audiens*. Selain itu, kemudahan akses dan rasa aman juga mendorong mahasiswa menggunakan *second account* untuk interaksi yang lebih intim dan selektif. Penyampaian pikiran dan perasaan dapat dilakukan dengan bebas karena pengikutnya terdiri dari orang yang memiliki kedekatan atau kepercayaan (Prihantoro dkk., 2020).

1.2.3. Teori *Networked Individualism*

Teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang pesat dan membawa masyarakat pada fase baru yaitu *the new social operating system*. Gagasan ini dikembangkan oleh Lee Rainie & Barry Wellman, 2012 dengan menggunakan pendekatan *social network analysis*. Wellman mengamati pergeseran masyarakat dari sistem sosial berbasis kelompok (*group-based society*) menuju sistem berbasis jaringan individu (*network-based society*) yang kemudian melahirkan teori *networked individualism*. Menurut Wellman dan Raine 2012 dalam buku *the new social operating system*, Teori *networked individualism* menjelaskan mengenai adanya suatu pergeseran fundamental model struktur sosial dalam masyarakat. Interaksi yang terjalin lebih berfokus pada individu dan menjadikannya sebagai pusat dari sistem jaringan personal yang dapat memberikan mereka dukungan, informasi, dan rasa memiliki satu sama lain, inilah yang disebut sebagai *networked individualism*. Jaringan yang terbentuk memiliki fungsi dan kedekatan yang berbeda-beda.

Networked individualism mendorong pergeseran dari keterikatan sosial yang awalnya bersifat kolektif (keluarga, organisasi tertentu, komunitas lokal) menjadi bentuk relasi yang lebih selektif dan terfragmentasi, individu menjadi pusat dari jaringannya sendiri dan membangun jaringan tersebut berdasarkan kebutuhan, preferensi, dan keadaan bukan hanya karena berada pada lingkungan yang sama (Sugiri & Godwin, 2018). Jaringan yang terbentuk memiliki fungsi dan kedekatan yang berbeda-beda yang disebut

sebagai “*partial membership in multiple networks*” Gagasan Wellman dan Rainie mengenai *triple revolution* mendorong hal tersebut, yang terdiri dari *personal device*, internet, dan mobilitas. *Personal device* membuat setiap individu menjadi semakin terkoneksi satu sama lain yang dibantu dengan kehadiran internet sehingga dapat memperluas jaringan dan mobilitas menjadikan interaksi semakin fleksibel dan cepat. Kombinasi ketiganya memungkinkan individu mengelola interaksi sosial dengan lebih bebas. Wellman mengadopsi konsep dari Granovetter mengenai strong ties dan weak ties yang kemudian diintegrasikan pada kerangka *networked individualism*, yakni Individu dapat mengendalikan akses dengan cara memperkuat ikatan *strong ties* dan membatasi *weak ties*, sehingga menciptakan jaringan sosial yang eksklusif. Pada konteks *networked individualism*, struktur jaringan sosial memiliki beberapa karakteristik penting, yaitu ukuran jaringan lebih kecil dibandingkan jaringan tradisional, komposisi jaringan lebih beragam, dan kekuatan ikatan kuat dan lemah yang mencerminkan kedekatan. *Networked individualism* ini mempunyai beberapa karakteristik penting dalam membentuk pola komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Individu berperan sebagai pusat jaringan, artinya perubahan jaringan sosial saat ini berbentuk kumpulan relasi personal yang beragam.
2. Relasi sosial berlangsung melalui media digital
3. Terdapat kontrol batasan, yaitu bagaimana kemampuan individu dalam menentukan siapa yang dapat berinteraksi dengannya.
4. Hubungan yang cair, individu dapat dengan sangat mudah berpindah, memperluas, ataupun mempersempit jejaring sosialnya sesuai preferensi.

Konsep *boundary management* menjembatani karakteristik di atas dengan praktik sosial di dunia digital. Wellman menjelaskan *boundary management* sebagai kemampuan yang dimiliki individu untuk mengelola dan memperbarui batas-batas antar jaringan, kemampuan ini memungkinkan individu untuk dapat mengatur selektif yang diinginkan. Berdasarkan dari karakteristik di atas, teori *networked individualism* dapat dipahami melalui hubungan antara teknologi, praktik individu, dan konsekuensi sosial. *Networked individualism* memprediksikan kebutuhan individu akan jaringan parsial yang terpisah dengan keanggotaan yang berbeda pula. Kondisi tersebut yang mendorong individu untuk mencari platform yang dapat memenuhi pemisahan jaringan tersebut secara teknis. Seiring dengan digitalisasi ruang sosial, jaringan ini semakin sering terbentuk melalui media sosial. Instagram menyediakan fitur multi-akun yang mendorong individu menciptakan ruang interaksi yang terpisah-pisah, relasi tersebut dibangun dengan fleksibel namun tetap dapat dikontrol. Penggunaan *second account* Instagram menjadi bentuk konkret dari

networked individualism. Hal ini linier dengan temuan yang mengindikasikan bahwa, pengguna Instagram mengharapkan ruang interaksi yang lebih intim dan eksklusif, para pengguna dapat memposting konten hanya dengan teman-teman terdekat yang memiliki kedekatan emosional dengan tingkat kepercayaan yang tinggi (Angga & Nugroho, 2025).

