

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi memudahkan komunikasi antar manusia tanpa dibatasi jarak dan waktu. Misalnya dengan menggunakan telepon, orang dapat berkomunikasi secara mudah antar negara sekalipun. Bukan hanya melalui telepon, sekarang ini internet juga memudahkan orang untuk berkomunikasi. Salah satu media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi melalui internet adalah media sosial. Beberapa jenis media sosial yang sedang marak digunakan oleh penduduk Indonesia pada tahun 2021 berdasarkan data dari *Hootsuite* salah satunya adalah *Instagram*.¹

Instagram adalah media sosial yang berfokus pada unggahan foto dan video secara gratis. Aplikasi ini bisa diunggah pada *handphone* berbasis iOS, android dan windows. Berdasarkan data dari *statista.com*, Indonesia menempati urutan ke- empat sebagai negara dengan pengguna instagram terbanyak pada Januari 2021 dengan jumlah keseluruhan delapan puluh lima juta pengguna.² Dilansir dari *GoodNews From Indonesia*, generasi milenial dengan rentang usia

¹ Conney Stephanie. "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia 'Melek' Media Sosial" pada artikel Kompas.com, diambil dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> diakses pada Minggu, 14 Maret 2021 pukul 15.30 WIB.

² H. Tankovska. "Countries With The Most Instagram Users 2021" pada artikel Statista.com, diambil dari <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/> diakses pada Minggu, 14 Maret 2021 pukul 16.10 WIB.

18 – 34 tahun di Indonesia mendominasi sebagai pengguna aktif instagram pada tahun 2020.³

Generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan tahun 2000.⁴ Keberadaan generasi milenial ditandai dengan adanya peningkatan penggunaan teknologi digital sebagai media untuk berkomunikasi. Generasi ini memiliki karakteristik komunikasi yang terbuka dan pengguna media sosial yang fanatik sehingga sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan disekelilingnya.⁵ Terdapat tiga ciri utama dari generasi milenial perkotaan yaitu percaya diri, kreatif dan pandai bersosialisasi serta aktif berselancar di media sosial.⁶ Berdasarkan riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 65 persen dari total pengguna internet Indonesia didominasi oleh pengguna di Pulau Jawa.⁷ Salah satunya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dalam penggunaan media sosial instagram di Indonesia terutama pada generasi milenial, instagram digunakan sebagai media presentasi diri dengan mengunggah konten foto atau video melalui akun pribadi atau *main account* pemiliknya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh latar belakang masing-masing pengguna instagram di lingkungan sekitarnya. Belakangan ini banyak

³ Mustafa Iman. “Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial” pada artikel [goodnewsfromindonesia.id](https://www.goodnewsfromindonesia.id), diambil dari <https://www.google.com/amp/s/www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/amp> diakses pada Minggu, 14 Maret 2021 pukul 16.00 WIB.

⁴ Badan Pusat Statistik. “Statistik Gender Tematik Profil Generasi Milenial Indonesia” (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018) Hlm.16.

⁵ Badan Pusat Statistik. Ibid. Hlm 18.

⁶ Badan Pusat Statistik. Ibid. Hlm 23.

⁷ Badan Pusat Statistik. Ibid. Hlm. 25.

bermunculan fenomena *second account* instagram yang digunakan oleh seseorang untuk membuka diri pada orang lain. Ciri-ciri *second account* adalah menggunakan username yang berbeda dengan nama asli, jumlah following sedikit, dan following tidak banyak yang lawan jenis.⁸

Melalui *second account* tersebut seseorang dapat membagikan sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan akun instagram utama yang dimilikinya. Hal ini menarik untuk dibahas karena penemuan *second account* instagram dengan menggunakan nama samaran (*pseudonym*). *Pseudonym* di *second account* instagram merupakan akun yang menggunakan nama samaran atau dapat dikatakan menggunakan identitas palsu.⁹ Pemilik akun tersebut memiliki motif yang berbeda-beda dalam pembuatannya.

