

**MOTIF PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM
DALAM INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial(S.Sos)
Dalam Bidang komunikasi dan Penyiaran Sosial*

Oleh

**HUDAYANI SYIROH
NIM. 2130100006**

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**MOTIF PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM
DALAM INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial(S.Sos)
Dalam Bidang komunikasi dan Penyiaran Sosial*

Oleh

**HUDAYANI SYIROH
NIM. 2130100006**

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**MOTIF PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM
DALAM INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial(S.Sos)*

Dalam Bidang komunikasi dan Penyiaran Sosial

Oleh

Hudayani Syiroh

NIM. 2130100006

Pembimbing I

Dr. Fauzi Rizal, S.Ag., M.A
NIP. 19730502199931003

Pembimbing II

Nurfiriani M Siregar, M.Kom.I
NIP. 199104172019032007

PROGRAM STDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan T.Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634)22080 Faximile (0634)24022

Hal	: Skripsi	Padangsidimpuan,	2025
	a.n. Hudayani Syiroh.	Kepada Yth:	
Lampiran	: 6 (Enam) Exemplar	Ibu Dekan FDIK	
		UIN SYAHADA Padangsidimpuan	
		Di:	
		Padangsidimpuan	

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Hudayani Syiroh** yang berjudul: **"Motif Penggunaan *Second Account* Instagram Dalam Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi "**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang ilmu Pengembangan Masyarakat Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Fauzi Rizal, S.Ag., MA
NIP. 19730502199931003

PEMBIMBING II



Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I
NIP. 199104172019032007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hidayani Syiroh
Nim : 2130100006
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/KPI
Judul Skripsi : *Motif Penggunaan Second Account Instagram dalam Interaksi Sosial Mahasiswa fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi*

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat ke 4 Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu Pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Oktober 2025
Pembuat Pernyataan,


Hidayani Syiroh
NIM. 2130100006

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Hidayani Syiroh
Nim : 2130100006
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive*) *Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Motif Penggunaan Second Account Instagram dalam Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada Tanggal : Oktober 2025

Saya yang menyatakan,



Hidayani Syiroh
NIM. 2130100006

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hudayani Syiroh
Tempat / Tgl Lahir : Jakarta, 29 Agustus 2003
NIM : 2130100006
Fakultas / Prodi : FDIK / KPI

Menyatakan dengan sesungguhnya:

1. ~~Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqasyah ini adalah benar dan sah.~~
2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Padangsidempuan, Oktober 25
Pembuat Pernyataan,



Hudayani Syiroh
NIM.2130100006



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Hudayani Syiroh
NIM : 2130100006
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Motif Penggunaan *Second Account* Instagram dalam Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Ketua

Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I
NIP. 199104172019032007

Sekretaris

Dr. Mhd Latip Kahpi, M.Kom.I
NIP. 199112242019031008

Anggota

Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I
NIP. 199104172019032007

Dr. Mhd Latip Kahpi, M.Kom.I
NIP. 199112242019031008

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 196511021991031001

Dr. Fauzi Rizal, S.Ag., M.A
NIP. 19730502199931003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis, 23 Oktober 2025
Pukul : 13:30 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 84 (A)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,7
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: 1291 /Un.28/F./PP.00.9/10/2025

Judul Skripsi : **Motif Penggunaan *Second Account* Instagram dalam Interaksi Sosial Mahasiswa fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**
Nama : **Hidayani Syiroh**
NIM : **2130100006**
Program Studi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
Dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidempuan, Oktober 2025
Dekan



Dr. Magdalena, M.Ag.
NIP.197403192000032001

ABSTRAK

Nama : Hidayani Syiroh
Nim : 2130100006
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Motif Penggunaan *Second Account* Instagram dalam Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Perkembangan media sosial telah memunculkan berbagai bentuk ekspresi diri di ruang digital, salah satunya melalui fenomena penggunaan *second account* di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap motif di balik penggunaan *second account* Instagram serta interaksi sosial yang dijalin oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan dengan melakukan wawancara mendalam, observasi *online*, dan dokumentasi terhadap 14 mahasiswa yang aktif menggunakan *second account* selama minimal enam bulan terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif utama penggunaan *second account* adalah untuk menciptakan ruang yang lebih privat dan aman bagi mahasiswa dalam mengekspresikan diri secara otentik, tanpa tekanan pencitraan yang biasanya ada di akun utama. Temuan ini sesuai dengan teori motif Alfred Schutz, di mana penggunaan *second account* lebih banyak dipengaruhi oleh “*in order to motive*” atau dorongan untuk mencapai tujuan tertentu, seperti kenyamanan emosional dan kebebasan berekspresi tanpa adanya dorongan masa lalu. Selain itu, teori dramaturgi Erving Goffman juga digunakan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa menampilkan peran sosial yang berbeda antara *front stage* (akun utama) dan *back stage* (*second account*). Interaksi sosial di *second account* bersifat lebih intim, personal, dan emosional, didominasi oleh komunikasi asosiatif dengan lingkaran pertemanan dekat. Meskipun bersifat tertutup, mayoritas informan tetap mempertahankan nilai-nilai etika dan komunikasi Islam dalam penggunaan *second account*. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman dinamika identitas digital dan strategi komunikasi mahasiswa di era media sosial, sekaligus menjadi refleksi atas pentingnya etika dalam berinteraksi di ruang digital.

Kata kunci: *Second account, Instagram, motif, interaksi sosial.*

ABSTRACT

Name : Hidayani Syiroh
Student ID : 2130100006
Faculty : Dakwah and Communication Sciences
Major : Communicatin and Broadcasting
Title : *Motives for Using Second Instagram Accounts in Social Interactions Among Students of the Faculty of Da'wah and Communication Sciences*

The development of social media has fostered various forms of self-expression in digital spaces, one of which is the phenomenon of using second accounts on Instagram. This study aims to explore the underlying motives behind the use of second Instagram accounts and the nature of social interactions formed by students of the Faculty of Da'wah and Communication Science at UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews, online observations, and documentation involving 14 students who have actively used second accounts for at least the past six months. The findings reveal that the primary motivation for using second accounts is to create a more private and secure space for authentic self-expression, free from the performative pressures typically associated with main accounts. These findings align with Alfred Schutz's theory of motives, where the use of second accounts is largely driven by "in-order-to motives" — the desire to achieve specific goals such as emotional comfort and expressive freedom, rather than being influenced by past experiences. Furthermore, Erving Goffman's dramaturgical theory is applied to analyze how students perform different social roles between the front stage (main account) and back stage (second account). Social interactions on second accounts tend to be more intimate, personal, and emotional, characterized by associative communication within close friendship circles. Despite the private nature of these accounts, the majority of informants continue to uphold ethical values and Islamic communication principles. This study contributes to a deeper understanding of digital identity dynamics and communication strategies among university students in the social media era, while also highlighting the importance of ethics in digital interactions.

Keywords: *second account, Instagram, social interaction.*

خلاصة

شبروه هدياني : الاسم
الجامعي الرقم: 2130100006
الكلية : الاتصال وعلوم الدعوة كلية
الإسلامي والإعلام الاتصال : القسم
كلية طلاب لدى الاجتماعي التفاعل في إنستغرام على الثانوي الحساب استخدام دوافع : العنوان
الاتصال وعلوم الدعوة

المُلخَص

الرَّقْمِيّ، الفَضَاءُ فِي الدَّاتِ عَنِ التَّعْبِيرِ مِنْ مُخْتَلَفَةِ أَشْكَالٍ ظُهُورٍ إِلَى الإِجْتِمَاعِيِّ التَّوَاصُلِ وَسَائِلِ تَطَوُّرٍ أَدَّى الدَّوَاعِ عَنِ الكَشْفِ إِلَى البَحْثِ هَذَا يَهْدَفُ. إِنْسْتِغْرَامَ تَطْبِيقِ فِي الثَّانِيَةِ الحِسَابَاتِ اسْتِخْدَامَ ظَاهِرَةً أَبْرَزَهَا وَمِنْ كَلِّيَّةِ طُلَّابٍ يُنْشِئُهَا الَّتِي الإِجْتِمَاعِيَّةِ التَّفَاعُلَاتِ تَحْلِيلٍ وَكَذَلِكَ إِنْسْتِغْرَامَ، فِي الثَّانِيَةِ الحِسَابَاتِ اسْتِخْدَامَ وَرَاءَ اعْتَمَدَ. سَيِّدُمُبَوَّانِ بِبَادَانِغِ الحُكُومِيَّةِ الإِسْلَامِيَّةِ الدَّرِي أَحْمَدَ حَسَنَ عَلِي الشَّيْخِ بِجَامِعَةِ الإِتِّصَالِ وَعُلُومِ الدَّعْوَةِ عِبْرَ وَالمُلاحَظَةِ المُتَعَبِّقَةِ، المُقَابَلَاتِ خِلَالِ مِنَ التَّيَانَاتِ جُمِعَتِ حَيْثُ النُّوعِي، الوَصْفِي المُنْهَجِ عَلَى البَحْثِ أَظْهَرَتْ. أَشْهُرَ سِتَّةَ عَنْ تَقَلُّ لَا لِمُدَّةِ الثَّانِيَةِ الحِسَابَاتِ يَسْتُخْدَمُونَ طَالِبًا عَشَرَ أَرْبَعَةَ نَشَاطٍ وَتَوَثُّقِ الإِنْتَرْنِتِ، تُمَكِّنُ وَأَمَانًا، خُصُوصِيَّةً أَكْثَرَ مَسَاحَةٍ خَلَقَ هُوَ الثَّانِي الحِسَابِ لاسْتِخْدَامِ الرَّئِيسِ الدَّافِعِ أَنَّ البَحْثِ نَتَائِجُ فِي عَادَةً مَوْجُودًا يَكُونُ الَّذِي الإِجْتِمَاعِي التَّمَثِيلِ ضَعْفُ دُونَ أَصِيلٍ بِشَكْلِ دَوَاتِهِمْ عَنِ التَّعْبِيرِ مِنَ الطُّلَّابِ الثَّانِي الحِسَابِ اسْتِخْدَامَ إِنَّ حَيْثُ شَوْشُ، لِأَلْفَرِيدِ الدَّوَاعِ نَظَرِيَّةً مَعَ النِّتَائِجُ هَذِهِ وَتَتَوَافَقُ. الرَّئِيسِي الحِسَابِ وَخُرِيَّةَ العَاطِفِيَّةِ الرَّاحَةِ مِثْلَ مُعَيَّنِ هَدَفٍ لِتَحْقِيقِ الدَّافِعِ أَيْ «in order to motive» يُسَمَّى بِمَا يَبْأَثُرُ عَرْضِ كَيْفِيَّةِ لِتَحْلِيلِ غُوفْمَانِ لِإَرْفِينِغِ الدِّرَامَاتُورْجِنَا نَظَرِيَّةِ تَوْظِيفِ نَمَّ كَمَا. المَاضِي تَأَثِيرَاتِ دُونَ التَّعْبِيرِ الحِسَابِ «الخَلْفِي المَسْرَحِ» وَ (الرَّئِيسِي الحِسَابِ) «الأَمَامِي المَسْرَحِ» بَيْنَ مُخْتَلَفَةِ إِجْتِمَاعِيَّةِ لِأَدْوَارِ الطُّلَّابِ عَلَيْهِ وَيَغْلِبُ وَعَاطِفِيَّةً، وَشَخْصِيَّةً حَمِيمِيَّةً أَكْثَرَ بِطَائِعِ الثَّانِي الحِسَابِ فِي الإِجْتِمَاعِي التَّفَاعُلِ يَتَسَمَّى. (الثَّانِي مُعْظَمَ فَإِنَّ الحِسَابَاتِ، لَهُذِهِ المُغْلَقَةِ الطَّبِيعَةِ مِنَ الرُّغْمِ وَعَلَى. المُقَرَّبِينَ الْأَصْدِقَاءِ دَائِرَةِ مَعَ الجَمْعِي التَّوَاصُلِ فِي البَحْثِ هَذَا يُسْهِمُ. اسْتِخْدَامُهَا فِي الإِسْلَامِي التَّوَاصُلِ وَمَبَادِي الْأَخْلَاقِيَّةِ الْقِيَمِ عَلَى يُحَافِظُونَ المُشَارَكِينَ الإِجْتِمَاعِي، التَّوَاصُلِ وَسَائِلِ عَصْرٍ فِي الطُّلَّابِ لَدَى التَّوَاصُلِ وَإِسْتِرَاطِيَجِيَّاتِ الرَّقْمِيَّةِ الهُوِيَّةِ دِينَامِيَكِيَّاتِ فَهْمِ الرَّقْمِيّ الفَضَاءِ دَاخِلِ التَّفَاعُلِ فِي الْأَخْلَاقِ أَهْمِيَّةً عَلَى إِنْعِكَاسًا يُشَكِّلُ كَمَا

الاجتماعي التفاعل الدوافع، إنستغرام، الثانوي، الحساب: المفتاحية الكلمات

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan nikmat, rahmat serta hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Shalawat beriringkan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu tentang keislaman yang dapat dijadikan bekal hidup bagi umat Islam untuk hidup di dunia maupun di akhirat kelak.

Skripsi ini berjudul: **“MOTIF PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI”**, disusun untuk memenuhi tugas dan syarat wajib untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Bagi penulis, penyusunan skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Ada banyak halangan dan rintangan yang penulis rasakan selama proses penyusunan skripsi ini dikarenakan segala keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Selesaiannya skripsi ini, tentunya karena dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag. selaku Rektor

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Prof. Dr. Erawadi, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama, Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag. selaku Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama dan seluruh civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

2. Ibu Dr. Magdalena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Bapak Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I. selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. Fauzi Rizal, S.Ag., M.A. selaku pembimbing I dan Ibu Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan serta petunjuk yang tulus dan sangat berharga bagi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Dr. Juni Wati Sri Rizki, S.Sos., M.A. selaku Penasehat Akademik penulis, yang telah sabar dalam memberikan pembelajaran, pengarahan serta bimbingan selama perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membimbing, mendidik serta membantu penulis selama perkuliahan.
7. Bapak Kabag dan Kasubbag umum yang ada di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta stafnya yang telah memberikan pelayanan akademik yang baik demi tercapainya tujuan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum. selaku kepala perpustakaan serta seluruh pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu penulis dalam hal mengadakan buku-buku penunjang skripsi.
9. Para Dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negegri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
10. Segala rasa syukur dan cinta, saya ingin mengucapkan terima kasih yang paling istimewa kepada orang tua saya Lahuddin Lubis (Ayahanda) dan Rukiyah (Ibunda) Meskipun jarak yang kini saya tempuh dalam studi

ini sehingga merantau jauh di Pulau Sumatra, kasih sayang, doa, dan dukungan tiada henti dari Ayah dan Ibu selalu menjadi sumber kekuatan dan motivasi dalam setiap tahapan penyelesaian skripsi ini. Pengorbanan, ketulusan, serta kesabaran yang senantiasa Ayah dan Ibu berikan telah memberikan semangat luar biasa bagi saya untuk terus berjuang, menghadapi berbagai tantangan, dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Do'a dan dukungan moral dari Ayah dan Ibu merupakan anugerah terbesar yang saya rasakan, meskipun jarak memisahkan kami secara fisik. Semoga hasil karya ini dapat menjadi wujud bakti dan penghormatan saya kepada Ayah dan Ibu atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini. Saya berharap Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, keberkahan, dan kesehatan kepada Ayah dan Ibu.

11. Rasa terima kasih juga saya sampaikan kepada Alm. Hj. Ahmad Amal Baqi Lubis (Kakek) dan Lisna Hasibuan (Nenek). Terima kasih atas jasa dan Do'a yang telah kalian sampaikan kepada penulis, sehingga bisa memalui segala ujian samapai tahap ini.
12. Ungkapan Terimakasih kepada saudara-saudara saya tercinta, yang Bernama Muhammad Yusuf Al-ghazali (selaku adik pertama) yang telah memberikan semangat serta warna dalam studi ini. Saya tidak dapat memberikan hal yang lebih untuk saat ini, tetapi saya akan usahakan untuk memberikan sesuatu yang kamu inginkan nanti pada harinya.

13. Terima kasih kepada teman-teman saya, mulai dari teman kecil saya Luthfyyah Nur Tsabitah, Shanti Devi Purnama, Syafira Shalsa, yang telah memberikan tawa ditengah kehidupan yang terkadang kejam ini. Serta teman yang telah membantu saya bangkit dari rasa ragu yang terkadang muncul di tengah perjuangan studi ini, saya ucapkan terima kasih kepada Nurainun Muthmainah, Juwita Hartati Simatupang, Ade Putri Handayani Hasibuan. Terakhir namun sangat penting juga saya ucapkan terima kasih atas sabar dan bantuannya kepada Najwa Alfini Hanum selaku teman kos saya dan juga teman rantau saya dari pulau jawa. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih.