Pada penelitian ini menggunakan tiga dimensi. Perlu ditegaskan bahwa tiga dimensi tersebut diturunkan dari prinsip-prinsip yang diajukan oleh Wellman, yaitu individu secara otonom sebagai penentu jaringannya sendiri, adanya kemampuan *boundary management* dalam menyaring jaringan, dan terbentuknya suatu norma dalam setiap jaringan. Konsep tersebut kemudian diturunkan menjadi dimensi dari eksklusivitas jaringan yang terdiri dari selektivitas, lingkup interaksi, dan norma personal. Dimensi selektivitas diturunkan dari prinsip otonomi yang dimiliki oleh setiap individu dalam memilih ataupun menyaring siapa yang dapat masuk ke jaringannya, pada konteks penelitian ini yakni *second account* Instagram terwujud pada proses penerimaan pengikut. Kemudian dimensi lingkup interaksi mencerminkan karakteristik jaringan modern menurut Wellman yang terfragmentasi, individu membangun lingkaran relasi dengan intensitas berbeda-beda, dalam penggunaan *second account* hal ini dilihat berdasarkan keintiman komunikasi yang terjalin pada kelompok pengikut yang terpilih berbeda dengan interaksi pada akun utama yang justru lebih dangkal. Dimensi norma personal diturunkan dari konsep Wellman bahwa setiap jaringan individual itu memiliki suatu aturan dan ekspektasi atau standar perilaku yang disepakati bersama dan tumbuh secara organik di dalam jaringan tersebut, tidak seperti pada kelompok tradisional yang mengikat dari luar. Ketiga dimensi tersebut membentuk konstruk eksklusivitas jaringan sosial yang digunakan dalam penelitian ini.

Eksklusivitas tidak hanya berfokus pada kuantitas, melainkan juga tentang kualitas, intensitas, dan kontrol atas siapa saja yang dapat melakukan interaksi dalam lingkaran jaringan tersebut. Para pengguna tidak berfokus pada jumlah pengikut di Instagram, tetapi berfokus pada kedekatan dengan lingkup kecil sehingga pengguna dapat terbuka mengunggah konten aktivitas keseharian (Suryani & Wiryadigda, 2022). Pengguna membangun interaksi secara eksklusif dengan individu tertentu berdasarkan pertimbangan kedekatan afektif, tingkat kepercayaan, atau keseragaman nilai-nilai karena adanya keyakinan tinggi.

Mahasiswa yang menggunakan *second account* Instagram tidak serta-merta menutup diri dari dunia sosial digital, melainkan membentuk versi jaringan sosial yang lebih sesuai dengan kenyamanan psikologis dan identitas diri yang mereka inginkan. Mahasiswa membatasi ruang sosial digitalnya pada lingkaran kecil sebagai bentuk pengelolaan jaringan. Pilihan untuk membatasi siapa yang dapat melihat, mengomentari, ataupun memberikan tanggapan mengenai konten yang dibagikan sangat

mencerminkan praktik seleksi sosial yang ketat. Secara teknis, mahasiswa hanya mengizinkan teman dekat, sahabat, atau orang yang memiliki ikatan emosional khusus untuk dapat mengakses konten yang dibagikan dalam *second account*. Ketika mahasiswa melakukan pembatasan maka terbentuklah jaringan sosial yang bersifat eksklusif dan terbatas untuk pihak luar. Eksklusivitas ini kemudian menciptakan interaksi sosial di lingkungan kampus, mahasiswa akan berinteraksi secara mendalam dengan lingkaran sempit. Praktik selektivitas, kontrol privasi, dan pemisahan identitas digital sesuai dengan prinsip bahwa masyarakat jaringan memiliki kendali yang besar atas struktur jejaring sosialnya.

1.2.4. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan dibahas beberapa penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan dan rujukan bagi penelitian ini. Adapun penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Syifah Fhauziah Gultom & Laila Rohani, 2024.	Pengaruh Aktualisasi Konsep Diri dalam <i>Self-Disclosure Gen Z</i> terhadap <i>Second account</i> pada Aplikasi Instagram di Kota Medan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut, penggunaan <i>second account</i> sebagai media bagi pengguna dalam menampilkan sisi yang personal dan autentik dapat mendorong individu lebih terbuka dalam mengekspresikan perasaan dan pengalaman pribadinya.	Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, disimpulkan bahwa sebagian besar kajian sebelumnya berfokus pada fungsi <i>second account</i> Instagram sebagai ruang keterbukaan diri sekaligus <i>self-presentation</i> yang membuat individu lebih jujur dan bebas tanpa tekanan sosial.
2	Ayu Fitriyani Prasetya, 2025)	Penggunaan <i>second account</i> Instagram	Kuantitatif	Mahasiswa menggunakan <i>second account</i> Instagram	Penggunaan <i>second account</i> pada penelitian

		bagi <i>Self-Presentation</i> Mahasiswa FISH UNJ		sebagai ruang privat untuk mengekspresikan diri secara jujur, spontan, dan bebas dari tekanan sosial. Akun ini berfungsi sebagai sarana <i>self-presentation</i> yang lebih nyata dibandingkan akun utama yang cenderung formal. Penggunaan <i>second account</i> dipengaruhi oleh empat aspek: <i>ideal self, multiple self, consistent self, dan online presentation preference</i> , dengan aspek <i>multiple self</i> menjadi faktor dominan dalam kebebasan berekspresi	sebelumnya dimanfaatkan sebagai media untuk menampilkan sisi personal dan autentik dari individu. Dengan pengikut yang lebih sedikit, <i>second account</i> dianggap sebagai tempat keluh kesah yang aman. Selain itu, penelitian sebelumnya menitikberatkan pada aspek psikologis dengan menekankan bahwa <i>second account</i> dapat menunjukkan keberadaan identitas ganda di dunia digital. Penelitian sebelumnya banyak menyoroti dimensi individual, seperti konsep diri, presentasi diri, dan motif personal dalam penggunaan <i>second account</i> Instagram. Namun belum secara
3	Jihan Salma M, Wiwid Noor Rakhmad, Muhammad Bayu Widagdo (2024)	Fenomena <i>Second Account</i> oleh Mahasiswa pada Media Sosial Instagram	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna <i>second account</i> di Instagram memiliki tujuan mempertahankan hubungan dengan teman dekat dari dunia nyata. Pengguna akun ini memiliki aturan tersendiri yaitu individu berhak memilih siapa saja	