Masing-masing dari pengelola *pseudonym account* tentu memiliki tujuan tersendiri dalam penggunaannya. Fungsional dari *pseudonym account* pun beragam. Ada sisi positif dan negatifnya. Sisi positifnya adalah konten yang diunggah berisi pesan positif seperti *quotes*, tips, nasehat dan ilmu pengetahuan. Sedangkan sisi negatifnya adalah konten yang diunggah berisi informasi yang tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya (*hoax*) ataupun isu-isu yang

⁸ Yuli Astuti. "Fenomena Second Account di Media Sosial, Berikut Ciri-Ciri Akun Palsu yang Mudah Diketahui" pada artikel ringtimesbanyuwangi.com, di ambil dari <https://ringtimesbanyuwangi.pikiran-rakyat.com/iptek/pr-17978117/fenomena-second-account-di-media-sosial-berikut-ciri-ciri-akun-palsu-yang-mudah-diketahui>, di akses pada 11 April 2021 pukul 17.20.

⁹ Pseudonim (Ind) nama samaran yang digunakan seseorang (seperti penulis atau pengarang) untuk menyembunyikan identitas sebenarnya; nama samaran. Diambil dari <https:kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pseudonim>, diakses pada 15 Maret 2021 pukul 16.40 WIB).

meresahkan masyarakat.¹⁰Manfaat *pseudonym account* adalah memberikan keleluasaan berekspresi sekaligus mengurangi rasa cemas serta *pseudonym account* juga melindungi privasi dan menjadi wadah ajang *stalking*.¹¹

Salah satu fungsi dari *pseudonym* di *second account* instagram adalah untuk membuka diri atau *self-disclosure*. *Self-disclosure* berarti mengkomunikasikan informasi tentang diri sendiri (biasanya informasi yang biasa disembunyikan) kepada orang lain.¹² Mengungkapkan hal-hal pribadi kepada orang lain dapat menimbulkan perasaan lebih intim untuk sesaat. Hubungan yang sejati terjalin dengan mengungkapkan reaksi- reaksi kita terhadap berbagai kejadian yang dialami bersama atau terhadap apa yang dikatakan atau dilakukan oleh lawan bicara kita.

Instagram memiliki banyak fitur yang mempermudah penggunaanya untuk membagikan foto ataupun video. Pengguna instagram dapat membagikan foto ataupun video melalui *feeds* dan juga melalui instagram *stories*. Instagram *stories* hanya dapat dilihat oleh pengikut selama 24 jam saja sedangkan *feeds* dapat diatur akan ditayangkan atau diprivasi sesuai kemauan pemilik akun. Melalui akun instagram, pengguna mengunggah foto ataupun video pribadi mereka untuk

¹⁰ Fanny Hendro Aryo Putro. "Perilaku Penggunaan Media Sosial dan Identitas Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Perilaku Penggunaan Media Sosial dan Identitas Diri di Kalangan Mahasiswa S1 Jurusan Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta)." The 1st International Conference on Language, Literature and Teaching, 2016, Hlm 954.

¹¹ Lilis Nosiva Rini, Ro'uli Manalu. "Memahami Penggunaan dan Motivasi Akun Anonim Instagram di Kalangan Remaja." Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2020, Hlm. 9-11.

¹² Joseph A Devito. *The Interpersonal Communication Book Thirteenth Edition*. Hunter College of the City University of New York. Page 211.

menunjukkan siapa dirinya kepada publik. Hal ini yang disebut *self-disclosure* dengan menggunakan media instagram.

Pengguna *pseudonym* di *second account* instagram menjadi penting untuk diteliti karena adanya penggunaan akun-akun anonim yang juga memberikan dampak negatif seperti perilaku anti-normatif, perilaku anti-sosial dan perilaku agresif seperti misalnya *cyberbullying*.¹³Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan judul Penggunaan *Pseudonym* di *Second Account* Instagram sebagai Media *Self-disclosure* pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Fenomena mengenai hal ini memiliki urgensi untuk diteliti karena semakin banyaknya kemunculan akun-akun *pseudonym* sebagai *second account* dengan berbagai macam tujuan penggunaannya yang dapat menjadi sebuah *trend* dalam masyarakat.