Penulis juga tak lupa mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis. Penulis menyadari sepenuhnya keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 15 Juli 2025

Penulis,

Hudayani Syiroh

NIM.2130100006

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

LEMBAR PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

HALAMAN PERSETUJUAN

DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan istilah	9
C. Rumusan masalah.....	11
D. Tujuan penelitian	11
E. Manfaat penelitian	11
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Tinjauan Teori	14
1. Motif.....	14
2. Instagram.....	16
3. <i>Second Account</i>	20
4. Teori Dramaturgi.....	22
5. Interaksi Sosial	25
6. Etika Komunikasi Islam dalam Media Sosial	29
B. Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	39
B. Subjek dan Objek Penelitian	41
C. Sumber Data.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Teknik Pengecekan Keabsahan.....	46
F. Teknik Analisa Data	47
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	49
A. Gambaran Umum Objek penelitian	49
1. Sejarah Fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi	49
2. Visi Misi.....	51

B. Deskripsi Penelitian	52
C. Pengolahan dan Analisis Data.....	54
1. Motif Mahasiswa Menggunakan <i>Second Account</i> Instagram	54
2. Interaksi Sosial yang Terjalin pada <i>Second Account</i>	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian	73
E. Keterbatasan Penelitian.....	77
BAB V KESIMPULAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Instagram Juli 2024.....	3
Gambar 1.2 Tampilan Akun utama Juwita.....	6
Gambar 1.3 Tampilan <i>second account</i> Juwita.....	6
Gambar 4.1 Tampilan Akun utama Winda.....	54
Gambar 4.2 Tampilan <i>Second Account</i> Winda	54
Gambar 4.3 Tampilan Akun utama Saa'dilah Mursyid	55
Gambar 4.4 Tampilan <i>Second Account</i> Sa'adilah Mursyid	55
Gambar 4.5 Tampilan Akun Utama Bella.....	56
Gambar 4.6 Tampilan <i>Second Account</i> Bella	56
Gambar 4.7 Tampilan Akun Utama Najwa	57
Gambar 4.8 Tampilan <i>iSecond Account</i> Najwa	57
Gambar 4.9 <i>Followres</i> Akun Utama Aisyah.....	58
Gambar 4.10 <i>Followers Second Account</i> Aisyah	58
Gambar 4.11 <i>Feeds</i> Akun Utama Yanida	59
Gambar 4.12 <i>Feeds second Account</i> Yanida	59
Gambar 4.13 Sorotan Akun Utama Khotimah	61
Gambar 4.14 Sorotan <i>Secind Account</i> Khotimah	61
Gambar 4.15 Story Akun utama Najwa	62
Gambar 4.16 Story <i>Second Account</i> Najwa.....	62
Gambar 4.17 Akun Utama tya yang tidak Menampilkan <i>story</i>	64
Gambar 4.18 Postingan Story <i>Second Account</i> Tya	64
Gambar 4.18 Postingan Akun Utama Karina	67
Gambar 4.19 Interaksi Pada postingan <i>Second Account</i> Karina	67
Gambar 4.20 Interaksi Pada Postongan Akun utama Rida.....	68
Gambar 4.21 Interaksi Pada Postingan <i>second Account</i> Rida.....	68
Gambar 4.22 Tampilan Akun Utama Dahlia Tanpa postingan	69
Gambar 4.23 Interaksi Pada <i>Second Account</i> Dahlia	69
Gambar 4.24 Interaksi pada postingan Story <i>Second Account</i> Aisyah	70

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Table 3.1 Waktu Penelitian	29
Table 4.1 Data Mahasiswa NIM 21.....	51
Table 4.2 Data Informan.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi telah memberikan kontribusi luar biasa dalam mengubah lanskap budaya, mempengaruhi cara kita mengonsumsi informasi, seni, dan hiburan. Perubahan ini tidak hanya mencakup perkembangan dalam bentuk-bentuk tradisional, tetapi juga menciptakan medium baru yang memperkaya pengalaman budaya kita.¹ Semakin modern kehidupan, arus teknologi komunikasi menjadi semakin majemuk dan global sifatnya. Mahasiswa mungkin akan mendapatkan kesulitan untuk seleksi informasi dengan baik apabila tidak dibarengi dengan motivasi yang tepat, sehingga pada gilirannya akan merubah peradaban manusia yang dibentuk oleh wawasan keilmuannya serta wawasan sosial dan budayanya. Perkembangan teknologi yang pesat dan akses informasi yang begitu cepat telah membentuk cara mereka berinteraksi dan beraktivitas.

Penggunaan gadget sebagai alat berkomunikasi serta mencari informasi dari berbagai sumber di internet, dengan pesatnya berkembang membuat media konvensional atau media massa mulai ditinggalkan dan beralih kepada media sosial. Media sosial sendiri adalah sarana proses interaksi antara individu dengan menciptakan, membagikan, menukarkan dan memodifikasi ide atau

¹ Nazwa Salsabila Lubis, Muhammad Irwan Padli Nasution, “Perkembangan Teknologi Informasi dan Dampaknya Pada Masyarakat”, *dalam Jurnal Sains dan Teknologi*, Vol. 1, No. 12, 2023, hlm. 11. <https://doi.org/10.3785/kohesi.v1i12.1311>

gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan.² Adanya kelengkapan portofolio pada media sosial, dan aplikasi internet yang menggunakan berbagai alat untuk menyediakan layanan gratis seperti tayangan *slide* foto, email, blog, dan membantu menghubungkan teman, mitra bisnis, atau orang dengan minat tertentu.³ Perkembangannya yang pesat dapat menarik siapapun untuk berpartisipasi dengan memberikan tanggapan atau *feedback* secara terbuka, serta menambahkan, melengkapi informasi baru. Tidak dipungkiri lagi bahwa media sosial mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan.

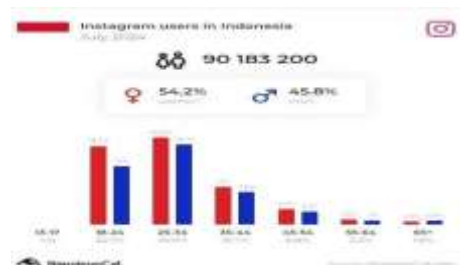
Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu media sosial yang sedang menjadi tren di masyarakat saat ini yaitu Instagram.⁴ Hadirnya Instagram membuat mahasiswa lebih sering membagikan aktifitas pribadi mereka ke ruang publik, baik itu video, foto ataupun cerita sehari-hari. Hal ini terbukti dengan adanya data pada bulan Juli 2024, terdapat 90.183.200 pengguna Instagram di Indonesia yang merupakan 31,8% dari seluruh populasinya. Mayoritas dari mereka adalah wanita 54,2% . Pengguna terbesar adalah masyarakat berusia 25 hingga 34 tahun (36.000.000). Perbedaan tertinggi antara pria dan wanita

² Erwin Jusuf Thaib, *Problematisa Dakwah Di Media Sosial* (Sumatra Barat : Insan Cendekia Mdaniri, 2021), hlm. 8.

³ Rusito, *Teknologi Internet* (Semarang : Yayasan Prima Agung Redaksi, 2021), hlm. 36.

⁴ Mhd. Latip Kahfi, “ Peran *Citizen Journalism* Sebagai Media Informasi Bagi Masyarakat Kota Padangsidempuan Berbasis Instagram (Studi Akun @Visitsidempuan)”, dalam *Jurnal HIKMAH*, Vol. 17 No. 1 Juni 2023, hlm. 140.

terjadi pada kelompok umur 18 sampai 24 tahun , di mana wanita unggul dengan selisih 12.600.000.⁵



Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram Juli 2024

Terlihat dari analisis pengguna media sosial didominasi oleh usia 18 hingga 34 tahun (54,1%), dengan jenis kelamin perempuan (51,3%) sementara laki-laki (48,7%). Frekuensi penggunaan masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan 3 jam 14 menit per hari dan 81% mengaksesnya setiap hari. Aktivitas yang sering dilakukan pun beragam mulai dari berbagi foto atau video (81%), komunikasi (79%), berita/informasi (73%), hiburan (68%), belanja *online* (61%).⁶ Data yang ada bahwa pada era ini kehidupan sosial seolah-olah dihabiskan di dunia maya atau dunia internet. Mayoritas pengguna Instagram adalah Mahasiswa.⁷ Persentase komunikasi pada data sebelumnya menunjukkan angka 79%, membuktikan bahwa media sosial juga memiliki ruang komunikasi didalamnya. Ruang

⁵ Researchgate, “Survei Penggunaan Instagram Juli 2024”, https://www.researchgate.net/figure/Gambar-1-Survei-jumlah-pengguna-instagram-juli-2024-Survei-tersebut-menyebutkan-bahwa_fig1_383162460, (diakses pada 16 Februari 2025 pukul 14:00 WIB).

⁶ Danreas Daniel Pangabea, “ Data Statistik Pengguna Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024, “ rri.co.id, 2024, <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>,(diakses pada 12 Desember 2024 pukul 18:00).

⁷ Siti Aisyah Artina Febriyani, Juni Wati Sri Rizki, Nurfitriani M Siregar, “ Media Sosial *Instagram* Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa, *dalam Jurnal HIKMAH*, Vol. 18 No. 1 Juni 2024, hlm. 149.

komunikasi yang terbentuk secara *online*, yang biasa disebut juga sebagai komunikasi digital. Komunikasi digital artinya komunikasi berbasis personal komputer yang digunakan untuk mengirim atau menerima pesan.⁸

Fenomena yang menarik dalam penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa adalah kemunculan *second account* atau akun kedua. Akun tersebut biasanya bersifat lebih privat dan terbatas hanya pada lingkaran pertemanan tertentu. Tidak seperti akun utama yang cenderung memperhatikan citra publik dan estetika unggahan, *second account* lebih digunakan untuk konten yang spontan, personal, bahkan emosional. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan motif dan fungsi dari masing-masing akun dalam kehidupan sosial mahasiswa. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, yang notabnya mempelajari komunikasi, dakwah, dan nilai-nilai sosial, menjadi kelompok yang menarik untuk diteliti terkait fenomena ini. Penggunaan *second account* bisa mencerminkan adanya kebutuhan untuk memilah komunikasi yang bersifat publik dan privat, serta menciptakan ruang aman untuk berekspresi di tengah tuntutan sosial dan akademik.

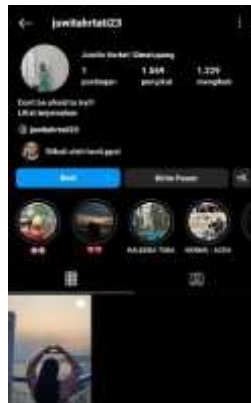
Permasalahan muncul ketika identitas yang ditampilkan di media sosial menjadi berlapis, bahkan kontradiktif. *Second account* memungkinkan pengguna untuk menampilkan sisi lain dari diri mereka yang tidak terlihat di akun utama, yang bisa berdampak pada bagaimana

⁸ Pipit Eko Priyono, *Komunikasi dan Digital Komunikasi* (Bogor : Guepedia, 2022), hlm. 19.

mereka berinteraksi, membentuk jaringan sosial, hingga menyampaikan pesan dalam ranah digital. Oleh karena itu, penting untuk menelusuri motif-motif di balik penggunaan *second account* Instagram dalam interaksi sosial mahasiswa, agar dapat memahami dinamika komunikasi yang terjadi di era digital ini secara lebih mendalam. Kebenaran itu peneliti lihat dari hasil observasi awal dari akun Instagram Juwita Hartati Simatupang salah satu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang menggunakan *second account* Instagram.

Penggunaan *second account* memiliki motif utama untuk menjaga privasi dalam interaksi sosial mereka. Akun tersebut sering digunakan untuk membatasi akses hanya kepada orang-orang terdekat, hal itu dilihat dari penggunaan *second account* yang bersifat privasi dan memiliki pengikut yang lebih sedikit ketimbang dengan akun pertama. Pada wawancara pertama narasumber mengatakan hal yang sedemikian rupa, bahwa narasumber menggunakan *second account* untuk membagikan cerita atau konten hanya kepada teman yang sebayanya agar tidak mementingkan pendapat orang lain.⁹

⁹ Juwita Hartati Simatupang, Mahasiswi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam NIM21, *Wawancara* (Padangsidempuan, 18 Desember 2024. Pukul 17:00 WIB).



Gambar 1.2 Tampilan Akun Utama Juwita



Gambar 1.3 Tampilan *Second account* Juwita

Fenomena penggunaan *second account* ini dapat dikaji dalam persepektif interaksi sosial mahasiswa. Dalam interaksi sosial, mahasiswa menggunakan akun tersebut sebagai sarana untuk lebih leluasa mengekspresikan opini, berbagi cerita pribadi, atau bahkan sebagai tempat mencurahkan perasaan tanpa tsayat dihakimi oleh orang-orang terlebih pada dosen yang ada di akun pertama mereka. Adanya hal tersebut menimbulkan berbagai pertanyaan etis dan moral, terutama dalam agama Islam. Islam mengajarkan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam berinteraksi, baik di dunia nyata ataupun dunia maya (Instagram). Dalam Al- Qur'an surah Al- Ahzab ayat 70 Allah SWT. Berfirman :

٧٠ ۞ سَدِيدًا قَوْلًا وَقُولُوا اللَّهَ اتَّقُوا آمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا

Artinya : Wahai orang-orang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.¹⁰

Syekh Imam al-Qurthubi menjelaskan lafal سَدِيدًا pada Q.S al-Ahzab ayat 70 dalam tafsirnya yaitu memiliki makna yang tepat dan yang sebenarnya, yang secara umum juga bermakna untuk kebaikan. Kemudian beliau juga mengambil sejumlah pendapat dari para tokoh Islam diantaranya seperti Ibnu Abbas, yang menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan “*sadidan*” pada ayat tersebut adalah sesuatu yang benar. Namun sebagian ulama yang lain berpendapat bahwa yang dimaksud dengan perkataan yang benar, adalah perkataan yang sesuai dengan zahir atau kenyataannya dan sesuai pula dengan yang ada di batinnya.¹¹ Ayat ini mengandung pesan moral dan etika yang sangat kuat, khususnya dalam konteks komunikasi dan interaksi sosial. Allah memerintahkan kepada orang-orang yang beriman untuk menjaga ketakwaan dan mengucapkan “*qawlan sadidan*”, yaitu perkataan yang benar, lurus, jujur, dan bijaksana. Ayat ini mengajarkan bahwa dalam menyampaikan pesan kepada orang lain, seorang Muslim harus jujur, tidak menyesatkan, dan tidak menyakiti perasaan orang lain. Ini penting baik dalam komunikasi langsung (tatap muka) maupun tidak langsung seperti melalui media sosial. Pada kajian

¹⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Syamil Qur'an, 2012)

¹¹ Syaikh Imam Al-Qurthubi, *Tafsir Al-Qurthubi*, ed. Muhammad Iqbal Kadir, Jilid 14 (Jakarta: Pustaka Azzam, 2009), hlm. 609.

ilmu dakwah, hal tersebut dapat digolongkan sebagai komunikasi sekunder yang artinya adalah komunikasi dakwah yang menggunakan saluran media seperti TV, Vidio, radio, HP, dan sebagainya.¹²

Interaksi sosial yang baik di dunia nyata maupun maya, harus didasarkan pada prinsip agama serta saling menghormati, menjaga batasan, serta menghindari pergaulan yang dapat merusak nilai moral dan akhlak. Memilih lingkungan pergaulan yang baik, seseorang dapat membangun interaksi sosial yang positif dan bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain. Oleh karena itu, dalam penggunaan *second account* mahasiswa harus tetap menjaga etika dan nilai-nilai Islam agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi diri sendiri ataupun orang lain. Penelitian ini ingin lebih mendalam membahas teori dramaturgi yang mengibaratkan interaksi sosial manusia seperti pertunjukan teater, di mana individu memainkan peran yang berbeda tergantung dengan situasi dan audiens yang dihadapi. Fenomena ini juga berhubungan erat dengan nilai-nilai komunikasi. Pada penelitian ini pendekatan kualitatif akan digunakan untuk mencari motif mahasiswa terkait penggunaan *second account* Instagram dalam interaksi sosial. Sesuai dengan landasan dan data yang ada, penulis tertarik untuk Melaksanakan penelitian lebih lanjut yang akan dicantumkan dalam sebuah karya ilmiah dengan judul **“MOTIF PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN**

¹² Kamaluddin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2021), hlm. 164.

ILMU KOMUNIKASI UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDRY PADANGSIDIMPUAN”

B. Batasan Istilah

1. *Second account* Instagram

Kata Instagram dalam penelitian ini memiliki penertian seperti yang dikatakan Mahendra kata Instagram diambil dari kata “*insta*” atau kata “*instan*” yang merupakan kamera *polaroid* pada saat itu dikenal sebagai “fotografi instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto secara instan dan mudah, sedangkan untuk kata “*gram*” asal katanya adalah “telegram” ,dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain lebih cepat.¹³Sedangkan *second account* dalam bahasa Indonesia adalah akun kedua¹⁴, akun media sosial tambahan yang dibuat oleh seseorang di luar akun utamanya. Akun kedua seringkali lebih aktif digunakan karena memberikan kebebasan bagi pengguna untuk mengekspresikan diri tanpa tekanan. Biasanya, akun kedua diikuti oleh orang-orang khusus atau dekat dengan pemilik akun. Kelebihan dari penggunaan akun kedua terletak pada karakteristik anonimnya.

Menurut Riatmaja, *dkk.* Pengguna memiliki kemampuan untuk menampilkan foto, biografi, dan nama yang berbeda dari identitas aslinya. Nama yang dipilih seringkali unik dan tidak mencerminkan nama asli

¹³ I Putu Hendika Permana I Dewa Made Sutedja, “ Analisi Prilaku Penggunaan Akun Kedua Di Media Sosial Insagram”, *dalam Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 2, No.1,2021, hlm. 15.

¹⁴ Terjemahan Secara Harfiah dari Bahasa Inggris: *Second* berarti ”kedua”, dan *account* berarti “akun”.

pemilik akun sama sekali, hal ini bertujuan agar orang lain sulit mengetahui siapa *user* dibalik akun tersebut. Oleh karena itu, akun kedua berfungsi sebagai wadah untuk membangun identitas imajinatif pemilik akun yang berbeda dari identitas sebenarnya.¹⁵ Instagram merupakan media utama untuk melihat motif penggunaan *second account* serta interaksi sosial kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi NIM 21.

2. Mahasiswa

Siswoyo mengatakan bahwa mahasiswa sebagai orang yang menempuh pendidikan pada jenjang pendidikan tinggi, baik negeri maupun swasta, atau lembaga lain yang setingkat dengan universitas dikutip dari Anizar.¹⁶ Mahasiswa yang di maksud pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Seykh Ali Hasan Ahmad Adday Padangsidempuan NIM21. Terdiri dari Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam 4 Mahasiswa, Bimbingan dan Konseling Islam 7 Mahasiswa, Management Dakwah 2 Mahasiswa, Pengembangan Masyarakat Islam 1 Mahasiswa yang menggunakan *second account* instagram.

¹⁵ Arvian Pratama Riatmaja, Adinda Persilka C., “*Second account: Dua Muka Dalam Bersosial Media*,” 1 November, 2020, <https://medium.com/liberaid/second-account-dua-muka-dalam-bersosial-media-ab9189008aa6> (diakses pada 11Desember 2024. 12:19 WIB).

¹⁶ Lisa Dwi Lastary, Anizar Rahayu, “ Hubungan Dukungan Sosial Dan *Self Efency* Dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa Perantau Yang Berkuliah Di Jakarta,” *dalam Jurnal Ikraith-Humaniora*, Vol. 2, no. 2, 2018, hlm. 17.