				pengikut yang kita terima. <i>Second account</i> digunakan sebagai zona nyaman dalam berbagi konten tanpa khawatir mengenai penilaian pengikut.	mendalam menelaah bagaimana <i>second account</i> berhubungan dengan struktur jaringan sosial yang terbentuk. Penelitian ini mengisi <i>gap</i> tersebut, tidak
4	Ajeng Kurnia Nur Azizah, Yesi Kurniasih, Hidayati Purnama, dkk. (2024)	Analisis Perilaku Mahasiswa FISIP UNSOED Angkatan 2021-2023 Pemilik <i>Second account</i> Instagram	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2021-2023 yang menggunakan <i>second account</i> Instagram cenderung memiliki pengikut kurang dari seratus, yaitu 4 kali lipat lebih sedikit dibanding akun pertama. Sebanyak 50% mahasiswa menggunakan <i>second account</i> sebagai tempat menjaga privasi dan konten yang dibagikan berupa keluh kesah.	hanya berfokus pada dimensi individual, tetapi penelitian ini menyoroti <i>second account</i> tersebut berfungsi sebagai mekanisme pembentukan jaringan sosial yang lebih selektif dan terbatas.

Berdasarkan penelitian terdahulu, diketahui bahwa penggunaan *second account* Instagram menjadi fenomena yang populer dan banyak dikaji. Namun, penelitian terdahulu di atas memiliki fokus kajian yang berbeda sehingga memberikan gambaran yang saling melengkapi mengenai fungsi *second account* di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Gultom & Rohani (2024) memperlihatkan bahwa *second account* memiliki hubungan dengan konsep diri dan keterbukaan diri. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasteya (2025) yang menunjukkan bahwa

mahasiswa memanfaatkan *second account* sebagai ruang privat untuk melakukan *self-presentation* yang autentik dibandingkan akun utama, pengguna dapat mengekspresikan diri secara spontan dan bebas. Selanjutnya, penelitian oleh Salma, dkk (2024) menunjukkan bahwa *second account* mempunyai fungsi berbeda yaitu, mempertahankan hubungan dengan teman dekat di dunia nyata. Lebih jelas bahwa *second account* adalah ruang interaksi yang lebih terbatas. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Azizah, dkk (2024) memberikan gambaran karakteristik penggunaan *second account* di kalangan mahasiswa FISIP Unsoed. Para mahasiswa dengan sengaja memiliki jumlah pengikut yang sangat sedikit dibandingkan dengan akun utama. Secara keseluruham, penelitian terdahulu di atas menunjukkan kesamaan yakni *second account* dimanfaatkan sebagai ruang privat yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri lebih bebas. Tetapi masih didominasi oleh aspek perilaku dan psikologis individu, maka penelitian ini mengisi *gap* bahwa *second account* membentuk jaringan sosial yang eksklusif. Oleh karena itu, berikut perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Keterbatasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Temuan yang Relevan	Keterbatasan Penelitian	Perbedaan Penelitian ini
1	Syifah Fhauziah Gultom & Laila Rohani, 2024.	<i>Second account</i> Instagram mendorong individu untuk lebih terbuka dalam mengekspresikan perasaan dan pengalaman-pengalaman pribadinya	Penelitian ini berfokus untuk mengkaji dimensi psikologis individu dan belum menyentuh dampak penggunaan <i>second account</i> terhadap struktur jaringan sosial yang terbentuk di dalamnya	Penelitian ini melihat penggunaan <i>second account</i> dapat membentuk jaringan sosial yang eksklusif melalui pendekatan sosiologi digital dengan menggunakan teori <i>networked individualism</i> .
2	Ayu Fitriyani Prasetya, 2025)	Mahasiswa membutuhkan ruang privat sehingga menggunakan <i>second account</i> untuk mengekspresikan diri dengan bebas tanpa tekanan sosial, aspek <i>multiple self</i> menjadi faktor dominan.	Fokus kajian terbatas pada aspek presentasi diri dan identitas digital, penelitian ini belum mengkaji dimensi relasional dan struktural jaringan sosial yang terbentuk akibat penggunaan <i>second account</i> .	Penelitian ini memperluas kajian dengan mengkaji <i>second account</i> sebagai mekanisme pembentukan jaringan sosial yang eksklusif pada mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin bukan hanya sekedar

				sebagai media ekspresi diri mahasiswa.
3	Jihan Salma M, Wiwid Noor Rakhmad, Muhammad Bayu Widagdo (2024)	Penggunaan <i>second account</i> oleh individu memiliki utjuan untuk mempertahankan hubungan dengan teman dekat dari dunia nyata, <i>second account</i> juga digunakan sebagai zona nyaman dalam berbagi konten dengan aturan tersendiri dalam menentukan pengikut.	Menggunakan pendekatan kualitatif dengan jumlah informan yang terbatas sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi secara luas.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel yang lebih besar dan representatif dalam mengukur tingkat eksklusivitas jaringan sosial melalui dimensi selektivitas, lingkup interaksi, dan norma personal.
4	Ajeng Kurnia Nur Azizah, Yesi Kurniasih, Hidayati Purnama, dkk. (2024)	Mahasiswa FISIP Unsoed cenderung memiliki pengikut <i>second account</i> yang sedikit yakni kurang dari seratus, jumlah ini empat kali lebih sedikit dibandingkan akun utama. Mereka menggunakan <i>second account</i> untuk tempat menjaga privasi.	Penelitiann ini hanya mengetahui bagaimana perilaku kepemilikan dan karakteristik <i>second account</i> secara umum, belum menganalisis kualitas dan eksklusivitas jaringan.	Penelitian ini secara khusus juga mengkaji tingkat eksklusivitas dengan mengaitkannya dengan teori <i>networked individualism</i> sebagai kerangka analisis.