Terlebih lagi juga dapat digunakan untuk pembelajaran mengenai penggunaan media sosial dan serta mengetahui perkembangan karakteristik generasi yang berubah tiap tahunnya menyesuaikan dengan lingkungan dan fenomena di sekitarnya. *Self-disclosure* terutama di *pseudonym second account* membutuhkan audiens dan memungkinkan pengguna *pseudonym second account* tersebut mengambil tindakan untuk mengontrol audiens mereka. Hal ini juga menjadi fokus dalam penelitian untuk mengetahui bagaimana audiens memahami aktivitas online *self-disclosure* pengguna *pseudonym second account* tersebut dan

¹³ Lilis Nosiva Rini, Ro'uli Manalu. "Memahami Penggunaan dan Motivasi Akun Anonim Instagram di Kalangan Remaja." Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2020, Hlm. 3.

bagaimana tindakan pengguna *pseudonym second account* untuk mengontrol audiensnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self-disclosure* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk memahami lebih dalam mengenai bagaimana penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self-disclosure* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sesuai dengan latar belakang dan tujuan penelitian diatas adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan dapat diberikan oleh penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberikan kontribusi dan masukan bagi kajian teori komunikasi khususnya dalam penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self-disclosure* oleh generasi milenial.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diberikan oleh penelitian ini adalah sebagai pemahaman baru dan edukasi bagi masyarakat khususnya generasi milenial

dalam penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self-disclosure* oleh generasi milenial.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Instagram

Dewasa ini, hampir setiap orang memiliki *smartphone* untuk mengakses media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan lain sebagainya. Instagram merupakan salah satu media sosial yang menyediakan layanan bagi pengguna untuk berbagi foto dan video melalui fitur-fiturnya secara online.¹⁴ Unggahan foto dan video dalam akun instagram menjadi gaya hidup masyarakat untuk membagikan aktivitas kepada *followersnya* karena dapat didesain sedemikian rupa sesuai dengan keinginan pengguna. Instagram berasal dari dua kata “*insta*” dan “*gram*”. *Insta* memiliki arti instan atau langsung, sedangkan *gram* berasal dari kata telegram yang berguna untuk mengirimkan informasi secara cepat.¹⁵

Instagram merupakan media sosial yang dapat mengunggah foto dan video menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan bisa diterima dengan cepat. Pengguna instagram dapat mengikuti akun pengguna lain, memberikan "*likes*", mengomentari unggahan, menghubungkan akun media sosial lain, berbagi foto ataupun video serta mengirimkan pesan dan *videocall*.

¹⁴ Ines Amaral, “*Instagram – Social Media*” (The SAGE Encyclopedia of Economics and Society, 2015, hlm 1)

¹⁵ Ines Amaral, *Ibid*.

Instagram berada di urutan ke 4 sebagai media sosial paling banyak diakses pada tahun 2020 oleh *We Are Social* diakses dari katadata.co.id. Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Instagram dapat diunduh pada ponsel berbasis iOS, android dan windows.

Media sosial instagram memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto dan video lengkap dengan caption, tagar, lokasi dan tag. Instagram juga memiliki fitur *instastory* yang hanya bisa dilihat selama 24jam saja setelah itu tersimpan diarsip pribadi pemilik akun. Seiring berkembangnya aplikasi instagram, pengguna login di gadget mereka menggunakan beberapa akun. Hal ini memunculkan fenomena penggunaan *main account* dan *second account* instagram dimana *main account* sebagai akun utama pengguna dan *second account* sebagai akun cadangan pengguna instagram. Pengaturan privasi hingga konten yang diunggah pada kedua jenis akun ini pun berbeda-beda.

1.5.2. Pseudonym (Nama Samaran)

Pseudonym merupakan nama samaran yang digunakan seseorang untuk menyembunyikan identitas sebenarnya atau dapat dikatakan menggunakan identitas palsu.¹⁶ Dengan menggunakan nama samaran seseorang dapat mengungkapkan diri secara berbeda atau menggunakan identitas tambahan untuk memisahkan kehidupan pribadi dengan kehidupan sosialnya. Orang-orang

¹⁶ Pseudonim (Ind) nama samaran yang digunakan seseorang (seperti penulis atau pengarang) untuk menyembunyikan identitas sebenarnya; nama samaran. Diambil dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pseudonim>, diakses pada 15 Maret 2021 pukul 16.40 WIB).

menggunakan nama samaran dengan berbagai alasan berbeda seperti kebutuhan, keinginan, secara sukarela atau bahkan karena tuntutan sosial. Pengguna nama samaran memiliki tujuan untuk melindungi, membangun atau mengubah identitas mereka.