3. Interaksi Sosial

Bimo Walgito menjelaskan bahwa “Interaksi sosial ialah hubungan antara individu satu dengan individu yang lain, dimana individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, jadi terdapat suatu hubungan yang saling timbal balik “. ¹⁷Dalam penelitian ini, interaksi sosial mengacu pada komunikasi dan hubungan yang dijalin oleh mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi NIM 21 di *second account* Instagram.

C. Rumusan Masalah

1. Apa motif mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi NIM 21 menggunakan *second account* di Instagram?
2. Bagaimana interaksi sosial yang ada dalam *second account* Instagram mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi NIM 21?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui motif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi tertarik dalam menggunakan *second account* Instagram.
2. Melihat dan memahami interaksi sosial yang terjalin dalam penggunaan *second account* Instagram di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari adanya penelitian ini ditinjau dari dua bentuk manfaat penelitian, yaitu :

¹⁷ Bimo Walgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Dani Offset, 2013), hlm.65.

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi dan penyiaran islam terlebih dalam konteks komunikasi digital dan perkembangan media sosial. Terdapat beberapa manfaat teoritis yang ada pada penelitian ini seperti, integrasi teori barat dan perspektif islam dalam komunikasi, dan penguatan konsep ineteraksi sosial dalam bermedia sosial.

2. Secara Praktis

Sisi praktis, penelitian ini dapat memberikan manfaat langsung yang dapat digunakan oleh mahasiswa, pendidik, serta pemangku kepentingan terkait lainnya dalam menghadapi perkembangan penggunaan media sosial. Beberapa manfaat praktis yang diharapkan adalah Peningkatan Kesadaran Mahasiswa tentang Penggunaan Media Sosial, Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang etika berkomunikasi di media sosial, baik dalam akun utama maupun *second account*. Dengan mengetahui alasan dan dampak penggunaan *second account*, mahasiswa dapat lebih bijaksana dalam memanfaatkan *platform* Instagram.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang munculnya fenomena penggunaan *second account* Instagram di kalangan mahasiswa, khususnya sebagai ruang privat untuk mengekspresikan diri tanpa tekanan pencitraan. Penelitian ini

bertujuan untuk mengkaji motif dan pengaruh akun kedua terhadap interaksi sosial mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Selain itu, bab ini menjelaskan batasan istilah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan dasar teori terkait motif (teori Alfred Schutz), teori dramaturgi Erving Goffman, konsep interaksi sosial, serta etika komunikasi dalam Islam dan media sosial. Pandangan serta uraian definisi Instagram dan *second account*, serta ulasan penelitian terdahulu yang relevan sebagai landasan kajian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan, yakni pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 14 mahasiswa aktif pengguna *second account*. Dijelaskan juga lokasi dan waktu penelitian, jenis data, teknik analisis, serta cara memvalidasi data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan profil objek dan informan, deskripsi data mengenai penggunaan *second account*, serta analisis motif penggunaannya berdasarkan teori Schutz dan Goffman. Ditemukan bahwa mahasiswa menggunakan akun kedua sebagai ruang berekspresi yang aman dan bebas, dengan interaksi sosial yang lebih intim. Pembahasan mendalam mengaitkan teori dan temuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Motif

Motif diibaratkan tanda ataupun corak dalam menilai suatu benda. Menurut Nur Ghufon dan Rini Risnawita, Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.¹⁸

Kajian dalam buku Alex Sobur Psikologi Umum, terdapat beberapa pendapat para ahli mengenai istilah motif, seperti menurut Giddens motif sebagai impuls atau dorongan yang memberi energi pada tindakan manusia sepanjang lintasan kognitif atau kearah pemuasan kebutuhan. Motif tak harus dipersepsikan secara sadar. Lebih merupakan suatu “keadaan perasaan”. Sedangkan menurut Sherif & Sherif motif sebagai suatu istilah *generic* yang meliputi semua faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi, dan selera sosial, yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut.¹⁹

Pengertian di atas dapat menyimpulkan bahwa motif adalah unsur

¹⁸ M. Nur Ghufon, Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 83.

¹⁹ Alex Sobur, *Psikologi Umum* (Bandung: Pustaka Setia, 2003), hlm. 232.

mendasar yang menentukan perilaku manusia. Tidak hanya sekadar dorongan biologis seperti lapar atau haus, tetapi juga mencakup aspek psikologis dan sosial yang lebih kompleks. Motif dapat muncul dalam berbagai bentuk, baik sebagai respons terhadap kebutuhan fisik maupun dorongan yang berasal dari pengalaman, harapan, dan lingkungan sekitar. Sebagai contoh, seseorang yang ingin sukses dalam kariernya mungkin memiliki motif yang berakar pada aspirasi pribadi dan pengaruh lingkungan sosial. Orang tersebut akan terdorong untuk bekerja keras, meningkatkan keterampilan, dan mengambil peluang yang tersedia. Sisi lain, motif juga bisa bersifat lebih emosional, seperti seseorang yang terdorong untuk menolong orang lain karena merasakan empati atau karena nilai-nilai yang telah ditanamkan sejak kecil.

Menurut Schutz yang dikutip dari Hariyanto membedakan dua tipe motif²⁰, yakni :

a. Motif “Untuk” (*in order to motive*).

Motif pertama bersifat orientasi ke masa depan, yang disertai dengan tujuan, harapan, dan minat dalam alasan ini. Contohnya seseorang yang melakukan tindakan untuk mencapai sebuah tujuan di masa depan dengan sebuah rencana dan aksi.

b. Motif “Karena” (*because of motive*)

Motif kedua merupakan pandangan retrospektif terhadap factor-faktor yang menyebabkan seseorang Melaksanakan

²⁰ Didik Haryanto, Ferry Adhi Dharma, *Buku Ajar Komunikasi Lintas Budaya* (Siduarjo: UMSIDA Press, 2020), hlm. 78.

tindakan tertentu. Contohnya seperti seseorang memiliki kebiasaan tertentu dikarenakan sebuah pengalaman di masa lalu.

Motif adalah suatu konstruksi yang potensial dan laten yang dibentuk oleh pengalaman, yang secara relatif dapat bertahan, meskipun kemungkinan berubah masih ada dan berfungsi menggerakkan serta mengarahkan perilaku untuk mencapai tujuan.²¹ Dalam kehidupan sehari-hari, memahami motif dapat membantu seseorang dalam mengambil keputusan yang lebih baik. Motiflah yang mendasari tindakan, seseorang dapat lebih sadar terhadap tujuan yang ingin dicapai dan bagaimana cara terbaik untuk mencapainya. Selain itu, memahami motif juga berguna untuk menganalisis perilaku individu dan kelompok, serta merancang strategi yang efektif dalam berbagai bidang seperti pendidikan, manajemen, dan pemasaran.

Secara keseluruhan, motif adalah elemen penting dalam kehidupan manusia. Dorongan yang menggerakkan seseorang untuk bertindak, baik secara sadar maupun tidak. Memahami motif, kita dapat lebih memahami diri sendiri dan orang lain, serta bagaimana tindakan kita berkontribusi terhadap pencapaian tujuan dalam kehidupan

2. Instagram

Era digital saat ini, media telah berkembang dari sekedar alat penyampai informasi menjadi ruang interaksi dinamis. Kehadiran teknologi internet telah mengubah cara manusia berkomunikasi,

²¹ Diah Permata, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik, dan Masalah-Masalah Sosial* (Yogyakarta: Gaya Media, 2017), hlm. 36.

menciptakan *platform* yang tidak hanya menghubungkan individu, tetapi juga membangun komunitas global yang melampaui batas geografis dan budaya. Dalam konteks ini, muncul media sosial sebagai salah satu inovasi terbesar dalam dunia komunikasi. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berkerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, sehingga membentuk ikatan sosial secara virtual.²²

Definisi Instagram menurut Mahendra, Instagram berasal dari seluruh fungsi dalam aplikasi ini. Kata "*insta*" berasal dari kata "*instan*". Kamera *polaroid*, kemudian lebih dikenal sebagai "fotografi instan". Instagram juga dapat menampilkan foto secara instan sedangkan "*gram*" selama kata "*telegram*", di mana tindakan *telegram* itu sendiri terjadi berbagi informasi dengan cepat kepada orang lain.²³ Instagram mulai muncul pada 2010 yang dimana dari masa ke masa Instagram semakin banyak penggunanya, Instagram sendiri dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram merupakan aplikasi yang berguna untuk berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil langsung menggunakan *smartphone*-nya ke berbagai layanan jejaringan media sosial yang terhubung melalui Instagram seperti Facebook, whatsapp, Tik-Tok dan situs media

²² Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosio teknologi, Simbiosis* (Bandung: Rekatama Media, 2020), hlm.8.

²³ Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)," *dalam Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16, No. 1, 2017, hlm. 6.

lainnya, termasuk Instagram itu sendiri.²⁴

Perkembangan Instagram sangat menggiurkan penggunanya, dimulai dari awal peluncuran hanya ada menu *feed* pada bagian *home* yang memiliki fitur *like*, *share*, *comment* serta DM atau *direct message*. Adanya fitur *like*, *share* dan *comment* ini membuat penggunanya merasa senang karena setiap kali mengunggah konten, mereka akan selalu penasaran berapa orang yang akan memencet tombol *like* dan *share*, lebih-lebih apabila ada *comment* yang membahas konten yang sudah di *upload*. Ibarat kata *like*, *share* dan *comment* ini bisa menambah rasa percaya diri pengguna. Adapun kegunaan dari fitur yang dimiliki Instagram ialah:

a. *Feed*

Feed adalah tampilan *profil* pengguna sekaligus tempat konten berupa foto dan video yang telah dipublikasikan, atau lebih jelasnya lagi seperti album dari konten yang dibagikan. Pada bagian ini disertakan kolom *like*, komentar, serta *share*. Pengaturan waktu pada *feed* tidak ada, dalam artian berjangka panjang sesuai dengan kemauan pengguna. Visual *feed* yang dapat mencerminkan citra diri, yang bisa dilihat dari konsistensi konten yang diupload.

b. *Story*

Fitur Instagram *Story* ini telah dipublikasikan dari tahun 2016 hingga saat ini, akan menjadi bagian penting dari pertumbuhan Instagram.

²⁴ Muhammad Rizqi Arifuddin, Irwansyah, “Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial”, *dalam Jurnal Komunikasi Dan Kajian*, Vol. 3, No. 1, 2019, hlm.10.

Kehadiran fitur Instagram *story* diranah media sosial masih relatif muda namun Juni 2017 data diambil dari pengguna Instagram, fitur Instagram sudah mencetak angka sebanyak 250 juta pengguna di seluruh dunia. Instagram *story* pengguna Instagram yang berusia di bawah 25 tahun menggunakan lebih banyak dari 32 menit sehari di Instagram.²⁵ Instagram *story* membagikan foto dan video pengguna Instagram hanya bisa bertahan 24 jam, jadi foto atau video akan otomatis terhapus dari Instagram jika berlangsung lebih dari 24 jam, dan akan otomatis tersimpan pada arsip Instagram.

c. Siaran Langsung

Siaran langsung di Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk membagikan video secara *real-time* (saat itu) kepada *followers* (pengikut). Fitur ini, pengguna dapat berinteraksi langsung melalui kolom komentar atau obrolan dua arah, sehingga komunikasi terasa lebih interaktif dan spontan.

d. *Close friends*

Pada tahun 2018, Instagram meluncurkan fitur teman dekat. Pengguna dapat memilih siapa yang dapat melihat unduhan tertentu yang dilakukan oleh pemegang akun. Hal ini memberi kenyamanan kepada pemilik akun. Untuk berbagi aktivitas kepada orang-orang terdekat.²⁶ Fitur

²⁵ Dea Permatasari, "Hubungan Penggunaan Fitur Insta Story Sebagai Media Promosi Dengan Minat Beli Produk Wellborn", dalam *Jurnal Inter Komunika*, Vol. 3, No. 2, 2018, hlm.5, <http://dx.doi.org/10.33376/ik.v3i2.212>

²⁶ Ali Achmad Zainuri, "*Closest One* (Analisis Manajemen Privasi Komunikasi Pada Akun Kedua Di Instagram Menggunakan Teori *Communication Privacy Management* Di Kalangan

ini hanya berada pada postingan *stories* saja.

3. *Second account*

Second account dalam bahasa Indonesia berarti akun kedua. Maksud dari akun kedua ini adalah adanya akun lain selain akun utama yang kerap digunakan. Jadi, seseorang memiliki 2 akun Instagram. Pertama, akun asli / akun utama / *first account* dan *second account* / *fake account*.²⁷ Keberadaan *second account* menjadi populer dalam beberapa tahun terakhir karena media sosial kini bukan hanya sekedar sarana komunikasi, tetapi juga tempat berbagi ekspresi atau informasi secara lebih bebas. Banyak orang yang menggunakan *second account* untuk menjaga privasi atau hanya mengikuti orang lain. Selain itu, akun ini juga sering dimanfaatkan untuk berbagi minat khusus, merasa lebih nyaman atau sekedar menghindari tekanan sosial yang mungkin muncul saat menggunakan akun utama.

Penggunaan *second account* yang anonimitas, dimana pengguna dapat lebih bebas dalam berinteraksi di media sosial. Adanya akun ini, seseorang dapat berkomentar, melihat-lihat profil orang lain secara diam-diam (*stalking*), mengikuti akun tertentu, atau membelikan *like* tanpa diketahui orang lain. Komunikasi yang leluasa akan dirasakan sebagai salah satu keuntungan pada penggunaan *second account* Instagram. Fenomena *second account* juga berkaitan erat dengan konsep privasi dan kontrol atas

Mahasiswa Universitas Sebelas Maret) “, *skripsi* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2021), hlm.3.

²⁷ Vionisepti Darahayu Syahadatina, “Bias Perempuan Dalam Postingan Akun Instagram (Analisis Semiotik pada akun IndozoneLife)”, *Skripsi* (Malang :Universitas Muhammadiyah, 2018)., hlm. 15.

informasi. Pada era digital, kebutuhan untuk memilah audiens dan mengendalikan persepsi orang lain terhadap diri menjadi semakin signifikan. *Second account* memberikan ruang bagi individu untuk tetap eksis di media sosial tanpa harus merasa tertekan oleh ekspektasi publik. Pemahaman West dan Turner, penggunaan media sosial bukan hanya soal komunikasi, melainkan juga tentang bagaimana identitas dikonstruksi, dinegosiasikan, dan dipelihara.²⁸ Lebih jauh lagi, *second account* tidak hanya digunakan untuk ekspresi personal, tetapi juga untuk tujuan strategis. Beberapa pengguna menggunakan akun kedua untuk memantau akun lain tanpa diketahui, atau untuk mengikuti komunitas tertentu tanpa mencampur aduk dengan identitas publik mereka.

Kondisi ini, *second account* berperan sebagai pelarian dari tuntutan tersebut sebuah tempat untuk istirahat dari citra ideal dan kembali menjadi manusia biasa. Dengan demikian, konsep *second account* tidak dapat dipandang sebagai sekadar akun tambahan, melainkan sebagai refleksi dari dinamika identitas, kontrol sosial, dan kebutuhan akan ruang privat di tengah dunia yang semakin terbuka. Hal tersebut mencerminkan bagaimana manusia beradaptasi terhadap teknologi, serta bagaimana ruang digital terus mengalami negosiasi antara publik dan privat, antara yang terlihat dan yang disembunyikan. Dalam beberapa kasus, *second account* bahkan menjadi sarana eksplorasi diri, seperti bereksperimen dengan minat atau identitas

²⁸ Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), hlm. 173–174.

tertentu yang tidak ditampilkan di akun utama.

4. Teori Dramaturgi

Erving Goffman adalah orang pertama yang memperkenalkan dramaturgi ke dalam penelitian psikologi sosial melalui bukunya "*The Presentation of Self In Everyday Life*" yang terbit pada tahun 1959. Buku ini membahas semua jenis perilaku interaktif apa yang kita lakukan dalam kehidupan kita sehari-hari menunjukkan hal tersebut untuk menampilkan diri kita dengan cara yang sama seperti seorang aktor meniru yang karakter orang lain dalam pertunjukan teater. Dalam teori dramaturgi Erving Goffman, memiliki dua aspek yang dapat digunakan untuk mempelajari bagaimana seseorang dapat memainkan drama dalam kehidupan yang nyata.²⁹

Teori dramaturgi adalah teori yang menjelaskan bahwa interaksi sosial di artikan dengan cara yang sama dengan pertunjukan teater atau drama. Manusia merupakan aktor yang mencoba menunjukan karakteristik personal dirinya kepada orang lain, melalui tindakan drama itu sendiri. Dalam mencapai tujuan, manusia akan mengembangkan perilaku yang mendukung perannya. Identitas manusia yang kurang stabil dan identitas merupakan bagian dari psikologi kejiwaan mandiri. Identitas dapat berubah tergantung pada interaksi dengan orang lain. Kutipan dari Chusual Muali Menurut Ritzer menjelaskan bahwa drama yang dimainkan sang aktor

²⁹ Heri Setiawan, "Teori Dramaturgi Erving Goffman", 2015. <https://id.scribd.com/document/417538848/Teori-Dramaturgi-Erving-Goffman> (diakses pada 20 Januari 2025, 13:00 WIB).

juga mengisahkan kehidupannya kesuksesan pertunjukan harus disiapkan berupa dekorasi, kostum, dan penggunaan kata (*dialog*) tindakan *non-verbal* lainnya. Tujuannya adalah untuk membuat kesan yang baik pada lawan interaksi dan membuka jalan menuju tujuan.³⁰

Front Stage (Panggung Depan) *Front stage* adalah ruang dimana ada penonton yang melihat kita, kita berada di tengah-tengah pertunjukan, pada saat pertunjukan berusaha memainkan peran dengan sebaik mungkin agar penonton dapat memahami tujuan dari perilsaya kita. Perilsaya kita diabatasi oleh konsep-konsep drama bertujuan untuk menciptakan drama atau pertunjukan yang berhasil. Pada tahap ini para aktor membangun dan menunjukkan karakter dan identitas ideal yang ditekankan interaksi sosial. Proses kesan yang ditampilkan merupakan gambaran sang aktor tentang citra dirinya yang ideal yang dapat diterima publik. Tentunya aksi tersebut akan berhenti ketika mereka mendapatkan *give* dari penonton *give* bernilai besar: *Front stage* dapat di bagi menjadi dua yaitu:

a. *Setting*

Setting merupakan suatu penampilan sang aktor secara fisik dalam memainkan perannya. Seperti menggunakan berpakaian rapi dengan aksesoris seperti jam tangan mahal, mobil kelas premium.

b. *Front personal*

Front personal yaitu bagaimana seseorang aktor mempersiapkan perlengkapan atau alat peraga yang akan digunakan sang aktor saat

³⁰ Chusnul Mualliyah, Kholifah Rafikah Qodratillah, "Pengembangan Karakter Guru Dalam Menghadapi Demoralisasi Siswa Perspektif Teori Dramaturgi," dalam *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, Vol. 8, No. 1, 2018, hlm. 8.

menampilkan drama. *Front personal*, dibagi menjadi dua yaitu: pertama, penampilan (*appearance*) merupakan cerminan status sosial yang aktor. Kedua, gaya (*manner*) merupakan pengenalan peran seperti apa yang dimainkan aktor kedepannya.