Berdasarkan tabel di atas, penelitian ini menghadirkan nilai kebaruan sebagai berikut:

1. Fokus pada kajian eksklusivitas jaringan sosial yang masih relatif terbatas diteliti sebelumnya.
2. Menggunakan sudut pandang sosiologi digital untuk memahami fenomena penggunaan *second account* bukan sekedar sebagai media ekspresi diri, akan tetapi sebagai suatu bentuk strategi yang mendorong individu mengatur jejaring digitalnya secara lebih selektif.
3. Populasi penelitian ini berfokus pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dan Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik penggunaan *second account* Instagram?
2. Bagaimana tingkat eksklusivitas jaringan sosial pada mahasiswa pengguna *second account* Instagram?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi karakteristik penggunaan *second account* Instagram pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dan Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin.
2. Untuk mengetahui tingkat eksklusivitas jaringan sosial pada mahasiswa pengguna *second account* Instagram di program studi Ilmu Komunikasi dan Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

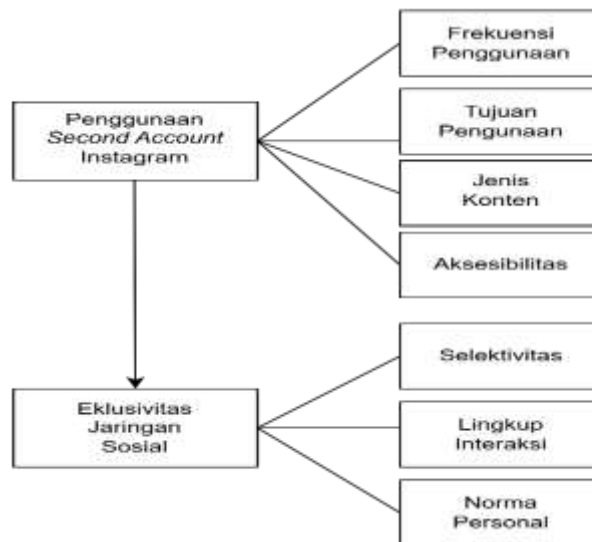
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian sosiologi digital, khususnya terkait dinamika identitas dan jaringan sosial di era media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya tentang perilaku komunikasi mahasiswa di media sosial.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa sebagai rujukan empiris dalam penelitian dengan tema yang sama. Selain itu, penelitian ini dapat menambah pemahaman mengenai bagaimana individu

membangun ruang digital yang eksklusif melalui *Second account* Instagram.

1.6. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Skema Kerangka Pikir

Penggunaan *second account* Instagram merupakan salah satu bentuk strategi digital yang dilakukan oleh mahasiswa. Fitur *multiple account* yang disediakan oleh Instagram memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengelola ruang interaksi yang berbeda. *Second account* sebagai media untuk mengatur representasi identitas digitalnya dengan lebih selektif. Teori *Networked Individualism* menegaskan bahwa masyarakat kontemporer mengalami pergeseran dari komunitas fisik menjadi jaringan sosial yang lebih fleksibel dan berpusat pada individu. Mahasiswa dalam menggunakan *second account* memanfaatkan kemampuan teknologi media sosial, seperti pengaturan privasi, batasan pengikut, dan fleksibilitas konten untuk membentuk jaringan eksklusif yang sesuai dengan preferensi mereka.

Praktik penggunaan *second account* Instagram oleh mahasiswa mencerminkan pola baru dalam mengelola hubungan sosial. Frekuensi interaksi yang dilakukan mahasiswa melalui *second account* menunjukkan akun tersebut telah menjadi bagian penting dari rutinitas digitalnya. Alasan dibalik penggunaan *second account* seringkali terkait dengan kebutuhan akan privasi, keinginan untuk lebih bebas dalam mengekspresikan dirinya. Pilihan jenis konten yang diunggah pada *second account* juga memberikan gambaran yang berbeda dibandingkan akun utama, dengan menampilkan konten personal dan spontan sehingga hanya dibagikan pada *audiens* yang dipercaya. Aksesibilitas juga turut berkontribusi dalam penggunaan *second account*. Kemudahan yang ditawarkan Instagram untuk berpindah akun dalam satu ponsel dan sekaligus pengguna

mempunyai kuasa penuh dalam mengelola setiap konten menjadikan *second account* sebagai tempat yang nyaman bagi penggunaannya. Tingkat kenyamanan yang dirasakan inilah yang membuat mahasiswa semakin bergantung pada akun tersebut sebagai ruang interaksi yang lebih intim bersama lingkaran pertemanannya.

Pada kondisi tersebut, eksklusivitas jaringan tercermin dalam cara mahasiswa yang secara selektif memilih siapa yang diperbolehkan menjadi pengikut di *second account*. Proses seleksi ketat ini menandakan adanya tingkat kepercayaan dan kedekatan emosional yang tinggi terhadap individu yang diizinkan untuk mengakses *second account* mereka. Interaksi yang terjadi cenderung berlangsung intim yang berfokus pada isu personal. Selain itu, setiap jaringan yang terbentuk memiliki norma personal yang dijaga bersama dalam lingkaran tersebut.