Beberapa orang menyamarkan nama asli mereka melalui banyak variasi aslinya, misal dengan menggunakan inisial, menata ulang huruf, nama hewan peliharaan, menggunakan bahasa lain, menggunakan nama benda yang disukai dan lain sebagainya.¹⁷ Fenomena penggunaan *pseudonym* di berbagai media sosial semakin marak. Hal ini dilakukan bisa juga karena pengguna ingin menyembunyikan identitas aslinya. Begitu juga di media sosial instagram, fenomena penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram semakin banyak ditemukan karena berbagai faktor. Tidak jarang pengguna lebih nyaman menggunakan *second account* tersebut dibandingkan *main account* miliknya karena sudah *disetting* sedemikian rupa sesuai dengan keinginan pengguna.

Unggahan dalam akun instagram di *second account* biasanya berbeda dengan unggahan dalam *main account*. Hal ini memicu keterbukaan diri penggunanya dalam akun-akun tersebut. Melalui akun dengan nama samaran, pengguna akan lebih merasa bebas mengekspresikan diri dengan mengunggah konten foto ataupun video yang tidak memerlukan proses *editing* terlebih dahulu karena pengguna akun tersebut telah mengatur siapa saja yang dapat mengikuti akunnya dan melihat postingan-postingannya. Berbeda dengan akun utama yang

¹⁷ Heather Anne Hannah. "Male Use of A Female Pseudonym In Nineteenth-Century British and American Literature" (Murdoch University, 2018, Hlm. 38-42)

biasa digunakan sebagai media *personal branding* dengan unggahan foto ataupun video yang telah di *edit* sedemikian rupa sesuai dengan apa yang ingin dibagikan pemilik akun pada *followersnya*.

1.5.3. Generasi Milenial

Generasi milenial adalah generasi muda masa kini. Generasi milenial lahir berkisar pada tahun 1982 sampai 2002 dan mengalami *google generation*, *generation Z*, *echo boomers*, dan *dumbest generation*.¹⁸ Generasi milenial tidak dapat dipisahkan dari teknologi terutama internet. Dikutip dari <https://www.google.com/amp/s/www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/penggunaan-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/amp> generasi milenial mendominasi penggunaan media sosial instagram di indonesia pada tahun 2020. Secara kemampuan generasi milenial mengenali dunia digital dan pandai dalam mengeksplorasi gadget. Selain itu usia ini juga produktif, kreatif, percaya diri dan haus akan ilmu dan hal baru serta aktif dalam berinteraksi satu dengan lainnya. Kepopuleran media sosial ini merupakan efek dari kemudahan akses internet yang dimiliki. Dari pemaparan singkat ini, penelitian ini akan menjadikan generasi milenial sebagai pembatasan usia objek penelitian yaitu yang memiliki tahun lahir antara 1980 sampai 2000.

¹⁸ Absher, Katherine and Amidjaya, Mary Rose. "Teaching Library Instruction to The Millennial Generation". From Marymount University, Arlington, VA. (Literasi Digital Generasi Milenial, 2018, hlm 4)

1.5.4. *Self Disclosure*

Self disclosure atau keterbukaan diri dapat berupa informasi mengenai perilaku, sikap, perasaan ataupun ide seseorang yang diungkapkan kepada orang lain yang dipercaya. Kedalaman topik pengungkapan diri seseorang bergantung pada intensitas hubungan dengan orang lain. *Self disclosure* berarti mengungkapkan dan mengkomunikasikan informasi diri (yang biasa disembunyikan) kepada orang lain.¹⁹ Mengenal diri sendiri merupakan hal penting bagi seseorang untuk menempatkan diri di tengah kehidupan sosialnya. Dengan mengenal diri sendiri kita dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan diri kita. Resiko yang harus dihadapi saat melakukan *self disclosure* adalah penolakan dari orang-orang terdekat, mengancam hubungan yang telah terjalin bahkan hingga ke pekerjaan secara profesional.