Backstage adalah dimana keadaan kita berada di belakang panggung dengan kondisi bahwa tidak ada penonton. Sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa harus memperdulikan perilaku bagaimana yang harus ditampilkan. Pada panggung ini individu akan menampilkan seutuhnya dalam keadaan yang sebenar-benarnya sifat yang dimilikinya.³¹ Salah satu hal terpenting tentang pendekatan ini teori Dramaturgi adalah apa yang biasanya diinginkan oleh para aktor untuk menampilkan diri dalam bentuk yang ideal. Itu sebabnya aktor cenderung merasa perlu menyembunyikan sisi diri mereka dari penonton saat pertunjukan berlangsung, yaitu sisi yang hanya terlihat saat berada di belakang layar. Pertama seperti menyembunyikannya kegembiraannya di masa lalu yang tidak sesuai dengan perannya saat ini. Kedua, menyembunyikan kesalahan yang ditemui selama persiapan pertunjukan. Ketiga, hanya membahas proses konstruksi pertunjukan yang mereka laksanakan dengan hasil akhir; empat menyembunyikan pekerjaan "kotor" di dalamnya memproduksi produk akhir. Kelima, membiarkan semuanya lain meleceh.³²

Teori ini berkaitan dengan penelitian, dimana penggunaan dua akun

³¹ Wardatul Jannah, Nova Saha Fasadena, "Fenomena Mandi Lumpur Live Di Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman," *JISAB: The Journal of Islamic Communication dan Broadcasting*, Vol. 2, No. 2, 2023, hlm. 6.

³² Diah Retno Dwi Hastuti, dkk. *Ringkasan Kumpulan Mazhab Teori Sosial (Biografi, Sejarah, Teori, Dan Kritikan)*, (Jakarta: CV. Nur Lina, 2018), hlm.12.

Instagram sesuai dengan teori tersebut, jika akun pertama adalah panggung utama maka itulah *front stage* yang dimaksud dalam teori ini. Begitu pula penggunaan *second account* atau akun kedua yang merupakan *back stage* dalam teori ini. Sebagaimana teori ini dapat membantu menjelaskan bagaimana individu memanfaatkan dua akun untuk memisahkan “peran” yang dimainkan dalam dunia digital. Serta dapat mengontrol interaksi sosial yang dibangun untuk memenuhi kepuasan diri dan ekspektasi audiens yang berbeda.

5. Interaksi Sosial

Bimo Walgito menjelaskan bahwa “Interaksi sosial ialah hubungan antara individu satu dengan individu yang lain, dimana individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, jadi terdapat suatu hubungan yang saling timbal balik “. ³³ Hubungan tersebut terbentuk antara individu ke individu, individu ke kelompok, dan sebaliknya kelompok ke individu. Koneksi dinamis yang menghubungkan individu, kelompok, dan khalayak. Interaksi sosial adalah hubungan antara individu dan orang lain; Satu individu dapat mempengaruhi yang lain, dan sebaliknya, menghasilkan hubungan timbal balik. Interaksi sosial didefinisikan sebagai hubungan timbal balik dan mempengaruhi antara orang, kelompok, dan kelompok.

Interaksi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu saling ta’aruf (saling

³³ Bimo Walgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Dani, 2013), hlm..65

mengenal) dan *islah* (perdamaian).³⁴ Berdasarkan beberapa karakteristik di atas, dapat dinyatakan bahwa interaksi sosial adalah hubungan timbal balik antara satu individu dengan individu lainnya, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok di lingkungan sekitarnya, yang saling mempengaruhi.³⁵

a. Jenis Interaksi Sosial

Ikhwan Afandi menjelaskan, menurut Gillin yang di kutip dalam buku Burhan Bungin, ada dua macam interaksi sosial yaitu proses sosial asosiatif (akomodasi, asimilasi dan lain-lain) dan proses sosial disosiatif (persaingan dan pertentangan).³⁶

a) Proses Sosial Asosiatif

Proses sosial asosiatif adalah suatu proses yang terjadi saling memahami dan kerja sama timbal balik antar individu atau antar kelompok, di mana proses ini menghasilkan pencapaian tujuan-tujuan bersama. Proses sosial asosiatif dapat terbagi atas tiga bentuk yaitu, kerja sama ,akomodasi, dan asimilasi. Kerja sama adalah usaha bersama antar individu atau kelompok untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama. Akomodasi adalah proses untuk meredakan suatu pertentangan yang terjadi di masyarakat, baik pertentangan

³⁴ Icol Diwanto, "HAMBATAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA (Menarik Diri, Prasangka Sosial dan Etnosentrisme)", dalam *Jurnal HIKMAH* , Vol. 13, No. 2 Desember 2019, hlm. 194.

³⁵ Iswahyuni, dkk, "Penggunaan Internet Sebagai Media Informasi Oleh Mahasiswa UPN'VETERAN' Jakarta," dalam *J. Signal*, Vol. 5, No. 2, 2017, hlm. 10, <https://doi.org/10.33603/signal.v5i2.881>

³⁶ Ikwan Afdani, Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial (Studi Kasus Pada Reamaja Usia 16-19 Tahun Di Wilayah Kelurahan Karang Timur Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang), *skripsi* (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2020), hlm.24.

antar individu, kelompok dan masyarakat maupun dengan norma dan nilai yang ada di masyarakat. Asimilasi adalah proses pencampuran dua atau lebih budaya yang berbeda sebagai akibat dari proses sosial, kemudian proses tersebut menghasilkan budaya tersendiri yang berbeda dengan budaya asalnya.

b) Proses Sosial Disosiatif

Proses sosial disosiatif merupakan proses perlawanan (oposisi) yang dilakukan oleh individu-individu dan kelompok dalam proses sosial di antara mereka pada suatu masyarakat.³⁷ Proses sosial disosiatif ini terdiri dari beberapa bentuk yaitu persaingan dan pertentangan (konflik). Persaingan adalah proses sosial di mana individu atau kelompok berjuang atau bersaing untuk mencari keuntungan pada bidang-bidang kehidupan yang menjadi pusat perhatian umum dengan cara menarik perhatian publik atau dengan mempertajam prasangka yang telah ada, namun tanpa mempergunakan ancaman atau kekerasan. Sedangkan konflik adalah proses sosial di mana individu ataupun kelompok menyadari adanya perbedaan, misalnya perbedaan dalam ciri badaniah, emosi, unsur-unsur kebudayaan, pola-pola perilaku, prinsip, politik, ideologi maupun kepentingan dengan pihak lain. Perbedaan ciri tersebut dapat mempertajam perbedaan yang ada sehingga menyebabkan suatu pertentangan dimana pertentangan itu sendiri dapat

³⁷ Noor Indah Wulandari, dkk., “Interaksi Sosial Dalam Novel Anak Rantau Karya A. FUADI”, *Jurnal Basataka (JBT) Universitas Balikpapan* Vol. 5, No. 2, Desember 2022, hlm. 342

menghasilkan suatu ancaman atau kekerasan fisik.

b. Faktor-Faktor Interaksi Sosial

Menurut Sofiatun Nisa dalam penelitian nya membagi faktor-faktor terjadinya interaksi sosial yaitu³⁸:

- a) Faktor imitasi, imitasi merupakan suatu proses peniruan dimana seseorang meniru orang lain karena ingin seperti orang tersebut. Ada beberapa syarat yang dibutuhkan dalam proses imitasi yaitu, harus ada minat atau perhatian terhadap hal atau sesuatu yang akan ditiru. Minat atau perhatian menjadi titik tolak berlangsung atau tidaknya imitasi. Harus ada sikap menjunjung tinggi terhadap hal atau sesuatu yang akan dicontoh. Sesuatu yang dihargai menjadi pendorong terhadap proses peniruan yang akan berlangsung. Harus ada penghargaan sosial yang tinggi akibat peniruan yang dilakukan. Suatu penghargaan menjadi tumpuan dari individu dalam melaksanakan proses peniruan. Harus ada pengetahuan dari individu yang akan melaksanakan peniruan. Peniruan memerlukan pengetahuan dari individu agar peniruan itu berlangsung.³⁹

- b) Faktor Sugesti merupakan pengaruh psikis, baik yang datang

³⁸ Sofiatun Nisa, Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Interaksi Sosial Siswa Kelas VII Di SMP NEGERI 17 Kota Jambi, *skripsi*, (Jambi : Universitas Jambi)2022,hlm.22.

³⁹ Slamet Santoso, *Teori-teori Psikologi Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), hlm.167.

dari diri sendiri maupun orang lain yang pada umumnya diterima tanpa dikritik dari individu yang bersangkutan.⁴⁰

c) Faktor identifikasi, menurut Freud yang dikutip oleh Bimo Walgito, identifikasi merupakan dorongan untuk menjadi identik (sama) dengan orang lain.⁴¹

d) Faktor simpati merupakan suatu proses di mana seseorang merasa tertarik pada pihak lain. Di dalam proses ini, perasaan memegang peranan yang sangat penting, walaupun dorongan utama pada simpati adalah keinginan untuk memahami pihak lain dan untuk bekerja sama dengannya. keinginan untuk memahami pihak lain dan untuk bekerja sama dengannya.⁴²

6. Etika Komunikasi Islam dan Media Sosial

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah mengubah wajah interaksi sosial manusia. Platform seperti Instagram tidak hanya menjadi ruang ekspresi dan hiburan, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang sangat personal maupun publik. Dalam konteks mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, kehadiran media sosial menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang tidak terpisahkan, termasuk dalam membentuk citra diri dan menyampaikan pesan. Rusmin Tumanggong,dkk juga menyatakan bahwa perkembangan

⁴⁰ Bimo Walgito, *Psikologi Sosial*, hlm. 67

⁴¹ Bimo Walgito, *Psikologi Sosial*, hlm. 72

⁴² Fauzi Aldina, *Konsep Interaksi sosial*, (malang : PT. Literasi Nusantara Abadi Group, 2024), hlm 233.

teknologi komunikasi telah secara nyata mengubah pola interaksi secara oral, verbal, dan literal menuju masyarakat “menulis elektronik”. Implikasi perubahan sosial paling terlihat adalah pada pola komunikasi dan interaksi antarpribadi dan kelompok dari yang awalnya berbudaya “ngobrol”, “ngerumpi” dan sejenisnya beralih menjadi “ngenet”, “update status”, “ngetwit” dan sejenisnya.⁴³ Dengan demikian, Selain teks, pesan yang berbentuk gambar, foto, video dan symbol emoticon juga menjadi sebuah pesan non verbal yang dapat digunakan dalam berinteraksi di internet terutama di media sosial.

Individu dapat berinteraksi dengan individu lain melalui sebuah simbol. Manusia mampu menafsirkan bahasa dan simbol-simbol berdasarkan persepsi dirinya maupun berdasarkan persepsi orang lain.⁴⁴ Simbol sosial dapat berupa objek fisik, kata-kata, atau tindakan yang digunakan untuk memberikan makna dalam komunikasi dengan orang lain.⁴⁵

Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi di era digital tidak hanya sekadar pertukaran informasi, tetapi juga sarat makna dan interpretasi. Individu dapat dengan mudah membentuk identitas dan menyampaikan pesan- pesan pribadi maupun publik melalui simbol,

⁴³ Rusmin Tumanggor, dkk., *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar, Cet. ke-6* (Edisi ke-3, Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 176.

⁴⁴ Rulli Nasrullah, *Etnografi virtual: riset komunikasi, budaya dan sosioteknologi di internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm.17.

⁴⁵ Jelita Hasibuan, Mohd. Rafiq, Sholeh Fikri dan Khoiruddin Harahap, “Interaksi Simbolik Tuan Guru Dalam Menarik Minat Jamaah Majelis Taklim Mengikuti Pengajian Al-Yusufiyah Di Huta Holbung Kecamatan Angkola Muaratais Kabupaten Tapanuli Selatan”, *dalam Jurnal HIKMAH*, Vol. 18 No. 1 Juni 2024. Hlm. 72.

gambar, hingga video. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat tanggung jawab moral dan etika dalam setiap ujaran atau pesan yang disampaikan, baik secara verbal maupun nonverbal. Pesan sendiri bermakna dari sebuah hasil proses encoding yang bisa dirasakan atau diterima oleh indra penerima pesan, biasanya juga dapat berbentuk ide, pikiran, perasaan.⁴⁶

Dalam konteks ini, nilai-nilai spiritual dan ajaran agama menjadi sangat relevan sebagai pedoman dalam bermedia sosial. Al-Qur'an memberikan bimbingan yang jelas mengenai pentingnya menjaga komunikasi yang baik. Allah Swt. Selain pada surat Al Ahzab ayat 70, juga ada pada Surah An-nisa ayat 9:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ ضَعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا

سَدِيدًا ٩

Artinya: “Hendaklah merasa takut orang-orang yang seandainya (mati) meninggalkan setelah mereka, keturunan yang lemah (yang) mereka khawatir terhadapnya. Maka, bertakwalah kepada Allah dan berbicaralah dengan tutur kata yang benar.”⁴⁷

Ayat ini menegaskan bahwa komunikasi seorang Muslim, baik dalam kehidupan nyata maupun di ruang digital, harus berlandaskan pada kebenaran dan kejujuran. *Qaulan Sadidan* (Perkataan yang Tegas dan Benar). Kata "*qaulan*" berasal dari kata "*qaala*," yang berarti berbicara.

⁴⁶ Teddy Dyatmika, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta : Zahir Publishing, 2020), hlm.10.

⁴⁷ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Syamil Qur'an, 2012), hlm. 78.

"*Sadidan*" berarti jelas, jernih, dan terang. Qaulan sadidan diartikan sebagai perkataan yang jelas, tidak meninggalkan keraguan, meyakinkan pendengar, serta benar dan tidak mengada-ada.⁴⁸ Etika komunikasi Islam juga menekankan pentingnya menjaga privasi, menghindari *tajassus* (mengintai), serta tidak membuka aib orang lain, baik secara langsung maupun melalui unggahan yang menyindir atau menyebar isi percakapan pribadi. Hal-hal ini kerap ditemukan dalam interaksi di media sosial, terutama saat seseorang merasa aman karena bersembunyi di balik *second account*. Selain itu, Islam mengajarkan prinsip *qaulan ma'rufan* (perkataan yang baik), *qaulan layyinan* (perkataan yang lemah lembut), dan *qaulan balighan* (perkataan yang tepat dan menyentuh).⁴⁹ Prinsip-prinsip ini seharusnya menjadi landasan utama ketika mahasiswa berinteraksi di media sosial, baik saat menggunakan akun utama maupun *second account*. Komentar, status, *caption*, *story*, dan bentuk komunikasi lainnya harus tetap menjaga sopan santun, tidak menyakiti, tidak menyebarkan kebencian, serta tetap mencerminkan nilai keislaman.

Dalam konteks *second account*, mahasiswa seringkali merasa lebih bebas mengekspresikan diri karena audiens yang lebih terbatas dan tertutup. Namun kebebasan ini tidak boleh menjadi alasan untuk melanggar batas-batas etika Islam. *Second account* tetap merupakan ruang publik dalam skala kecil, di mana tanggung jawab komunikasi tetap beresaja. Seperti

⁴⁸ Bobby Afrianda, "Etika Berkomunikasi Dalam Islam di Tempat Kerja", <https://padumai.go.id/artikel/3687-etika-berkomunikasi-dalam-islam-di-tempat-kerja>, (diakses tanggal 9 Juni 2025, Pukul 06:21 WIB).

⁴⁹ Bentuk-Bentuk Komunikasi dalam Perspektif Al-Qur'an," *dalam Journal of Da'wah*, Vol. 2, No. 2, 2023, hlm. 245–246, <https://doi.org/10.32939/jd.v2i2.3170>

yang telah di terangkan dalam, Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial secara tegas menyatakan bahwa perbuatan seperti *ghibah*, fitnah, *namimah* (adu domba), dan menyebarkan permusuhan melalui media sosial adalah haram.⁵⁰

Fatwa tersebut menggarisbawahi pentingnya menjaga etika dalam berinteraksi di dunia maya, khususnya dengan menghindari perilaku yang berpotensi merusak keharmonisan sosial serta melanggar prinsip-prinsip ajaran Islam. Dalam penjelasan fatwa tersebut disebutkan bahwa media sosial sebagai sarana komunikasi modern memiliki potensi besar untuk menyebarkan informasi baik dan buruk. Oleh sebab itu, setiap pengguna media sosial hendaknya menempatkan dirinya dalam koridor akhlak dan tata krama yang islami agar tidak menjadi penyebar keburukan yang dapat merugikan individu maupun masyarakat secara luas. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi seharusnya memiliki kesadaran yang tinggi bahwa media sosial adalah bagian dari ruang dakwah kontemporer. Etika bukan hanya soal tidak menyakiti orang lain, tetapi juga menyangkut bagaimana menghadirkan nilai kebaikan dan kebermanfaatan dalam setiap interaksi.