1.7. Matriks Pengembangan Indikator

Matriks pengembangan indikator berfungsi untuk menjelaskan lebih detail terkait pengukuran setiap variabel dalam penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari dua variabel, penggunaan *second account* Instagram sebagai variabel independen (mempengaruhi), dan eksklusivitas jaringan sosial sebagai variabel dependen (dipengaruhi). Berikut matriks pengembangan indikator yang digunakan pada penelitian ini:

Tabel 3. Matriks Pengembangan Indikator

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Parameter Ukur
1	Penggunaan <i>Second account</i> Instagram (X)	1.Frekuensi Penggunaan	1. Intensitas Akses per pekan 2. Frekuensi Unggahan per pekan 3. Interaksi Digital	Frekuensi menggunakan <i>second account</i> dan DM
		2.Tujuan Penggunaan	1. Privasi 2. Pemisahan <i>Audiens</i> 3. Ruang Aman	<i>Skala Likert</i>
		3.Jenis Konten	1. Konten Personal 2. Konten non-formal 3. Konten sensitif	Frekuensi membagikan konten
		4. Aksesibilitas	1. Kemudahan teknis 2. Kenyamanan Psikologis 3. Kontrol Privasi	<i>Skala Likert</i>
2		1. Selektivitas	1. Pemilihan Pengikut	

	Eksklusivitas Jaringan Sosial (Y)		2. Pembatasan Jumlah 3. Kedekatan Emosional	<i>Skala Likert</i>
		2.Lingkup Interaksi	1. Intensitas Komunikasi 2. Kedekatan Sosial	
		3.Norma Personal	1. Aturan Tidak Tertulis 2. Etika Digital 3. Ekspektasi Perilaku	

1.8. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi penjelas yang mengarahkan seseorang mengukur suatu konsep (Morissan, 2018). Definisi operasional berfungsi sebagai batasan-batasan dalam suatu variabel sehingga setiap variabel dapat diukur oleh peneliti. Untuk memberikan gambaran secara lebih jelas mengenai pengukuran dan kategori setiap variabel digunakan perhitungan rentang interval yang diperoleh dari perhitungan rentang *skala likert* dibagi dengan jumlah kategori, berikut kategorisasi yang digunakan:

- a. 1,00-1,80 = Sangat Rendah
- b. 1,81-2,60 = Rendah
- c. 2,61-3,40 = Sedang
- d. 3,41-4,20 = Tinggi
- e. 4,21-5,00 = Sangat Tinggi

1. Frekuensi Penggunaan

Frekuensi penggunaan menggambarkan intensitas mahasiswa mengakses dan berinteraksi melalui *second account* Instagram. Dimensi ini diukur melalui indikator intensitas akses perpekan, frekuensi unggahan perpekan, dan interaksi yang dilakukan melalui *second account*. Kategorisasi tingkat frekuensi penggunaan ditentukan berdasarkan nilai mean per dimensi dengan rentang interval. Tingkat frekuensi tinggi ketika mahasiswa secara aktif dan konsisten mengakses *second account* sebagai bagian dari rutinitas digital hariannya.

2. Tujuan Penggunaan

Tujuan penggunaan mengacu pada pada motivasi mahasiswa dalam menggunakan dan mengatur *second account* Instagram. Dimensi ini diukur menggunakan indikator privasi, pemisahan *audiens*, dan ruang aman.

3. Jenis Konten

Jenis konten memperlihatkan karakteristik konten yang didistribusikan melalui *second account* yang berbeda dengan akun utama. Dimensi ini

diukur dengan indikator konten personal, konten non-formal, dan konten sensitif yang penyebarannya berbeda dengan akun utama.

4. Aksesibilitas

Kemudahan ketika berpindah antar akun dan merasakan kenyamanan psikologis ketika mengaplikasikan *second account* instagram. Indikator yang mengukur adalah kemudahan teknis, kenyamanan psikologis, dan kontrol privasi yang dirasakan pengguna.

5. Selektivitas

Selektivitas berfokus pada proses pemilihan calon pengikut yang dilakukan melalui penyaringan ketat. Indikator yang mengukur dimensi ini adalah pemilihan pengikut, pembatasan jumlah, dan kedekatan emosional sebagai syarat penerimaan pengikut.

6. Lingkup Interaksi

Lingkup interaksi dilihat berdasarkan pada kedalaman komunikasi yang terbangun antara pemilik *second account* dengan pengikutnya. Dimensi ini diukur oleh indikator intensitas komunikasi

7. Norma Personal

Etika yang terbentuk dalam jaringan eksklusif tersebut. Norma ini berkaitan dengan batasan topik yang pantas dibicarakan, keterbukaan dalam berbagi, dan etika dalam menjaga privasi antar anggota. Dimensi ini diukur menggunakan indikator aturan tidak tertulis, etika digital, dan ekspektasi perilaku.

BAB II METODE PENELITIAN

2.1. Pendekatan, Tipe, dan Strategi Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji kebenaran suatu teori dengan cara menganalisis keterkaitan antar variabel yang diteliti (Creswell, 2014). Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif, penelitian ini berfokus dalam menggambarkan variabel-variabel penelitian yang terlibat tanpa menguji hubungan antar variabel. Tipe deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan penggunaan *second account* Instagram pada mahasiswa dan tingkat eksklusivitas jaringan sosialnya.

Strategi penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah survei. Pada penelitian ini, strategi survei dimaksudkan untuk mendeskripsikan secara kuantitatif berdasarkan kecenderungan, sikap, ataupun pandangan dari suatu populasi melalui analisis yang dilakukan terhadap sampel yang mewakili populasi tertentu (Creswell, 2014). Survei dipilih untuk penelitian ini karena memudahkan peneliti dalam menangkap pola yang terjadi dalam penggunaan *second account* Instagram dan tingkat eksklusivitas jaringan sosial mahasiswa dalam bentuk angka. Data yang terukur sangat dibutuhkan dalam menganalisis fenomena di dunia digital untuk meninjau kecenderungan yang terjadi pada mahasiswa dalam mengelola jaringan sosialnya di Instagram. Survei diawali dengan penentuan sampel penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku dari sampel tersebut.