Hubungan yang erat terjadi karena kita mengungkapkan reaksi-reaksi terhadap kejadian yang dialami bersama atau terhadap apa yang dikatakan atau dilakukan oleh lawan bicara kita. Manfaat dan dampak dari *self disclosure* beberapa diantaranya adalah meningkatkan pengetahuan diri, hubungan dengan orang lain lebih intim atau lebih dekat, komunikasi yang lebih baik, mengurangi perasaan bersalah, dan lebih banyak energi karena tidak ada hal yang disembunyikan.²⁰ Diadaptasi dari konsep Johari Window²¹, bayangkan bahwa

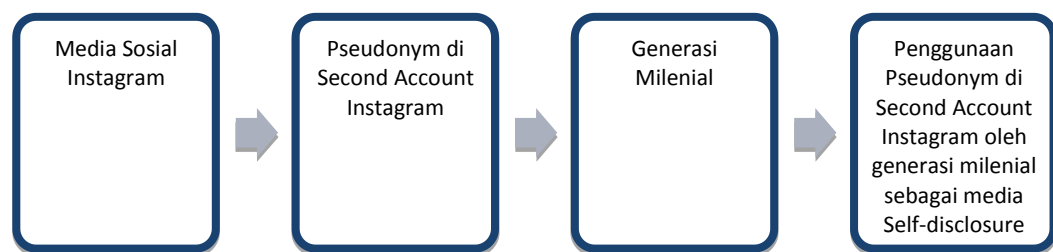
¹⁹ Joseph A. Devito, “*The Interpersonal Communication Book Thirteenth Edition*“, Hunter College of the City University of New York, 2013, hlm 211.

²⁰ Matthew McKay, Martha Davis, and Patrick Fanning, “*Messages The Communication Skills Book Fourth Edition*“, New Harbinger Publications, Inc., 2018, hlm 25 - 27.

seluruh keberadaan kita diwakilkan oleh sebuah lingkaran yang terbagi menjadi 4 bagian berbeda yaitu Bagian pertama ada *Open Self* yang berisi kesadaran diri atas tindakan dan pernyataan diri sendiri.

Bagian yang kedua adalah *Blind Self* yang berisi mengenai hal-hal yang dapat diketahui orang lain tentang kita yang tidak kita sadari contohnya seperti kebiasaan dan tingkah laku. Bagian yang ketiga adalah *Hidden Self* yang berisi semua rahasia diri sendiri apapun yang dipikirkan, dirasakan dan keinginan diri yang disimpan untuk diri sendiri. Bagian yang terakhir adalah *Unknown Self* merupakan bagian yang tidak diketahui karena tergantung pada keadaan yang dialami seseorang seperti mimpi dan pengalaman mistis. Hal-hal seperti ini dapat dipindahkan ke area lain. Jika kita pandai dalam melakukan *self-disclosure* maka bagian *Open Self* lebih besar dibandingkan bagian yang lain.

1.6. Kerangka Konsep



Bagan 1.1.

Kerangka Konsep Penelitian

²¹ Matthew McKay, Martha Davis, and Patrick Fanning. Ibid. hlm 24 - 25.

1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1. Metode Penelitian

Ditinjau dari latar belakang dan tujuan diatas maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Definisi penelitian kualitatif menurut Denzin dan Lincoln adalah metodologi yang menyediakan alat-alat dalam memahami arti secara mendalam yang berkaitan dengan fenomena yang kompleks dan prosesnya dalam praktik kehidupan sosial.²² Dengan metode kualitatif, peneliti dapat mengetahui secara mendalam dan mendeskripsikan fenomena tertentu secara menyeluruh.

Metode ini sesuai dengan tujuan pada penelitian ini yaitu mendapatkan hasil yang mendalam dan informasi yang tidak terbatas tentang permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian. Subjek dalam penelitian kualitatif disebut dengan partisipan karena sumber data utama penelitian kualitatif adalah informasi dari partisipan tersebut. Berdasarkan hal itu, untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan menyeluruh, peneliti dan partisipan atau dalam hal ini sebagai subjek penelitian harus membangun hubungan atau memiliki relasi yang akan memudahkan proses penggalan informasi.