Dalam hal ini, Hamka dalam *Tasawuf Modern* menekankan pentingnya menjaga *murū'ah* (kehormatan diri) dalam setiap bentuk

⁵⁰ Nurul Mahmudah, “ Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial”, dalam artikel <https://mui.or.id/baca/fatwa/hukum-dan-pedoman-bermuamalah-melalui-media-sosial> , 2023

interaksi, termasuk dalam komunikasi yang tampak sepele seperti status di media sosial.⁵¹ Etika komunikasi Islam juga menekankan pentingnya menjaga privasi, menghindari *stalking*, serta tidak membuka aib orang lain, baik secara langsung maupun melalui unggahan yang menyindir atau menyebar isi percakapan pribadi.

Hal-hal ini kerap ditemukan dalam interaksi di media sosial, terutama saat seseorang merasa aman karena bersembunyi di balik *second account*. Padahal, sebagaimana disampaikan Rasulullah SAW, menjaga kehormatan orang lain adalah bagian dari iman. Etika komunikasi dalam media sosial tidak boleh diabaikan, termasuk ketika mahasiswa menggunakan *second account* sebagai sarana mengekspresikan diri. Media sosial bukanlah ruang bebas nilai. Sebaliknya, hal tersebut merupakan ladang amal yang akan dipertanggungjawabkan, tempat di mana adab dan akhlak tetap harus dijaga sebagaimana dalam interaksi nyata. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi secara khusus diharapkan menjadi pelopor dalam membangun budaya komunikasi digital yang bermartabat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

⁵¹ Hamka, *Tasawuf Modern*, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 2019), hlm. 144

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian 1	
Peneliti & Judul	Siti Rohmah “ Interaksi Sosial Mahasiswa Di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa semester VII jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta “
Tujuan	Mengetahui bagaimana interaksi sosial mahasiswa semester VII jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta di media sosial Instagram.
Metode	Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus
Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi sosial yang dilakukan mahasiswa semester VII jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta di media sosial Instagram dengan menggunakan komunikasi verbal dan <i>non verbal</i> .
Perbedaan	Perbedaan ditemukan pada fokus utama dimana penelitian ini berfokus pada interaksi sosial mahasiswa di Instagram, sedangkan fokus pada penelitian yang akan datang ada pada motif mahasiswa dalam menggunakan <i>second account</i> Instagram untuk berinteraksi sosial.
Persamaan	Persamaan pada subjek penelitian yaitu mahasiswa serta metode yang digunakan yaitu metode kualitatif.
Penelitian 2	
Peneliti & Judul	Jessica Beatrix dan Sugiharti Banastuti “ Motif Penggunaan <i>Second account</i> Instagram Generasi Z “

Tujuan	penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis motif penggunaan <i>second account</i> Instagram pada mahasiswa Gunadarma Depok.
Metode	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang sifatnya deskriptif.
Hasil	Hasil dari penelitian ini menunjukkan motif penggunaan <i>second account</i> Instagram oleh mahasiswa Gunadarma Depok dipicu oleh kebutuhan akan ruang pribadi dan ekspresi diri. Mereka menggunakan <i>second account</i> untuk berbagi konten secara bebas tanpa khawatir penilaian publik, menjaga privasi, dan membedakan antara konten profesional dan pribadi.
Perbedaan	Perbedaan ditemukan pada subjek penelitian dimana penelitian ini memiliki subjek Generasi Z sedangkan penelitian yang akan dilakukan memilih Mahasiswa Fakultas Dakwah sebagai subjek penelitian.
Persamaan	Persamaan ada pada fokus utama yaitu mencari motif dari penggunaan <i>second account</i> Instagram.
Penelitian 3	
Peneliti & Judul	Farah Futihat Rizky “ Motif Penggunaan <i>Second account</i> Instagram Di Kalangan Mahasiswi Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta “
Tujuan	Mengetahui Motif Sebab (<i>Because Of Motive</i>) dan Motif Tujuan (<i>in Order Motive</i>) penggunaan <i>second account</i> Instagram dikalangan Mahasiswi Pendidikan IPS.
Metode	Metode Kualitatif.

Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan terdapat motif sebab (<i>because of motive</i>) yang disebabkan oleh pengalaman masa lalu, seperti kurang percaya diri. Sedangkan motif tujuan (<i>in order to motive</i>) yaitu agar mereka lebih bisa bebas berekspresi dalam mempresentasikan diri.
Perbedaan	Perbedaan terdapat pada tujuan dimana pada penelitian yang akan dilakukan peneliti bertujuan untuk mengetahui motif penggunaan <i>second account</i> Instagram dalam interaksi sosial.
Persamaan	Persamaan pada topik utama yaitu penggunaan <i>second account</i> Instagram.
Penelitian 4	
Peneliti & Judul	Siti Aisyah Artina, Juni Wati Sri Rizki, dan Nurfitriani M Siregar “ Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa “
Tujuan	Melihat seperti apa penggunaan media sosial Instagram dijadikan sebagai sarana dakwah dan apa saja alasan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020- 2021 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
Metode	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan Instagram sebagai sarana dakwah. Dalam proses penggunaannya Instagram sebagai sarana dakwah dapat berupa <i>story</i> dengan <i>caption</i> yang memuat pesan dakwah, merepost pesan dakwah melalui <i>instastory</i> , dan mengunggah foto atau video dengan <i>caption</i> yang memuat pesan dakwah. Alasan yang mendasari Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana dakwah ialah Instagram menampilkan fitur yang menarik, jangkauan yang cukup luas, dan Instagram tidak terikat oleh waktu.
Perbedaan	Perbedaan terdapat pada tujuan penelitian dimana penelitian kedepannya akan mengkaji motif mahasiswa menggunakan <i>secon account</i> Instagram dalam interaksi sosial mereka.
Persamaan	Persamaan ada pada metode yang digunakan yaitu metode kualitatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, dengan fokus pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan merupakan institusi pendidikan tinggi Islam negeri yang terletak di Kota Padangsidempuan, Provinsi Sumatera Utara. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sendiri menjadi pusat pengembangan ilmu-ilmu dakwah dan komunikasi Islam di universitas ini. Fakultas ini memiliki beberapa program studi, yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam(KPI), Bimbingan dan Konseling Islam(BKI), Manajemen Dakwah(MD), dan Pengembangan Masyarakat Islam(PMI).

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Fakultas tersebut merupakan tempat di mana para informan berada untuk menempuh pendidikan, sehingga memudahkan akses penelitian. Selain itu, lingkungan akademik di Fakultas ini juga relevan dengan tema penelitian, yakni motif penggunaan *second account* Instagram dalam interaksi sosial mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Dengan demikian, lokasi ini dianggap ideal untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan memahami konteks sosial-akademik yang

memengaruhi perilaku informan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang peneliti tentukan dalam melaksanakan penelitian ini yaitu di mulai dari Observasi awal pada bulan Desember 2024 hingga Oktober 2025. Rentang waktu ini dipilih untuk memungkinkan pengumpulan data yang komprehensif dan analisis mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Selama masa penelitian, peneliti akan melakukan serangkaian observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang relevan.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Desember 2024	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1.	Observasi Awal									
1.	Seminar Proposal									
2.	Penelitian									
3.	Penulisan BAB IV dan V									
4.	Seminar Hasil									
5.	Sidang Munaqosyah									

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian mengacu pada pendekatan dan strategi yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan, menganalisis, dan

menginterpretasikan data guna menjawab pertanyaan penelitian. Pemilihan jenis penelitian sangat bergantung pada tujuan penelitian, sifat masalah yang diteliti, serta metode yang paling sesuai untuk menggali informasi yang dibutuhkan.

Penelitian berjudul “Motif Penggunaan *Second account* Instagram Dalam Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Adday Padangsidempuan”, pendekatan yang paling tepat adalah penelitian kualitatif Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berprilsaya yang dapat diamati.⁵²

B. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang menjadi sumber data dalam penelitian. Dalam penelitian ini, subjek penelitian adalah mahasiswa yang memiliki dan aktif menggunakan *second account* Instagram paling baru selama 6 bulan penggunaan. Dalam konteks penelitian ini, subjek yang dipilih adalah mahasiswa yang memenuhi kriteria berikut:

- a) Memiliki *second account* Instagram: Subjek penelitian harus mahasiswa yang memiliki dan secara aktif menggunakan *second account* Instagram.
- b) Penggunaan aktif: Mahasiswa yang menggunakan *second account* untuk berbagai tujuan, misalnya untuk privasi, ekspresi diri, atau

⁵² Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 37.

untuk berbagi konten dengan audiens tertentu (teman dekat, keluarga, atau kelompok tertentu)

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah aspek atau fenomena yang diteliti dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah persepsi mahasiswa dalam penggunaan *second account* Instagram.

Aspek yang diteliti dalam objek penelitian:

a) Motif penggunaan *second account*

Apakah untuk privasi, ekspresi diri, *stalking*, atau alasan lainnya?

b) Pola penggunaan

Seberapa sering *second account* digunakan dibandingkan akun utama? Jenis konten yang dibagikan di *second account*.

c) Perbedaan antara akun utama dan *second account*

Bagaimana mahasiswa membedakan penggunaan kedua akun? Apakah ada perbedaan identitas atau persona di antara kedua akun tersebut.

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis sumber data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder.

c. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh subjek penelitian secara langsung dengan alat ukur atau dengan mengukur langsung data yang di

cari subjek penelitiannya.⁵³ Data primer diperoleh langsung dari partisipan penelitian, yaitu mahasiswa yang memiliki dan menggunakan *second account* Instagram sekitar 14 mahasiswa. Sumber data primer dalam penelitian ini meliputi, wawancara mendalam dengan mahasiswa yang memenuhi kriteria sebagai subjek penelitian. Observasi *online* terhadap aktivitas dan konten yang dibagikan melalui *second account* Instagram mereka. Dokumentasi berupa tangkapan layar unggahan yang relevan untuk mendukung analisis data.

d. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang yang di peroleh dari pihak lain, tidak langsung dari sumber penelitian.⁵⁴ Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur yang relevan untuk mendukung analisis dan interpretasi hasil penelitian. Sumber data sekunder meliputi, jurnal akademik yang membahas media sosial, dan interaksi sosial. Artikel ilmiah dan laporan penelitian sebelumnya terkait penggunaan *second account* Instagram dan interaksi sosial mahasiswa. Sumber daring seperti blog, laporan industri media sosial, dan artikel dari *platform* terpercaya mengenai tren penggunaan Instagram untuk interaksi sosial.

⁵³ Muchamad Fauzi, *Metode penelitian kuantitatif*, 2009, hlm.165.

⁵⁴ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi *online*, dan dokumentasi. Berikut penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing teknik tersebut:

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh peneliti dengan responden. Ada beberapa model wawancara yang bisa dilakukan oleh peneliti. Pertama, wawancara terstruktur, Kedua wawancara tidak terstruktur.⁵⁵ Pada penelitian ini format semi-terstruktur yang memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara lebih fleksibel dan mendalam terkait pengalaman mahasiswa dalam menggunakan *second account* Instagram. Pertanyaan wawancara difokuskan kepada motif mahasiswa yang memiliki *second account* Instagram serta interaksi sosial yang terjadi.

b. Observasi *Online*

Observasi *online* dilakukan dengan mengamati aktivitas dan konten yang diunggah oleh mahasiswa di *second account* Instagram mereka. Peneliti menganalisis:

- a) Jenis dan tema konten yang dibagikan (foto, video, cerita, atau *caption*). Pola interaksi antara mahasiswa dengan *followers* (jumlah *likes*, komentar, dan tingkat keterlibatan).

⁵⁵ Ismail Suardi Wekke, *Metodologi Penelitian Dakwah dan Komunikasi* (Yogyakarta : CV Bintang Semesta Media,2022), hlm.62.

- b) Konsistensi tema dan gaya konten antara *second account* dan akun utama. Strategi visual dan verbal yang digunakan dalam *second account* untuk menempatkan diri.

Observasi ini dilakukan dengan persetujuan dari partisipan, dan peneliti hanya mengamati konten yang tersedia secara publik di akun Instagram mereka. Jika diperlukan, peneliti juga dapat mengumpulkan tangkapan layar dari unggahan yang relevan untuk mendukung analisis.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi yang relevan dengan topik penelitian. Data dokumentasi yang digunakan mencakup, Tangkapan layar dari konten yang diunggah oleh partisipan di *second account* Instagram, termasuk postingan, cerita, dan interaksi dengan *followers*. Catatan observasi yang ada diringkas dari hasil pengamatan atas aktivitas di *second account*. Data atau artikel yang mendukung teori-teori terkait motif penggunaan *second account* dalam interaksi sosial mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Dokumentasi ini membantu peneliti memperoleh bukti visual dan naratif yang dapat digunakan untuk mendalami motif dan interaksi sosial Mahasiswa dalam menggunakan *second account* Instagram. Dengan menggunakan kombinasi teknik pengumpulan data ini, penelitian ini dapat memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh dan mendalam mengenai pemahan penggunaan *second account*

Instagram bagi mahasiswa.

E. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Peneliti dalam penelitian kualitatif harus berusaha mendapatkan data yang valid, untuk itu sebagai alat analisis data perlu menggunakan triangulasi data. Triangulasi adalah suatu pendekatan analisa data yang menyintensis data dari berbagai sumber. Triangulasi data dibedakan menjadi empat macam⁵⁶, yaitu:

a. Triangulasi sumber

Penggalan kebenaran informasi tertentu melalui berbagai sumber memperoleh data. Triangulasi sumber berarti membandingkan informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Penelitian selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan pengamatan berperan serta, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi, dan gambar atau foto.

b. Triangulasi metode

Usaha memverifikasi keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan survei.

⁵⁶ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 218-221.

c. Triangulasi peneliti

Menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara. Setiap peneliti memiliki gaya, sikap, dan persepsi yang berbeda dalam mengamati suatu fenomena maka hasil pengamatan dapat berbeda dalam mengamati fenomena yang sama.

d. Triangulasi teoritik

Berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Triangulasi teoritik adalah memanfaatkan dua teoritik atau lebih untuk diadu dan dipadu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi metode peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam sebagai metode utama, namun dalam beberapa kasus juga dilakukan observasi terhadap aktivitas *second account* Instagram dengan dokumentasi berbentuk tangkapan layar yang relevan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang paling sesuai adalah analisis konten. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan *content analysis* (kajian analisis isi konten). Dalam kajian ini membahas mengenai rincian isi konten. Analisis ini merupakan suatu teknik penelitian untuk membuat rumusa- rumusan kesimpulan dan mengidentifikasi karakteristik

spesifik secara sistematis dan obyektif.⁵⁷

Langkah-langkah Analisis Konten:

- e. Pengumpulan Data Konten: Mengumpulkan postingan atau interaksi yang dilakukan mahasiswa di *second account* (dengan izin).
- f. Pengkodean dan Kategorisasi: Mengkategorikan jenis konten berdasarkan tema seperti "ekspresi diri", "privasi", atau "hubungan sosial".
- g. Interpretasi: Mengaitkan jenis konten yang diposting dengan persepsi dan alasan yang diungkapkan oleh mahasiswa mengenai penggunaan *second account* mereka.

⁵⁷ Ismail Suardi Wekke, *Metodologi Penelitian Dakwah dan komunikasi* (Yogyakarta:CV bintang semesta Media, 2022), hlm. 87.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki rekam jejak historis yang kaya serta peran strategis dalam mengembangkan ilmu dakwah di lingkungan perguruan tinggi Islam. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) adalah satu dari empat Fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Sejarah singkat Fakultas ini diawali dengan didirikannya IAIN Sulmatra Utara Medan pada tahun 1973 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 97 Tahun 1973 tanggal 1 November 1973 tentang peresmian IAIN Sumatra Utara, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Cabang Imam Bonjol Padang, Sumatra Barat menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidimpuan. Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatra Utara di Padangsidimpuan ini berjalan lebih kurang 24 Tahun (1973- 1997) dibawah pimpinan (Dekan), Prof. Syekh Ali Hasan Ahmad al-Dary (1973-1977), Drs. Rusman Hasibuan (1977 -1982), Drs. Anwar Saleh Daulay (1982-1988), Drs. Abbas Pulungan (1988 -1991), dan Prof. Dr. Haidar Putra Daulay, M.A (1991 – 1997).⁵⁸

Berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor

⁵⁸ Rencana Induk Pengembangan Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Tahun 2020-2044, Padangsidimpuan, IAIN PSP, 2020, hlm. 15

11 tahun 1997 tanggal 21 Maret 1997 dan Keputusan Menteri Agama RI Nomor 300 tahun 1997 dan No. 504 tahun 2003, tentang Pendirian STAIN dikeluarkan, maka setelah kurang lebih 24 tahun berjalan, Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidimpuan diubah statusnya menjadi STAIN Padangsidimpuan yang otonom dan berhak mengasuh beberapa jurusan sebagaimana layaknya IAIN di seluruh Indonesia. Berdasarkan peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan dan selanjutnya Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor B.II/3/9978 tentang Penetapan Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan pada tanggal 6 Januari 2014 STAIN Padangsidimpuan beralih secara resmi menjadi IAIN Padangsidimpuan, yang diresmikan oleh Menteri Agama RI Surya Dharma Ali, dan dilantik sebagai Rektor pertamanya adalah Dr. H. Ibrahim Sirelgar, MCL.

Tahun 2013 ini, IAIN Padangsidimpuan dalam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sudah membina empat Program Studi yaitu : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada tahun 2013, Bimbingan Konseling Islam (BKI) pada tahun 2014, Manajemen Dakwah (MD) pada tahun 2015, Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) pada tahun 2015 dan Program

Studi baru Desain Komunikasi Visual (DKV) pada tahun 2024.⁵⁹

2. Visi dan Misi

Visi : Menjadi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Bertaraf Internasional dengan Paradigma Keilmuan *Teo-antropo-eko-sentris* dalam Membangun Masyarakat yang Saleh, Moderat, dan Cerdas.