2.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang bulan Desember 2025 hingga bulan Juni 2026. Dimulai dari tahap persiapan awal penelitian hingga proses publikasi hasil dari penelitian. Penelitian ini dilakukan di program studi Ilmu Komunikasi dan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Alasan peneliti memilih lokasi ini didasarkan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sebagai fakultas yang menitikberatkan pada kajian sosial kemasyarakatan. FISIP menjadi fakultas yang sarat dengan fenomena sosial modern yang dapat diobservasi secara empiris. Sehingga, lokasi ini relevan untuk dijadikan sebagai lokasi untuk penelitian ini.

Tabel 4. Waktu Penelitian

Kegiatan	Waktu						
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
Menyusun Proposal Skripsi							
Seminar Proposal							
Membuat Kuesioner							
Izin Penelitian							
Penelitian							
Mengolah Data							
Menyusun Hasil Penelitian							
Bimbingan Hasil Penelitian							
Ujian Skripsi							

2.3. Populasi dan Sampel

2.3.1. Populasi

Populasi merujuk pada objek dari satu wilayah yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dikaji dan selanjutnya diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Populasi harus didefinisikan secara jelas karena menjadi dasar dalam menentukan sampel dan generalisasi hasil penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang berjumlah sebanyak 3.461 dari 7 program studi. Berikut tabel sebaran jumlah mahasiswa dari setiap prodi

Tabel 5. Sebaran Jumlah Mahasiswa FISIP

No.	Jurusan	Jumlah Mahasiswa
1.	Ilmu Komunikasi	570
2.	Ilmu Administrasi Publik	523
3.	Sosiologi	462
4.	Ilmu Pemerintahan	475
5.	Ilmu Politik	378
6.	Ilmu Hubungan Internasional	679
7.	Antropologi	374
Jumlah		3.461

Sumber: Staff Akademik FISIP Unhas,2025

2.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan populasi yang digunakan sebagai sumber data yang dapat mewakili seluruh populasi (Asrulla dkk., 2023). Pengambilan sampel harus mempertimbangkan representativitas agar hasil penelitian dapat digeneralisasi. Populasi dalam penelitian ini terlalu besar dan beragam untuk diteliti, mengingat keterbatasan waktu dan tenaga sehingga tidak bisa langsung dijangkau secara keseluruhan. Maka dari itu, penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *Multistage Sampling*. *Multistage Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memindahkan sampel luas ke sampel yang lebih sempit, dengan melalui lebih dari satu tahapan (Firmansyah & Dede, 2022).

Tahap awal penentuan sampel terdiri dari 3 tahapan yaitu menentukan terlebih dahulu program studi terpilih. Peneliti menentukan 2 program studi secara acak dengan menggunakan bantuan aplikasi *Random Number Generator* yang disesuaikan berdasarkan tabel di atas. Program studi terpilih yaitu Ilmu Komunikasi dan Sosiologi yang berjumlah sebanyak 1.032 mahasiswa. Jumlah tersebut terlalu besar sehingga sulit untuk menjangkau tiap mahasiswa, maka tahap selanjutnya adalah menentukan angkatan dari program studi terpilih untuk dijadikan objek penelitian. Angkatan terpilih yaitu mahasiswa angkatan 2024 dari program studi Ilmu Komunikasi dan Sosiologi yaitu berjumlah 221 mahasiswa.

Tabel 6. Jumlah Mahasiswa Prodi Terpilih

Program Studi	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
Ilmu Komunikasi	2022	118
	2023	124
	2024	120
	2025	126
Sosiologi	2022	58
	2023	76
	2024	101
	2025	105

Setelah menentukan program studi dan angkatan terpilih, tahap berikutnya adalah menentukan besaran jumlah responden. Rumus *Isaac dan Michael* digunakan untuk mengetahui jumlah sampel dari populasi yang telah diketahui sebelumnya. Tabel penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael memberikan kemudahan bagi peneliti untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%. Melalui tabel ini, peneliti dapat secara langsung menentukan jumlah sampel berdasarkan jumlah populasi yang diketahui dan tingkat kesalahan yang telah ditentukan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10%. Pemilihan tingkat kesalahan tersebut dianggap cukup memenuhi syarat statistik serta mempertimbangkan kondisi di lapangan, peneliti hanya mampu menjangkau responden dalam jumlah yang terbatas.

Tabel 7. Rumus Isaac and Michael

**PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN
TARAF KESALAHAN 1%, 5%, DAN 10%**

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber: Sugiyono (2022:146)

Menurut hasil yang didapatkan berdasarkan tabel *Isaac dan Michael* dengan populasi sebanyak 221 mahasiswa, maka besaran sampel yaitu sebanyak 122 mahasiswa untuk dijadikan responden dengan tingkat kesalahan 10%. Kemudian, dilakukan perhitungan jumlah sampel dari program studi Ilmu Komunikasi dan Sosiologi di FISIP Universitas Hasanuddin, untuk mengetahui representasi secara proporsional, yang dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Sampel proporsional} = \frac{\text{Populasi}}{\text{Total Populasi}} \times \text{Total Sampel}$$

Tabel 2. 1 Jumlah Keterwakilan Sampel

Program Studi	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
Ilmu Komunikasi	120	$\frac{120}{221} \times 122 = 66$
Sosiologi	101	$\frac{101}{221} \times 122 = 56$
Jumlah	222	122

Maka jumlah sampel terpilih dari program studi Ilmu Komunikasi sebanyak 66 responden dan Sosiologi sebanyak 56 orang. Selanjutnya untuk menentukan responden berdasarkan sampel dari masing-masing program studi, peneliti menggunakan teknik *simple random sampling* pada mahasiswa pengguna *Second account* Instagram dengan bantuan *random number generator*.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data terdiri dari cara, strategi yang digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

2.4.1. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan apa yang dilihat dalam kondisi aktual di lapangan tanpa campur tangan atau intervensi dari peneliti (Wani dkk., 2024). Penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung terkait dengan perilaku, kejadian, atau situasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti mengamati kegiatan atau perilaku mahasiswa FISIP dalam menggunakan *second account* di Instagram dalam keseharian serta mengamati bagaimana pengelolaan akun tersebut.

2.4.2. Kuesioner

Kuesioner diartikan sebagai metode pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan maupun pernyataan secara tertulis yang kemudian diberikan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2022). Pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner bervariasi, pertanyaan dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dan pertanyaan semi terbuka. Untuk memperoleh data, penelitian ini memanfaatkan alat bantu yaitu *Google Form* untuk membagikan kuesioner. Selain itu, pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini,

yaitu kombinasi antara pertanyaan tertutup, pertanyaan terbuka, dan pertanyaan semi terbuka.

2.4.3. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur diartikan sebagai metode pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dan bersifat tetap (Romdona dkk., 2025). Wawancara terstruktur sesuai digunakan dalam penelitian yang memerlukan data terstruktur serta ketika peneliti ingin memperoleh jawaban yang dapat dibandingkan dari banyak responden. Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan langsung kepada responden atau memanfaatkan alat bantu yaitu *Googleform*. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara secara langsung kepada 5 responden.

2.4.4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang memanfaatkan foto, catatan, dan berbagai sumber yang relevan dengan fenomena penelitian. Pada penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh gambar yang berfungsi sebagai bukti pendukung guna memperkuat hasil penelitian.

Selanjutnya, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti. Data ini digunakan sebagai data pokok dalam penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tidak diperoleh dari narasumber utama, melainkan melalui pihak kedua, digunakan untuk melengkapi data primer yang telah didapatkan sebelumnya (Daruhadi & Sopiati, 2024). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui berbagai sumber, seperti artikel, buku, dan jurnal yang relevan dengan penggunaan *Second account* Instagram oleh mahasiswa. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari Staf setiap departemen di FISIP Unhas yaitu berupa data mengenai jumlah mahasiswa angkatan 2023-2025 Mahasiswa FISIP yang aktif.

2.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian merupakan tahapan penting yang berfungsi mengubah data mentah menjadi informasi yang bermakna dan relevan melalui penerapan metode statistik maupun kualitatif. Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola ataupun kecenderungan dalam data yang dapat dimanfaatkan guna menjawab permasalahan penelitian ataupun menguji teori. Penelitian ini menggunakan metode analisis data secara statistik dengan menggunakan *software SPSS versi 27*. Berikut tahapan-tahapan analisis data yang dilakukan untuk penelitian ini, yaitu:

a. Data Editing

Pengeditan data merupakan langkah pertama dalam rangkaian proses pengolahan data dalam penelitian dengan tujuan untuk memastikan seluruh data yang berhasil dikumpulkan telah sesuai. Dalam tahap pertama ini, peneliti melakukan pemeriksaan mengenai kesesuaian antar jawaban, dan akurasi data. Langkah ini penting untuk meminimalkan potensi kesalahan-kesalahan yang dapat mengganggu temuan penelitian

b. Data Coding

Setelah melewati tahap awal, data selanjutnya memasuki proses pengkodean atau disebut dengan *coding* sebagai upaya untuk mempermudah pengolahan dan analisis data secara statistik, Pengkodean data merupakan proses pemberian kode pada setiap data yang diperoleh kemudian diklasifikasikan berdasarkan kelompok yang akan diuji. Proses pengkodean data ini penting agar data lebih mudah dipindahkan ke SPSS untuk diuji lebih lanjut dengan teknik statistik yang sesuai. Pada penelitian ini pengkodean data juga digunakan untuk mengkategorikan data dari jawaban terbuka menjadi numerik sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan sehingga frekuensi dari setiap jawaban lebih mudah untuk diketahui.

c. Tabulasi Data

Tabulasi data merupakan tahapan untuk penataan data secara sistematis ke dalam format tabel yang dirancang untuk memudahkan membaca distribusi data, frekuensi, dan pola keterkaitan antar variabel. Pada tahap tabulasi, data disusun secara terorganisir pada tabel-tabel tertentu, sehingga kemudian menjadi dasar bagi perhitungan statistik deskriptif. Tabulasi data sangat penting sebagai suatu tahapan yang wajib diselesaikan sebelum peneliti melanjutkan ke tahap analisis statistik.

d. Data Analyzing

Untuk penelitian ini diawali dengan uji validitas dan reliabilitas untuk mengidentifikasi sejauh mana instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur variabel yang diteliti serta instrumen tersebut dapat dipakai berulang dengan tepat dan sesuai. Setelah keseluruhan tahapan pengolahan data hingga tabulasi data telah dilakukan, peneliti menampilkan distribusi frekuensi dari setiap item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner untuk memberikan gambaran awal. Kemudian untuk memperoleh gambaran yang lebih detail, analisis dilanjutkan dengan menggunakan *crosstab*. Teknik tersebut digunakan untuk membandingkan item pertanyaan dengan program studi secara bersamaan dalam satu tabel sehingga terlihat perbedaan kecenderungan jawaban. Hal ini penting untuk mengidentifikasi kekhasan yang muncul dari setiap program studi secara lebih spesifik.