Misi :

1. Menyelenggarakan Pendidikan dan Pembelajaran dalam Ilmu-Ilmu Dakwah, Komunikasi, Sosial, dan Humaniora dengan Paradigma *Teo-antropo-ekosentris* Berbasis ICT.
2. Melaksanakan dan mengembangkan Penelitian dalam Ilmu-Ilmu Dakwah, Komunikasi, Sosial , dan Humaniora dengan Paradigma *Teo-antropo-ekosentris* melalui Pendekatan integrasi keilmuan.
3. Melaksanakan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat dengan menginternalisasikan Nilai-Nilai Keislaman, Kemodrenan, Keindonesian, dan kearifan lokal.
4. Melaksanakan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat dengan menginternalisasikan Nilai-Nilai Keislaman, Kemodrenan, Keindonesian, dan Kearifan Lokal.
5. Mengimplementasikan kerjasama (*Networking*) dengan

⁵⁹ Situs Web Resmi Uin Syahada Padangsidimpuan, Sejarah Singkat <https://www.uinsyahada.ac.id/sejarah-iain-padangsidimpuan> diakses pada tanggal 14 Mei 2025 Pkl. 16: 50

Lembaga-Lembaga Pendidikan, Penelitian, Sosial Keagamaan, Sosial Kemasyarakatan, dan Pemangku Kepentingan (*Stakeholders*) di Tingkat Regional, Nasional dan Internasional.

6. Melaksanakan Transformasi Terencana Menuju Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Bertaraf Internasional dalam Membangun Masyarakat yang Saleh, Moderat, dan Cerdas

3. Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi NIM 21

Tabel 4.1 Data Mahasiswa NIM 21

PRODI	JUMLAH MAHASISWA
Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)	21 Mahasiswa
Bimbingan dan Konseling Islam (BKI)	40 Mahasiswa
Manajemen Dakwah (MD)	10 Mahasiswa
Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)	7 Mahasiswa

B. DESKRIPSI DATA PENELITIAN

1. Data Informan

Informan penelitian terdiri dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang memiliki *second account* Instagram selama kurang lebih 6 bulan belakangan. Pada penelitian ini pemilihan informan dikhususkan lagi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi NIM 21, agar dapat mengakses data penggunaan *second account* secara baik tanpa mengganggu privasi pada akun tersebut. Jumlah mahasiswa Fakultas

Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang berjumlah 78 mahasiswa. Dalam proses pelaksanaan penelitian, peneliti mengidentifikasi sebanyak 14 mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang memiliki dan aktif menggunakan *second account* Instagram.

Tabel 4.2 Data Informan

NO	NAMA	Jurusan	Akun Utama	Second Account
1.	Juwita Hartati Simatupang	KPI	@juwintahartati23	@tatikyou
2.	Khotimah Hasibuan	KPI	@timahsb	@titiarchive
3.	Yanida Marbun	KPI	@yanidaa_marbun	@eztyby
4.	Iqrimah Sihombing	KPI	@iqrimah_shb	@iqrmhhhhh
5.	Karina Hartati Siregar	BKI	@kaarin.srg	@kayinesss
6.	Sri Tya Lestari Br Siagian	BKI	@tyasiagian_	@xclusivetyaa_
7.	Aisyah Salsabila Rambe	BKI	@_aisyahsalsabila	@_xxicaakk
8.	Dahlia	BKI	@dahliaaaaa	@spamdah07
9.	Najwa Alfini Hanum	BKI	@najwaalfini	@anumh._
10.	Romandia	MD	@romand_3166	@rmdyh
11.	Winda Lestari	MD	@windalestari_24	@wiiinnnn5
12.	Warisatul Anbiya	PMI	@warisatul_anbiyya	@duble.yu_
13.	Sa'adillah Mursyid Nainggolan	KPI	@mucidd	@llimamaret
14.	Rida Arikita	BKI	@akt_rida	@cc_akt

C. PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

1. Motif Mahasiswa Menggunakan *Second account* Instagram.

Setiap tindakan sosial yang dilakukan oleh individu tidak pernah muncul secara tiba-tiba atau tanpa sebab. Setiap keputusan yang diambil, terdapat latar belakang tertentu yang mendorong individu untuk bertindak. Latar belakang ini kemudian disebut sebagai motif, yaitu dorongan internal yang memberi arah dan makna pada tindakan sosial seseorang. Menurut teori Alfred Schutz, motif terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu *because of motive* dan *in order to motive*. *Because of motive* berkaitan dengan pengalaman masa lalu yang membentuk dan mendorong seseorang untuk bertindak, misalnya karena trauma, tekanan sosial, atau pengalaman tidak menyenangkan di masa lalu. Sementara itu, *in order to motive* merupakan motif yang bersifat prospektif, yaitu berorientasi pada tujuan yang ingin dicapai.

Individu bertindak bukan karena masa lalu, melainkan karena ada hasil tertentu yang ingin dituju, baik secara psikologis maupun sosial, pada masa kini maupun masa mendatang. Tujuan utama yang seringkali disebut oleh para informan adalah keinginan untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas, jujur, dan autentik tanpa khawatir akan penilaian dari orang lain. Seperti yang dikatakan oleh Winda Lestari melalui wawancara, informan mengatakan;

Awalnya tuh, karena mau buat *story* sama *postingan* tapi pas ku pikir-pikir kalau semuanya ku *upload* terlalu banyak. Makanya ku

buat lah Ig satu lagi. Awalnya ga ada pengikutnya, terus ku ikuti duluan lah kawan kawan ku yang dekat, dan sekarang *second account* ku itu malah jadi galeri pribadi ku.⁶⁰

Kalimat yang disampaikan oleh informan didukung oleh hasil yang peneliti temukan dalam melalui perbandingan kedua gambar berikut:



Gambar 4.1 Tampilan Pada Akun Utama Winda



Gambar 4.2 Tampilan Pada *Second account* Winda

Apa yang disampaikan oleh Winda juga dirasakan oleh Sa'adillah Mursid, dalam wawancara informan mengatakan; sebenarnya kalo itu gampang aja misahkannya, tengok lah Ig pertama ku nggak ada ku buat postingan selain diri ku kan, sedangkan di *second account* sebaliknya.⁶¹

⁶⁰ Winda Lestari . Mahasiswi Prodi Manajemen Dakwah, wawancara (Padangsidempuan, 28 Mei 2025. Pukul 14:30 WIB).

⁶¹ Sa'adillah Mursid Nainggolan. Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, wawancara (Padangsidempuan, 28 Mei 2025. Pukul 15:00 WIB).



Gambar 4.3 Tampilan Akun Utama Sa'adillah Mursiyd



Gambar 4.4 Tampilan *Second Account* Sa'adillah Mursiyd

Bella Ellani, mahasiswa dari program studi Bimbingan Konseling Islam (BKI), menyampaikan pandangannya yang hampir sama dengan informan walaupun dengan konteks yang sedikit berbeda, sebagai berikut:

Kau taulah ya, Akun utama tuh udah kayak tercap harus yang *aestetik* gitu, jadi semuanya harus bagus. Kalo di *second account* saya kayak biasa jadi yang lebih apa adanya. Lagi pula kan kalo di *second account* saya tau sih siapa aja yang bisa lihat postingan saya, jadi ngerasa aman aja.⁶²

⁶² Bella Ellani. Mahasiswi Prodi Bimbingan Konseling Islam, wawancara (Padangsidempuan, 28 Mei 2025. Pukul 15:54 WIB).



Gambar 4.5 Tampilan akun Utama Bella



Gambar 4.6 Tampilan *Second Account* Bella

Second account memberikan ruang yang lebih intim dan aman. Di mana, mahasiswa bisa membagikan hal-hal personal, hal remeh-temeh, keluh kesah, bahkan ekspresi diri yang lebih spontan dan tidak terstruktur. Mereka tahu siapa saja yang mengikuti akun tersebut, dan dengan demikian, mereka merasa lebih leluasa untuk menjadi versi diri yang lebih jujur. Hal serupa juga diungkapkan oleh Najwa Alfini Hanum, salah satu informan yang sudah mulai menggunakan *second account* sejak lulus dari SMP. Dalam wawancaranya, ia mengatakan:

Iya sih, jujur aja aku bikin *second account* udah lama dari semenjak lulus SMP, itu karena kaya ngerasa butuh ruang untuk berbagi hal yang lebih privasi atau bahkan lebih random. Malu juga kan ya kalo sampe semua orang bisa lihat kan ga harus semua orang tau kerandoman ku.⁶³

Kata “random” yang digunakan oleh informan menunjukkan keinginan untuk membebaskan diri dari pola komunikasi yang terlalu

⁶³ Najwa Alfini Hanum, Mahasiswa Prodi Bimbingan Konseling Islam, wawancara (Padangsidempuan, 23 Mei 2025. Pukul 15:27 WIB).

serius atau terlalu dikontrol. Di *second account*, ia merasa tidak perlu mempertimbangkan banyak hal sebelum memposting sesuatu. Hal tersebut Sesuai dengan tampilan profil *second account* Najwa yang menggunakan foto profil yang bukan dirinya.



Gambar 4.7 Tampilan Akun utama Najwa



Gambar 4.8 Tampilan *Second account* Najwa

Menariknya, motif ini juga berkaitan erat dengan kondisi sosial dan psikologis mahasiswa yang berada dalam masa transisi menuju kedewasaan. Masa kuliah adalah masa eksplorasi identitas, pencarian jati diri, dan upaya membangun citra sosial. Namun, di saat yang sama, mereka juga menyadari pentingnya menjaga keseimbangan antara kehidupan publik dan privat. *Second account* hadir sebagai jawaban atas kebutuhan itu semacam ruang aman (*safe space*) untuk bernafas di tengah hiruk-pikuk sosial media yang penuh ekspektasi. Wawancara berikutnya dengan informan lain, yakni Aisyah Salsabila, mahasiswa dari prodi Bimbingan Konseling Islam, juga menegaskan motif serupa. Informan mengatakan:

Second account tuh kayak tempat nyaman untuk membagikan segala hal gitu sih kalau buat ku ya. Taulah kau cewe kek mana, kadang mau itu ngegalau padahal nggk nya galau. Kalau di *second account* aman lah nggk ada yang komen komen karena orang itu kawan dekatku jadi tau aku kaya mana orangnya.⁶⁴



Gambar 4.9 Tampilan *Followers* Akun Utama Aisyah



Gambar 4.10 Tampilan *Followers* *Second account* Aisyah

Pernyataan Aisyah diperkuat dengan adanya perbandingan *followers* dari kedua akun tersebut, dimana akun utama memiliki 1.522 pengikut sedangkan pada *second account* informan hanya memiliki 116 pengikut. Setiap informan memiliki alasannya yang biasanya untuk memisahkan kepribadiannya pada penggunaan Instagram, sedangkan salah satu informan menggunakan *second accoun* untuk galeri hobinya, yaitu

⁶⁴ Aisyah Salsabila Rambe, Mahasiswi Prodi Bimbingan Konseling Islam, wawancara (Padangsidempuan, 26 Mei 2025. Pukul 15:44 WIB).

potret tentang alam. Dalam wawancara informan mengatakan ;

Aku suka loh foto-foto langit, terus ternyata banyak juga yang suka, nah dari situlah ada rencanaku buat akun kedua ku ini. Sesuai lah kaya penggunaan awalnya biar rasa suka ku juga bisa dilihat orang lain. Siapa tau juga tahun depan rindu aku sama langit sini, jadi gampang lah tinggal **buka arsip *second account***.⁶⁵



Gambar 4.11 Tampilan *Feeds* Akun utama Yanida



Gambar 4.12 Tampilan *Feeds* *Second Account* Yanida

Hal ini sangat relevan dalam budaya digital saat ini, di mana batas antara publik dan privat semakin kabur. Hadirnya *second account*, mahasiswa dapat menciptakan ruang digital yang mereka kendalikan sepenuhnya siapa yang boleh masuk, apa yang boleh dilihat, dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan. Dari Penelitian ini, tindakan

⁶⁵ Yanida marbun, Mahasiswi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, wawancara (Padangsidempuan, 02 Juni 2025, pukul 13:20 WIB).

membuat *second account* dapat dipahami sebagai bentuk tindakan sosial yang penuh kesadaran, bukan sekadar reaksi terhadap tekanan sosial, melainkan sebuah perencanaan yang bertujuan. Individu bertindak dengan memperkirakan dampak dari tindakannya di masa depan. Dengan demikian, konsep *in order to motive* dari Alfred Schutz menjadi sangat relevan dalam hal ini.

2. Interaksi Sosial yang Terjalin Pada *Second Account*

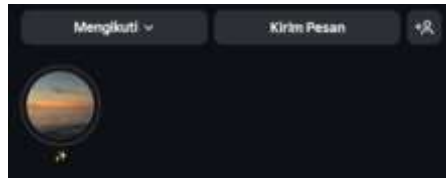
Penggunaan *second account* Instagram oleh mahasiswa mencerminkan adanya perbedaan peran dan identitas yang mereka tampilkan dalam kehidupan digital mereka. Fenomena ini dapat dianalisis melalui pendekatan teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, yang menyatakan bahwa kehidupan sosial dapat dipahami layaknya sebuah pertunjukan di atas panggung, di mana setiap individu berperan sesuai dengan peran sosial yang ingin ditampilkan kepada publik.

Pada akun utama, mahasiswa berperan sebagai individu yang terkontrol, berhati-hati dalam berbicara dan berinteraksi, serta mengatur citra dengan sangat sadar. Sedangkan di *second account*, mahasiswa lebih spontan, terbuka, dan tidak ragu memperlihatkan sisi lemah atau lucu sekalipun. Salah satu informan Khotimah Hasibuan prodi KPI mengatakan:

Kalau di akun utama tuh serba mikir. Mau posting *story* aja lihat dulu siapa yang nonton, takut disalahpahami. *second account*, mau membagikan apa aja nggak masalah, karena yang lihat cuma teman-teman dekat aja, intinya kalo di *second account* yuh ngerasa lebih nyaman deh.⁶⁶

⁶⁶ Khotimah Hasibuan, Mahasiswi Prodi Komunikasi dan penyiaran Islam, wawancara

Hal tersebut didukung dengan adanya sorotan yang lebih aktif pada *second account* dari pada akun utama informan yang menunjukkan adanya komunikasi *non verbal* didalamnya.



Gambar 4.13 Tampilan Sorotan Pada Akun Utama Khotimah



Gambar 4.14 Tampilan Sorotan Pada *Second Account* Khotimah

Pernyataan ini menggambarkan bagaimana mahasiswa merasa terbebani oleh ekspektasi publik di akun utama, sehingga mereka menciptakan ruang alternatif untuk menjaga kenyamanan psikologis mereka sendiri. Pada akun kedua, mahasiswa merasa tidak harus menjadi orang lain atau menyesuaikan diri dengan harapan sosial tertentu. Mereka merasa lebih bebas untuk mengekspresikan diri secara utuh, tanpa tekanan, tanpa sensor, dan tanpa pencitraan. Lebih dari sekadar tempat pelampiasan ekspresi. Dari hasil observasi dalam bentuk analisis konten peneliti juga menemukan hal berikut:



Gambar 4.15 Story Second account Najwa



Gambar 4.16 Story Akun Utama Najwa

Pada dua gambar di atas adalah perbandingan dari postingan akun utama dengan *second account*, informan pada *second account* @anumh_ menerangkan *caption* (pesan dalam postingan) yang menunjukkan adanya komunikasi verbal dengan kalimat “Ditunggu makan-makannya!!!” dalam rangka mengucapkan selamat atas pencapaian salah satu rekannya, dengan ucapan yang sedemikian rupa menciptakan kesan yang dekat dan tidak formal. Bahasa yang digunakan menunjukkan keintiman dan keakraban

emosional antara sipemilik akun dan rekannya. Sedangkan pada akun utama @najwaalfini, informan menerangkan *caption* “langsung kompre aja ga si?” ungkapan ini terkesan netral, seolah-olah menjaga kesan profesional dan tidak terlalu mengekspos emosi berlebih.

Selain adanya perbedaan tersebut, perbedaan lainnya juga ada pada fitur kolom komentar dengan keterangan untuk mengirim pesan, dimana pada akun utama fitur tersebut di tiadakan atau di *non* aktifkan yang tentunya hal tersebut meminimalisir adanya interaksi sosial pada akun tersebut. Hal ini diperkuat dalam wawancara bersana Najwa, informan mengatakan;

Konten yang jelas si kalo di akun utama ga kaya *second account* alias beda, taukan ada konten yang tik token itu lebih sering di post di akun kedua si. Kalau konten formal baru di akun utama, kaya membagikan postingan ucapan hari nasional,dll. ⁶⁷

Fenomena ini menunjukkan bahwa identitas di media sosial bersifat fleksibel dan berlapis. Mahasiswa tidak hanya memainkan satu peran tunggal, melainkan beralih dari satu identitas ke identitas lain tergantung konteks, audiens, dan kebutuhan emosional mereka. Ini bukan berarti mereka tidak jujur, tetapi sebaliknya, menunjukkan bahwa identitas sosial bersifat kontekstual dan adaptif terhadap lingkungan digital yang terus berubah. Lebih jauh, hal ini menunjukkan adanya kesadaran reflektif mahasiswa dalam mengatur dirinya di ruang publik dan

⁶⁷ Najwa Alfini Hanum, Mahasiswi Prodi Bimbingan Konseling Islam, wawancara (Padangsidempuan 22 Mei 2025, Pukul 09:10 WIB)

ruang privat. Mereka memahami risiko dari keterbukaan di media sosial, dan dengan cara yang kreatif, mereka membangun ruang-ruang yang bisa memberikan rasa aman sekaligus menjaga relasi sosial yang penting. Mereka tahu kapan harus “berperan” dan kapan bisa bersikap alami. Dalam hal ini, *second account* bukan hanya alat pelarian, tetapi bagian dari strategi sosial yang kompleks dalam menghadapi tekanan dunia digital.



Gambar 4.17 Tampilan Akun Utama Tya yang tidak menampilkan Story



Gambar 4.18 Postingan Story *Second account* Tya

Unggahan *story* dari *second account* informan Sri Tya Siagian dengan akun @xclusivetya__ menampilkan kalender digital dengan beberapa tanggal yang ditandai, seperti 12–14 Juni sebagai “tanggal yang ditsayatkan”, serta 25 dan 28 Juni yang diberi catatan “batas yudisium”. Kalimat yang menyertai unggahan tersebut berbunyi, “mahasiswa akhir

yang selalu liatin tanggal terus kepikiran sampe aslam”, mencerminkan beban mental dan kecemasan yang dirasakan mahasiswa menjelang tenggat akademik. Unggahan ini tidak ditemukan di akun utama, yang cenderung lebih formal dan terkesan rapi. Hal ini menunjukkan bagaimana mahasiswa secara sadar membedakan konten dan persona yang ditampilkan di dua akun berbeda. Dalam sebuah wawancara informan mengatakan;

Ga semua orang harus tau target dan perjalanan kita dalam mencapai sesuatu, tapi disini pengen upload juga makanya lebih aktif membagikan story atau postingan di *second account*. Kalo di akun utama posting proses kan yang lihat banyak takunya malah difikir sombong atau sebagainya⁶⁸

Interaksi sosial merupakan bagian penting dari kehidupan mahasiswa, termasuk dalam lingkungan digital seperti media sosial. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa penggunaan *second account* Instagram oleh mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan ekspresi diri, tetapi juga menjadi ruang untuk membangun dan mempertahankan interaksi sosial yang lebih intim dan terbuka. *Second account* berperan sebagai sarana komunikasi informal yang memperkuat hubungan antarindividu dalam lingkup sosial yang lebih kecil dan dipercaya. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk membangun komunikasi yang lebih jujur, lepas, dan tanpa tekanan.

Salah satu informan Iqrimah Sihombing mengatakan:

⁶⁸ Sry Tya Lestari BR Saiagian, Mahasiswi Prodi Bimbingan Konseling Islam, wawancara (Padangsidempuan 26 Mei 2025, Pukul 15:01 WIB).

Kalau aku si lebih sering berkomunikasi sama temen pas masa Aliyah si kalo di *second account* , karena kita kebetulan lebih aktif di akun ini dari pada akun utama. Kadang juga yang diobrolin hal random mulai dari berbagi reels lucu atau balas balasan *story*.⁶⁹

Pernyataan ini menunjukkan bahwa *second account* memberikan rasa aman dalam berkomunikasi. Mahasiswa merasa tidak diawasi atau dinilai oleh audiens yang luas, sehingga komunikasi yang dibangun lebih personal dan bersifat timbal balik secara emosional. Bentuk interaksi yang terjadi tidak hanya berupa komentar pada unggahan, tetapi juga percakapan yang lebih mendalam melalui fitur *direct message* (DM) atau balasan *story* dan postingan.

Meski demikian tak sedikit dari beberapa informan lebih tertutup dalam Melaksanakan interaksi pada akun utama, seperti mematikan kolom komentar pada fitur postingan ataupun *story*. Hal tersebut ditemukan dalam wawancara bersama Karina Hartati, informan mengatakan

Aku di akun utama jarang aktif, makanya sekalnya bikin *story* atau postingan banyak yang nanya dan itu kadang bikin kurang nyaman. Makanya enakan posting di akun kedua, karena juga udah kubatasi lingkarn pertemanan ku di akun kedua.⁷⁰

⁶⁹ Iqrimah Sihombing, Mahasiswi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, wawancara (Padangsidempuan, 28 Mei 2025. Pukul 17:15 WIB).

⁷⁰ Karina Hartati Siregar, Mahasiswi Prodi Bimbingan Konseling Islam, wawancara (Padangsidempuan, 02 Juni 2025, pukul 11:55 WIB).



Gambar 4.19 Tampilan Postingan Akun Utama Karina



Gambar 4.20 Interaksi Pada Postingan *Second Account* Karina

Berbanding dengan karina, Rida Arikita tidak membatasi interaksi yang terjalin baik itu pada akun utama ataupun *second account*, informan mengatakan

Aku bukan nya sombong tapi terkadang ada orang yang cuman basa-basi, makanya aku membatasi itu dengan bikin akun kedua kan enak kalo chat ingan terus menerus gan cuman sebatas menanyakan hal-hal yang seharusnya ga perlu di tanya.⁷¹



⁷¹ Rida Arikita, Mahasisiwi Prodi Bimbingan Konseling Islam, wawancara (Padangsidempuan, 17 Juni 2025, Pukul 08:11 WIB).

Gambar 4.21 Interaksi Pada Postingan di Akun Utama Rida



Gambar 4.22 Interaksi Pada Postingan *Second Account* Rida

Gambar diatas didukung dengan pendapat dahlia pada wawancara, informan mengatakan ;

Aku lebih sering dan suka berinteraksi dengan *followers* pada *second account* karena aku tau mereka paham kek mana pribadi ku, bisa dibilanglah *followes* di akun utama adalah teman sedang kan pada akun kedua itu sahabat sahabatku.⁷²



Gambar 4.23 Tampilan Akun Utama Dahlia tanpa Postingan

⁷² Dahlia, Mahasiswi Prodi Bimbingan Konseling Islam, *waancara* (Padangsidimpuan 02 Juni 2025, Pukul 16:10 WIB).



Gambar 4.24 Interaksi Pada Postingan *Second Account* Dahlia

Jenis interaksi sosial yang dominan terjadi dalam penggunaan *second account* oleh mahasiswa tergolong dalam interaksi sosial asosiatif. Interaksi asosiatif merupakan bentuk interaksi yang mengarah pada keteraturan, kerja sama, dan pembentukan hubungan yang positif antar individu. Dalam konteks *second account*, mahasiswa cenderung membentuk hubungan yang lebih erat dan personal dengan audiens yang terbatas, seperti teman SMA, sahabat dekat, atau rekan sebaya yang sudah dipercaya. Bentuk-bentuk interaksi yang dilakukan antara lain berupa, Curhat pribadi dan saling memberi dukungan, balasan *story* yang bersifat ringan dan penuh keakraban, Interaksi emosional yang bersifat empatik dan suportif.

Jenis interaksi ini memperlihatkan bahwa *second account* berperan sebagai ruang yang aman untuk menciptakan komunikasi yang sehat, jujur, dan bersifat mendekatkan. Mahasiswa merasa bebas mengungkapkan pikiran dan perasaan mereka tanpa tekanan pencitraan, dan mendapatkan respon yang lebih natural dari orang-orang yang mereka percaya. Salah satu contoh nyata yang menggambarkan dampak emosional dari pengguna

second account terlihat dari postingan *story* Aisyah Salsabila Rambe pada akun @_xxicakk, sebagai berikut:



Gambar 4.25 Interaksi Dalam Postingan *story* *Second Account* Aisyah

Pada *story* tersebut terdapat *caption* yang tertera dengan kalimat “Pengen balik asrama wooi! Main HP tunet-tunet tanpa mikirin skripsi, lebih nikmat dari pada pake android tapi ada skripsi.” *Caption* tersebut memperlihatkan bagaimana *second account* menjadi ruang bagi mahasiswa untuk meluapkan perasaan rindu, lelah, dan stres akademik secara jujur dan terbuka. Unggahan semacam ini jagang, bahkan hampir tidak ditemukan, diakun utama. Selain itu, selama observasi dan wawancara tidak ditemukan indikasi adanya interaksi disosiatif seperti perselisihan, konflik, atau persaingan di ruang *second account* ini. Hal ini semakin memperkuat kesimpulan bahwa penggunaan *second account* menjadi sarana untuk membangun interaksi sosial yang konstruktif,

terbuka, dan mendukung kesejahteraan emosional mahasiswa.

Dalam sebuah wawancara dengan salah satu informan yaitu, Warisahtul Anbiyah yang mengatakan:

Aku punya *second account* bertujuan untuk kesenangan diri, tapi apa yang ku posting itu semua valid apa adanya dan ga mungkin bohong kek ga ada kerjaan. Ngapain juga bohong kalau di *second account* tuh serasa kaya apa adanya aja⁷³

Pernyataan dari informan tersebut menguatkan bahwa penggunaan *second account* tidak serta-merta dimanfaatkan untuk hal-hal negatif. Justru sebaliknya, akun tersebut menjadi media alternatif untuk menyampaikan isi hati secara jujur tanpa harus memanipulasi fakta. Hal ini sejalan dengan Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017, yang menegaskan pentingnya menyampaikan kebenaran serta menghindari penyebaran *hoaks* dan fitnah di media sosial. Dalam fatwa tersebut disebutkan bahwa setiap Muslim wajib menyaring informasi sebelum menyebarkannya, serta tidak diperbolehkan menggunakan media sosial untuk ghibah atau membuka aib orang lain. Sikap hati-hati ini juga tercermin dari pernyataan informan lain, yaitu Karina Hartati yang menyatakan:

Ya kalo seandainya yang ku buat di *second account* itu bebas bukan berarti ku buat-buat, itu malah emeng kata-kata seharian ku ga perlulah mikirin caption atau men sensor obrolan di akun ini, isinya kan cuman kalian-kalian aja mentok-mentok kawan pesanten ku dulu.⁷⁴

⁷³ Warisahtul Anbiyah, Mahasiswa Prodi Bimbingan Konselin Islam, wawancara (Padangsidimpun, 26 Mei 2025. Pukul 15:10 WIB).

⁷⁴ Karina Hartati Siregar, Mahasiswi Prodi Bimbingan Konseling Islam, Wawancara (Padangsidimpun, 02 juni 2025. Pukul 11:55 WIB).

Karina Hartati menyadari bahwa kebebasan berekspresi tidak berarti bebas tanpa batas. Prinsip kehati-hatian tetap dijaga, terutama dalam memastikan bahwa informasi yang dibagikan tidak menyesatkan atau mencemarkan nama baik pihak lain. Dengan demikian, penggunaan *second account* oleh para mahasiswa dalam penelitian ini menunjukkan adanya kesadaran moral dan tanggung jawab sosial. Mereka tidak semata-mata memanfaatkan ruang privat ini untuk pelampiasan bebas, melainkan tetap memegang nilai-nilai etika sebagaimana digariskan oleh ajaran agama dan norma sosial.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena penggunaan *second account* Instagram oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi merupakan bagian dari respons terhadap kebutuhan akan ruang ekspresi yang lebih privat, jujur, dan aman. *Second account* menjadi media alternatif yang mereka pilih ketika ruang publik pada akun utama tidak lagi cukup representatif untuk menyuarakan sisi personal mereka. Akun utama (*main account*) sering kali dipenuhi dengan muatan pencitraan dan kepentingan sosial yang lebih luas, seperti menjaga tampilan *feed* yang estetis, mempromosikan diri secara profesional, atau mempertahankan citra tertentu di mata dosen dan khalayak umum. Sebaliknya, *second account* digunakan untuk menampilkan sisi emosional, apa adanya, dan spontan dari diri mahasiswa. Berbanding dengan yang lain

salah satu informan yang lebih memilih *second account* untuk menampilkan kesukaannya dengan alam, tanpa ada unsur untuk memisahkan sisi dari dirinya yang bersifat apa adanya. Walaupun terlihat berbeda tetapi motif yang ada tetap memiliki kesamaan dimana informan membentuk akun kedua agar suatu saat dapat diakses kembali oleh dirinya.

Motif ini dapat dipahami melalui teori Alfred Schutz, khususnya pada kategori "*in order to motive*", yakni tindakan yang dilatarbelakangi oleh tujuan tertentu. Dalam hal ini, penggunaan *second account* merupakan bentuk ikhtiar mahasiswa untuk mencapai kondisi yang mereka anggap lebih nyaman dan lepas dari tekanan sosial. Mereka merasa lebih bebas dalam mengunggah konten yang bersifat personal, seperti curahan hati, refleksi diri, keluhan kesah akademik, hingga dinamika hubungan interpersonal yang tidak ingin mereka tampilkan secara publik. Motif ini juga mencangkup kebutuhan psikologis akan penerimaan dan dukungan dari kelompok kecil (*close friends*) yang dianggap lebih bisa memahami dan menerima diri mereka secara utuh.

Beberapa informan juga menyatakan bahwa akun kedua digunakan untuk membatasi akses orang tua, dosen, atau pihak-pihak lain yang dianggap "tidak perlu" melihat sisi personal mereka. Keputusan ini bukan semata-mata untuk menyembunyikan hal buruk, melainkan lebih pada keinginan untuk menjaga batas privasi yang sehat. Penggunaan *second account* juga sangat erat dengan teori dramaturgi dari Erving Goffman. Goffman menjelaskan bahwa kehidupan sosial manusia ibarat panggung

sandiwara, di mana individu memainkan peran berbeda tergantung pada konteks sosialnya. Akun utama dapat dipahami sebagai *front stage* tempat seseorang menampilkan identitas ideal di hadapan publik dengan segala bentuk konstruksi sosial dan simbolik seperti caption motivasi, foto estetik, atau aktivitas positif. Sementara itu, *back stage* digambarkan melalui *second account*, di mana mahasiswa merasa bebas melepaskan peran formal mereka dan tampil secara lebih jujur, emosional, dan autentik. Dalam *second account*, tidak ada keharusan untuk terlihat sempurna. Justru, keterbukaan dan kejujuran menjadi nilai utama dalam interaksi yang dibangun. Misalnya, ada informan yang mengungkap lebih suka mengunggah "realita" kehidupannya yang penuh tekanan akademik di akun kedua, sementara di akun utama hanya menampilkan prestasi atau momen bahagia. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan konteks komunikasi dan tujuan representasi diri.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa pola interaksi yang terjadi di *second account* cenderung asosiatif, sebagaimana dijelaskan oleh Gillin dan Burhan Bungin. Komunikasi di *second account* bersifat lebih personal dan mendalam karena audiensnya terbatas, biasanya hanya mencsayap teman dekat atau orang-orang yang dipilih dengan selektif. Hal ini memperkuat hubungan emosional dan membangun rasa saling percaya antar pengguna. Tidak seperti akun utama yang diwarnai komentar basa-basi dan likes simbolik, *second account* menghadirkan interaksi yang lebih jujur dan responsif secara emosional. Unggahan di

second account biasanya mendapatkan tanggapan yang lebih hangat dan suportif, karena penonton dalam ruang tersebut telah terseleksi secara alami. Namun demikian, tidak semua interaksi di *second account* bersifat sehat. Beberapa informan mengsaya pernah mengalami konflik karena konten yang mereka unggah menyinggung perasaan orang lain, meskipun itu tidak disengaja. Hal ini menunjukkan bahwa sekalipun sifatnya lebih tertutup, *second account* tetap bagian dari ruang digital yang memiliki konsekuensi sosial.

Menariknya, meskipun *second account* sering dianggap sebagai “tempat aman”, mayoritas mahasiswa tetap menjunjung tinggi nilai-nilai etika Islam dalam penggunaannya. Hal ini terlihat dari cara mereka menghindari unggahan yang berpotensi membuka aib sendiri maupun orang lain, menjauhi ujaran kebencian, serta tidak menggunakan akun tersebut untuk menyebarkan informasi palsu atau menyindir secara berlebihan. Kesadaran ini diperkuat dengan keberadaan Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 yang menegaskan pentingnya menjaga akhlak dan adab saat bermuamalah di media sosial. Serta ayat Al-qur'an pada surah Al – ahzab ayat 70;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا^٧

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.

Banyak mahasiswa yang menyatakan bahwa mereka memiliki rasa tanggung jawab spiritual dan sosial dalam setiap aktivitas digital, termasuk

di *second account*. Mereka sadar bahwa setiap unggahan akan membawa dampak, baik bagi diri sendiri maupun orang lain, sehingga mereka menggunakannya sesuai dengan *syari'at* Agama Islam. Pemahaman ini dilihat dari hasil penelitian dimana para informan tidak membuat *story*, ataupun *feeds*, bahkan *DM* untuk menyebarkan berita yang tidak jelas kebenarannya. Secara keseluruhan, fenomena penggunaan *second account* Instagram di kalangan mahasiswa bukanlah bentuk dari ketidak konsistenan identitas, melainkan refleksi dari kebutuhan manusia *modern* untuk memilah dan memilih ruang sosial yang sesuai dengan situasi dan kondisi psikologis mereka. Media sosial telah menjadi wadah baru untuk membangun identitas ganda yang fleksibel, dan *second account* berperan penting dalam menjaga keseimbangan antara tuntutan publik dan kebutuhan pribadi.

Penelitian ini membuka wawasan bahwa identitas digital bukanlah sesuatu yang statis, melainkan terus berkembang, dinegosiasikan, dan dimaknai ulang oleh penggunanya. Mahasiswa sebagai generasi *digital native* cenderung memiliki keterampilan untuk mengelola peran sosialnya di berbagai ruang komunikasi. Namun tetap dibutuhkan pendampingan dan edukasi agar penggunaan *second account* tidak melenceng dari nilai-nilai etika, baik secara sosial maupun religius.

E. Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki batasan yang memengaruhi cseyapan, kedalam analisis, serta generalisasi hasil. Penelitian mengenai

Motif Penggunaan *Second account* Instagram dalam Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi ini juga memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu disadari secara kritis, baik oleh peneliti atau pembaca nantinya. Berikut ini adalah beberapa keterbatasan utama dalam penelitian ini :

1. Keterbatasan Populasi dan Sampel

Penelitian ini hanya dilaksanakan pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan fokus khusus pada NIM 21. Meskipun telah memilih informan yang relevan, namun hasil penelitian ini belum tentu mencerminkan pandangan seluruh mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry, terlebih populasi mahasiswa secara nasional, keterbatasan jumlah informan juga menjadi terbatas.

2. Subjetivitas Dalam Wawancara

Metode wawancara mendalam yang digunakan ini sangat bergantung pada kejujuran dan keterbukaan informan. Mengingat isu yang dibahas cukup personal dan menyangkut identitas digital serta ruang privat mahasiswa, ada kemungkinan bahwa sebagian informan tidak sepenuhnya terbuka dalam menjawab pertanyaan, baik karena faktor malu, tsayat dinilai, atau ingin menjaga citra diri. Hal ini bisa memengaruhi kedalaman dan sayarasi data yang diperoleh.