2.6. Pengujian Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data menjadi suatu tahapan penting dalam penelitian untuk memastikan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur variabel secara akurat. Pada penelitian ini, pengujian keabsahan data dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah tahapan yang tidak boleh terlewatkan dalam tahapan penelitian. Uji validitas bertujuan untuk memastikan sejauh mana instrumen penelitian yang digunakan dapat sesuai dan relevan dalam mengukur variabel yang sedang diteliti. Hasil yang diperoleh dari uji validitas memberikan informasi mengenai tingkat kesesuaian antara instrumen yang digunakan dengan tujuan yang diinginkan. Dengan demikian, uji validitas memungkinkan peneliti untuk memastikan instrumen yang digunakan telah layak untuk diandalkan dalam proses penelitian. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 27. Berikut dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji validitas.

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan tidak valid

Sebelum peneliti melakukan pengumpulan data di lapangan, terlebih dahulu peneliti melakukan pengujian terhadap 30 responden yang berada di luar sampel penelitian dalam pengujian validitas dan reliabilitas. Dalam pelaksanaan uji validitas, item pertanyaan dalam kuesioner dapat dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dibandingkan r_{tabel} yang disesuaikan berdasarkan taraf signifikansi dan jumlah sampel yang digunakan. Pada penelitian ini, taraf signifikansi yang

ditetapkan sebesar 5% dengan nilai r_{tabel} yang dijadikan sebagai acuan adalah sebesar 0,374. Nilai r_{tabel} tersebut diperoleh melalui proses pencarian *degree of freedom* (df), penentuan nilai df dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$df = n-2$$

$$df = 30-2$$

$$df = 28$$

Hasil df menunjukkan nilai 28, dalam standar r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan nilai sebesar 0,374 sebagai batas kuesioner dikatakan valid dan tidaknya.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Sebelum Penelitian

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	X1	0,672	0,374	Valid
2	X2	0,738	0,374	Valid
3	X3	0,678	0,374	Valid
4	X4	0,507	0,374	Valid
5	X5	0,443	0,374	Valid
6	X6	0,539	0,374	Valid
7	X7	0,633	0,374	Valid
8	X8	0,344	0,374	Tidak Valid
9	X9	0,688	0,374	Valid
10	X10	0,281	0,374	Tidak Valid
11	X11	0,677	0,374	Valid
12	X12	0,659	0,374	Valid
13	X13	0,348	0,374	Tidak Valid
14	X14	0,593	0,374	Valid
15	X15	0,515	0,374	Valid
16	X16	0,541	0,374	Valid
17	X17	0,520	0,374	Valid
18	X18	0,398	0,374	Valid
19	X19	0,545	0,374	Valid
20	Y1	0,403	0,374	Valid
21	Y2	0,481	0,374	Valid
22	Y3	0,540	0,374	Valid
23	Y4	0,496	0,374	Valid
24	Y5	0,079	0,374	Tidak Valid
25	Y6	0,595	0,374	Valid
26	Y7	0,821	0,374	Valid
27	Y8	0,571	0,374	Valid
28	Y9	0,716	0,374	Valid
29	Y10	0,846	0,374	Valid
30	Y11	0,473	0,374	Valid
31	Y12	0,630	0,374	Valid
32	Y13	0,700	0,374	Valid

33	Y14	0,539	0,374	Valid
34	Y15	0,555	0,374	Valid
35	Y16	0,673	0,374	Valid
36	Y17	0,491	0,374	Valid
37	Y18	0,387	0,374	Valid
38	Y19	0,390	0,374	Valid
39	Y20	0,555	0,374	Valid
40	Y21	0,418	0,374	Valid
41	Y22	0,263	0,374	Tidak Valid
42	Y23	0,505	0,374	Valid
43	Y24	0,494	0,374	Valid
44	Y25	0,396	0,374	Valid

Sumber: Data Primer, 2026

Berdasarkan hasil uji validiitas yang telah dilakukan menunjukkan terdapat lima item pertanyaan yang dinyatakan tidak valid, yaitu pertanyaan X8,X10,X13,Y5, dan Y22 yang kemudian dihapus dan disempurnakan kembali untuk disebarakan kepada responden utama.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi dan sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya meskipun digunakan secara berulang. Uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, suatu instrumen dikatakan reliabel ketika *Alpha Cronbach* menunjukkan angka lebih dari 0,60 yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan saat digunakan berulang.

Untuk memastikan keandalan dan tingkat kepercayaan instrumen sebelum digunakan dalam penelitian di lapangan, peneliti juga terlebih dahulu melakukan pengujian reliabilitas dengan standar *Alpha Cronbach* sebesar 0,60. Dasar pengambilan keputusan instrumen dinyatakan reliabel ketika *Alpha Cronbach* lebih dari 0,60.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Sebelum Penelitian

Variabel X Reliability Statistics		Variabel Y Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
,867	19	,887	25

Sumber: Data Primer, 2026

2.7. Teknik Penyajian Data

Data yang sudah diperoleh selanjutnya disajikan dalam berbagai bentuk dan dinarasikan secara deskriptif yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, teknik penyajian data yang digunakan ialah tabel distribusi frekuensi, diagram batang, dan *pie chart*.

a. Tabel Distribusi Frekuensi

Tabel distribusi frekuensi merupakan tabel penyajian data statistik yang telah dianalisis dalam bentuk tabel. Tabel ini berisi frekuensi untuk setiap kelompok-kelompok tertentu. Penyajian data dalam bentuk tabel frekuensi berguna untuk menyusun data dengan ringkas sehingga mudah dibaca.

b. Tabel Silang

Tabel silang merupakan alat analisis statistik deskriptif yang digunakan untuk melihat hubungan antara dua atau lebih variabel kategorik dalam bentuk tabel dua arah atau lebih.

c. Diagram Batang

Diagram batang adalah jenis diagram yang sederhana digunakan untuk menampilkan berbagai data berbentuk batang sehingga memudahkan dalam memahami data tersebut.