3. Keterbatasan Observasi *Online*

Observasi yang dilakukan terhadap aktivitas *second account* informan hanya dapat dilakukan dengan persetujuan dan akses yang

terbatas. Peneliti tidakn dapat menjangkau keseluruhan konten atau interaksi yang bersifat sangat privat atau telah dihapus oleh pemilik akun. Oleh karena itu, nalisis terhadap konteng dan pola komunikasi yang terjadi di *second account* bersifat terbatas pada data yang dapat diamati secara langsung.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai motif penggunaan *second account* Instagram dalam interaksi sosial mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, dapat disimpulkan bahwa fenomena ini mencerminkan kebutuhan mahasiswa akan ruang ekspresi yang lebih privat, aman, dan bebas dari tekanan pencitraan publik yang umumnya muncul di akun utama. Mahasiswa memanfaatkan *second account* sebagai sarana untuk mengekspresikan emosi, opini, serta pengalaman pribadi yang lebih otentik dan spontan. Motif ini sangat selaras dengan teori motif dari Alfred Schutz, terutama konsep "*in order to motive*", di mana tindakan tersebut didasari oleh tujuan tertentu seperti kenyamanan emosional, kebebasan berekspresi, dan keterbukaan dalam berbagi cerita pribadi tanpa tsayat penilaian sosial.
2. Teori dramaturgi Erving Goffman, akun utama dipandang sebagai *front stage* yang dipenuhi pencitraan, sementara *second account* berfungsi sebagai *back stage* tempat mahasiswa lebih bebas menunjukkan diri mereka yang sesungguhnya. Interaksi sosial yang tercipta pun cenderung asosiatif dan erat secara emosional, karena berlangsung dalam lingkup pertemanan dekat yang lebih terbatas.

Meski demikian, mahasiswa tetap menjaga etika komunikasi Islam, seperti nilai kejujuran, tidak menyebar fitnah, serta menjaga sopan santun dalam setiap unggahan maupun interaksi. Sebagaimana diatur dalam Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun berada dalam ruang digital yang terkesan bebas, sebagian besar mahasiswa tetap memiliki kesadaran etis dalam berkomunikasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai motif penggunaan *second account* Instagram dalam interaksi sosial mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial, khususnya Instagram, diharapkan dapat menggunakan *second account* secara bijak dan bertanggung jawab. Meskipun *second account* memberikan ruang lebih bebas untuk berekspresi, namun tetap perlu diingat bahwa etika komunikasi, norma agama, dan nilai sosial harus menjadi landasan dalam setiap aktivitas digital. Gunakan *second account* sebagai media refleksi diri yang positif, bukan sebagai sarana untuk menyebarkan ujaran kebencian, gosip, atau konten negatif lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi jumlah informan maupun fokus bahasan yang masih terbatas pada motif dan bentuk interaksi sosial. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi lebih dalam mengenai pengaruh penggunaan *second account* terhadap kesehatan mental, pembentukan identitas digital, atau relasi sosial lintas gender dan budaya. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran juga bisa menjadi alternatif untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas dan menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldina,f., (2024), *Konsep Interaksi Sosial*. Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Group,.
- Dyatmika,T., (2020) *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta : Zahir Publishing
- Fauzi, M., (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Ghufron, M.N. & Risnawita, R.S., (2012), *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gunawan, I. (2013), *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hamka, (2019), *Tasawuf Modern*. Jakarta: Pustaka Panjimas.
- Hastuti, D.R.D, dkk. (2018) *Ringkasan Kumpulan Mazhab Teori Sosial (Biografi, Sejarah, Teori, dan Kritikan)*. Jakarta: CV Nur Lina.
- Hikmat, M.M., (2014) *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu,.
- Hikmat, M.M., (2014) *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu,.
- Kadir, M.I. (ed.), (2009) Syaikh Imam Al-Qurthubi. *Tafsir Al-Qurthubi*. Jilid 14. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Kamaluddin,(2021) *Ilmu Dakwah*, Jakarta : Kencana
- Narbuko, C. & Achmadi.A., (2018) *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasrullah, R. (2017) *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, R. (2020) *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Rekatama Media.
- Priyono, P.E., (2022), *Komunikasi dan Digital Komunikasi*. Bogor: Guepedia.
- Rusito, (2021) *Teknologi Internet*. Semarang: Yayasan Prima Agung Redaksi.

Santoso, S., (2014) *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

Sobur, A., (2003) *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Thaib, J.E. (2021) *Problematika Dakwah di Media Sosial*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mdaniri.

Tumanggor, R., dkk. (2017) *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Cet. ke-6, Edisi ke-3. Jakarta: Kencana.

Turner, Lynn H., & Richard West. (2008) *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Walgito, B. (2013) *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Dani Offset.

Wekke, I.S., (2022) *Metodologi Penelitian Dakwah dan Komunikasi*. Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media.

Kementerian Agama RI. (2012), *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Syamil Qur'an.

Jurnal:

Afdani, I., (2020), Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial (Studi Kasus pada Remaja Usia 16–19 Tahun di Wilayah Kelurahan Karang Timur Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang). Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Arifuddin, M. R. & Irwansyah, (2019), “Dari Foto dan Video ke Toko: Perkembangan Instagram dalam Perspektif Konstruksi Sosial.” *Jurnal Komunikasi dan Kajian*, Vol. 3, No. 1.

Diwanto, I., (2019) “HAMBATAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA (Menarik Diri, Prasangka Sosial dan Etnosentrisme)”, *dalam Jurnal HIKMAH*, Vol. 13, No. 2.

Febriyani, S.A.A., Rizki, J.W.S, & Siregar, N.M., (2024) “ Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa, *Jurnal HIKMAH*, Vol. 18 No. 1.

Hasibuan, J., Rafiq, M., Fikri, S., & Harahap, K., (2024) “Interaksi Simbolik Tuan Guru Dalam Menarik Minat Jamaah Majelis Taklim Mengikuti Pengajian Al-Yusufiyah Di Huta Holbung Kecamatan

- Angkola Muaratais Kabupaten Tapanuli Selatan”, *dalam Jurnal HIKMAH*, Vol. 18 No. 1.
- Iswahyuni, dkk. (2017) “Penggunaan Internet Sebagai Media Informasi oleh Mahasiswa UPN ‘Veteran’ Jakarta.” *J. Signal*, Vol. 5, No. 2. <https://doi.org/10.33603/signal.v5i2.881>.
- Jannah,W. & Fasadena, N., (2023) “Fenomena Mandi Lumpur Live di Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman.” *JISAB: The Journal of Islamic Communication dan Broadcasting*, Vol. 2, No. 2.
- Kahfi, M.L., (2023) “ Peran *Citizen Journalism* Sebagai Media Informasi Bagi Masyarakat Kota Padangsidempuan Berbasis Instagram (Studi Akun @Visitsidempuan)”, *dalam Jurnal HIKMAH*, Vol. 17 No. 1.
- Lastary, L.D. & Rahayu, A., (2018) “Hubungan Dukungan Sosial dan *Self Efficacy* dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa Perantau yang Berkuliah di Jakarta.” *Jurnal Ikraith-Humaniora*, Vol. 2, No. 2.
- Lubis, N.S. & Nasution, I.M.P. (2023) “Perkembangan Teknologi Informasi dan Dampaknya pada Masyarakat.” *Jurnal Sains dan Teknologi*, Vol. 1, No. 12. <https://doi.org/10.3785/kohesi.v1i12.1311>
- Mahendra, B. (2017) “Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi).” *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16, No.1.
- Muali, C. & Qodratillah, K.R. (2018) “Pengembangan Karakter Guru dalam Menghadapi Demoralisasi Siswa Perspektif Teori Dramaturgi.” *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, Vol. 8, No. 1.
- Nisa, S. (2022), Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Interaksi Sosial Siswa Kelas VII di SMP Negeri 17 Kota Jambi. Skripsi. Jambi: Universitas Jambi.
- Permana, I.P.H. & Sutedja,I.D.M. (2021) “Analisis Perilaku Penggunaan Akun Kedua di Media Sosial Instagram.” *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 2, No. 1.

- Permatasari, D. (2018) “Hubungan Penggunaan Fitur Insta Story sebagai Media Promosi dengan Minat Beli Produk Wellborn.” Jurnal Inter Komunika, Vol. 3, No. 2. <http://dx.doi.org/10.33376/ik.v3i2.212>
- Syahadatina, D.V., (2018) Bias Perempuan dalam Postingan Akun Instagram (Analisis Semiotik pada akun Indozonelife). Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Wulandari, N.I dkk. (2022) “Interaksi Sosial dalam Novel Anak Rantau Karya A. Fuadi.” Jurnal Basataka (JBT), Vol. 5, No. 2, Desember.
- Zainuri, A.A., (2021) *Closest One* (Analisis Manajemen Privasi Komunikasi pada Akun Kedua di Instagram Menggunakan Teori *Communication Privacy Management* di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret). Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Artikel:

- Afrianda, B., “Etika Berkomunikasi dalam Islam di Tempat Kerja.” <https://pa-dumai.go.id/artikel/3687-etika-berkomunikasi-dalam-islam-di-tempat-kerja>
- Pangabeian, D.D., “Data Statistik Pengguna Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024.” rri.co.id, 2024. <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>
- Setiawan, H., Teori Dramaturgi Erving Goffman. 2015. <https://id.scribd.com/document/417538848/Teori-Dramaturgi-Erving-Goffman>
- Mahmudah, N. (2023) “Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.” <https://mui.or.id/baca/fatwa/hukum-dan-pedoman-bermuamalah-melalui-media-sosial>
- Riatmaja, P.A. & C.A.P (2020) “*Second Account*: Dua Muka dalam Bersosial Media.”, <https://medium.com/liberaid/second-account-dua-muka-dalam-bersosial-media-ab9189008aa6>.
- ResearchGate. “Survei Penggunaan Instagram Juli 2024.” https://www.researchgate.net/figure/Gambar-1-Survey-jumlah-pengguna-instagram-juli-2024-Survei-tersebut-menyebutkan-bahwa_fig1_383162460.
- UIN Syahada Padangsidimpuan. “Sejarah Singkat.” <https://www.uinsyahada.ac.id/sejarah-iain-padangsidimpuan>.

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara disusun berdasarkan fokus penelitian dan kerangka konseptual yang digunakan, agar setiap pertanyaan yang diajukan mampu mengarahkan informan untuk merefleksikan pengalaman, motif, serta makna yang mereka konstruksikan dalam kehidupan sosialnya. Pedoman ini mencsaya sejumlah pertanyaan utama sebagai panduan awal, yang kemudian dapat dikembangkan sesuai dengan alur percakapan dan respons dari informan selama proses wawancara berlangsung

1. Apa yang melatar elakangi anda untuk membuat atau menggunakan *second account* di Instagram ?
2. Apakah ada pengalaman tertentu yang mendorong anda menggunakan *second account* ?
3. Menurut anda apa yang membedakan tujuan antara akun utama dan *second account* ?
4. Apakah anda merasa lebih bebas mengekspresikan diri di *second account* ?
5. Apakah penggunaan *second account* membantu anda dalam menjaga privasi atau menghindari dari tekanan sosial ?
6. Apakah anda pernah merasa tertekan secara sosial di akun pertama anda? mengapa ?
7. Apakah ada tema atau jenis konten yang anda bagikan di *second account* ?
8. Dengan siapakah anda paling sering berinteraksi melalui *second account* ?
9. Bagaimana respon audiens terhadap konten yang anda bagikan di *second account* ?
10. Apakah anda merasa interaksi sosial anda lebih jujur atau dekat di

second account ?

11. Apakah anda pernah menggunakan *second account* untuk menghindari interaksi tertentu pada akun utama ?
12. Apakah menurut anda *second account* mempengaruhi cara anda membentuk relasi sosial?
13. Dalam pandangan anda, apakah ada etika atau batasan yang harus dijaga dalam menggunakan *second account* ?

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. PEDOMAN OBSERVASI

Dalam rangka memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai motif penggunaan *second account* Instagram oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, peneliti melakukan observasi terhadap aktivitas akun kedua para informan. Tujuan observasi ini adalah untuk melihat bagaimana mahasiswa memanfaatkan akun tersebut sebagai ruang interaksi sosial sekaligus sarana ekspresi diri yang berbeda dari akun utama.

Aspek pertama yang diamati ialah identitas digital, mencakup nama akun, foto profil, dan bio. Diamati apakah mahasiswa menggunakan nama asli, samaran, atau anonim, serta bagaimana mereka mengatur privasi dan menampilkan keterkaitan dengan akun utama. Selanjutnya, perhatian diarahkan pada jenis dan tema konten yang dibagikan, baik berupa foto, video, teks, maupun story. Tema yang muncul beragam, mulai dari curahan perasaan, kehidupan sehari-hari, ekspresi keagamaan, hingga kritik sosial. Gaya bahasa dan frekuensi unggahan turut menjadi indikator intensitas penggunaan akun tersebut.

Dalam aspek interaksi sosial, diamati bentuk keterlibatan antar pengguna seperti komentar, balasan *story*, dan pesan pribadi, serta bagaimana respons dari *followers*—apakah bersifat empatik, mendukung,

atau sekadar singkat. Tingkat kedekatan antara pengguna dan pengikutnya juga diperhatikan untuk melihat pola komunikasi yang terbentuk. Selain itu, aspek privasi dan kontrol akses menjadi fokus penting, terutama pada penggunaan pengaturan akun privat atau fitur close friends yang menunjukkan selektivitas dalam berbagi konten personal.

Observasi juga menyoroti nilai dan etika komunikasi, meliputi konten bernuansa keislaman, refleksi spiritual, maupun unggahan yang berpotensi melanggar etika seperti sindiran atau curhatan yang terlalu terbuka. Hal ini bertujuan menilai sejauh mana nilai komunikasi Islam tetap diinternalisasi di ruang digital yang lebih tertutup.

Dalam konteks ini, hasil observasi dianalisis menggunakan Teori Motif yang dikemukakan oleh Alfred Schutz, yang membedakan antara dua jenis motif, yaitu “*in-order-to motive*” dan “*because-of motive*”. Dengan demikian, penggunaan *second account* tidak semata-mata dilihat sebagai aktivitas media sosial biasa, tetapi sebagai bentuk tindakan sosial yang memiliki motif tujuan (*in-order-to*) dan motif penyebab (*because-of*). Analisis ini dipadukan dengan teori dramaturgi Erving Goffman, yang menyoroti perbedaan peran sosial antara akun utama sebagai “*front stage*” (ruang tampil publik) dan *second account* sebagai “*back stage*” (ruang ekspresi pribadi). Melalui perbandingan gaya komunikasi, representasi diri, serta konsistensi nilai pada kedua

ruang ini, dapat dipahami bagaimana mahasiswa mengelola identitas dan ekspresi diri secara strategis di dunia digital.

Seluruh temuan didukung oleh dokumentasi berupa tangkapan layar dan catatan observasi yang dilakukan dengan izin informan. Dengan demikian, observasi ini tidak hanya menggambarkan aktivitas permukaan media sosial, tetapi juga mengungkap makna dan motif mendalam di balik perilaku komunikasi digital mahasiswa melalui penggunaan *second account* Instagram.

B. DOKUMENTASI WAWANCARA



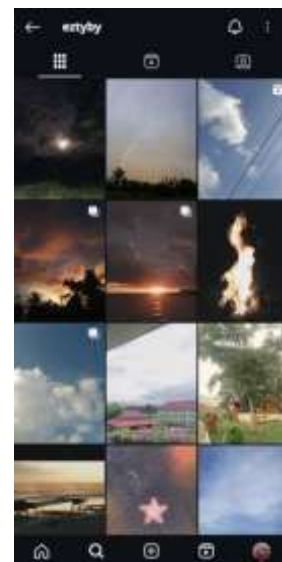
Wawancara dengan Khotimah Mahasiswa KPI



Wawancara dengan Iqrimah Mahasiswa KPI



Tampilan Profil Akun Utama dan *Second Account* Aisyah Salsabila Mahasiswa BKI



Tampilan Postingan Akun Utama dan *Second Account* Yanida



Marbun Mahasiswa KPI

Wawancara dengan Winda Mahasiswa MD



Wawancara dengan Karina Mahasiswa BKI



Wawancara dengan Najwa Mahasiswi BKI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN
AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan T. Rizal Nurdin km 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

Nomor : 298/Un.28/F.5e/PP.00.9/2/2025
Hal : Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi

24 Februari 2025

Kepada:

Yth. : 1. Dr. Fauzi Rizal, S. Ag. MA
2. Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I

Tempat

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan Hasil Sidang Keputusan Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa/i tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama : Hidayani Syiroh
Nim : 2130100006
Judul Skripsi : Motif Penggunaan *Second Account* Instagram dalam Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu Menjadi **Pembimbing-I** dan **Pembimbing-II** penelitian penulisan Skripsi Mahasiswa/i dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/ Ibu kami ucapkan terima kasih.



Dekan FDIK

Dr. Magdalena, M.Ag
NIP.197403192000032001

Ketua Prodi KPI

Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I
NIP.199104172019032007

Pernyataan Kesediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia/Tidak bersedia
Pembimbing I

Dr. Fauzi Rizal, S.Ag. MA
NIP. 197305021999031003

Bersedia/Tidak ~~Bersedia~~
Pembimbing II

Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I
NIP.1991041720190320007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022 Website: uinsyahada. ac. id

Nomor : 393/Un.28/F/TL.01./03/2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : *Mohon Bantuan Informasi*
Skripsi Mahasiswa

20 Maret 2025

YTH. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan

Di
tempat

Dengan Hormat, Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Menerangkan Bahwa :

Nama : Hidayani Syiroh
NIM. : 2130100006
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ KPI
Alamat : Bedahan, Sawangan, Kota Depok

adalah benar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul **"MOTIF PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UIN SYEHLI ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN."**

Sehubungan dengan itu, kami bermohon kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan untuk dapat memberikan izin pengambilan data dan informasi sesuai dengan maksud judul tersebut.

Demikian disampaikan atas perhatian Bapak kami ucapkan terimakasih.

Dekan,

Dr. Magdalena M. Ag.
NIP. 197403192000032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022 Website: uinsyahada. ac. id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 749 /Un.28/F/PP.04/06/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Magdalena, M.Ag.
NIP : 197403192000032001
Pangkat/Gol. Ruang : Pembina Tk. I/(IV/b)
Jabatan : Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Pada : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Sekolah/Kursus/Kuliah : Padangsidempuan

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama/ : Hidayani Syiroh
NIM : 2130100006
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : Bedahan, Kec. Sawangan, Kota Depok, Prov. Jawa Barat

adalah benar melaksanakan Riset di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dari tanggal 20 Maret s.d 2 Juni Tahun 2025.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 11 Juni 2025
Dekan,


Dr. Magdalena, M.Ag.
NIP 197403192000032001