²² Helaluddin. "Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif." OSF Preprints, 2019. Diambil dari <https://doi.org/1031219/osf.io/stgfb>. Hlm 4.

Pemilihan partisipan pada penelitian harus sesuai dengan kebutuhan. Partisipan dalam penelitian ini akan menjadi perwakilan representatif dari wilayah yang ditentukan sebagai lokasi penelitian. Dengan begitu, partisipan harus memenuhi beberapa kriteria sesuai dengan fenomena yang menjadi fokus dalam penelitian. Seperti diketahui lokasi penelitian adalah di Daerah Istimewa Yogyakarta, jadi partisipan diambil dari berbagai wilayah kabupaten yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul. Kriteria lain yaitu merupakan generasi milenial yang pada tahun 2021 berusia antara 21 – 41 tahun. Kriteria lainnya adalah memiliki *pseudonym second account* instagram dan mengunggah kegiatan keterbukaan diri di *pseudonym second account* miliknya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi menurut Littlejohn dan Foss adalah pendekatan atau cara kita untuk memahami berkaitan penampakan suatu objek, peristiwa, atau kondisi dalam persepsi kita dengan mengalaminya secara sadar.²³ Pada penelitian ini, peristiwa atau objek yang dimaksud adalah penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self-disclosure* oleh generasi milenial yang telah menjadi fenomena karena hal ini muncul ketika media baru hadir dan digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sehingga bisa dikatakan bahwa fenomena yang dimaksudkan pada penelitian ini merupakan suatu aktivitas sesuai dengan pengertian fenomena dari Brouwer.

²³ Habiansah. "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi", (MediaTor, Vol. 9, No. 1, Juni 2008) Hlm. 166.

Menurut Brouwer fenomena bukanlah suatu benda, bukan objek dari luar diri kita, dan lepas dari kita sendiri. Ia adalah suatu aktivitas.²⁴ Pendekatan fenomenologi dipilih oleh peneliti untuk penelitian ini karena dianggap memiliki kesamaan dengan maksud dan tujuan dalam penelitian. Seperti yang diungkapkan oleh Yuksel dan Yidirim bahwa studi ini (penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi) bertujuan untuk memahami dan menggambarkan sebuah fenomena spesifik yang mendalam dan diperolehnya esensi dari pengalaman hidup partisipan pada suatu fenomena.²⁵

Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi memiliki dua dimensi utama yaitu pengalaman faktual si subjek, bersifat objektif bahkan fisik. Sedangkan dimensi kedua merupakan opini, penilaian, evaluasi, harapan, dan pemaknaan subjek terhadap fenomena yang dialaminya. Dimensi kedua bersifat subjektif.²⁶ Sehingga pada saat pengambilan data terhadap partisipan penelitian ini memiliki fokus utama, yaitu :

1. Pengalaman subjek atau partisipan dalam menggunakan *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self-disclosure*.
2. Pemaknaan subjek atau partisipan terhadap pengalaman pada keterangan nomor satu.

²⁴ Habiansah.Ibid. Hlm. 168.

²⁵ Helaluddin. "Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif." OSF Preprints, 2019. Diambil dari <https://doi.org/1031219/osf.io/stgfb>. Hlm 8.

²⁶ Habiansah, "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi", (MediaTor, Vol. 9, No. 1, Juni 2008). Hlm. 180.

1.7.2. Subjek Penelitian

Jumlah subjek pada penelitian ini tidak kurang dari lima narasumber untuk mendapatkan variasi data. Lima narasumber tersebut sebagai representative dari lima wilayah kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul. Sesuai dengan tujuan penelitian untuk menentukan generasi milenial yang menggunakan *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self disclosure* kriteria yang akan digunakan sebagai narasumber dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berada pada rentang usia 21 - 41 tahun (Generasi Milenial),
2. Memiliki *Second Account* Instagram yang menggunakan *pseudonym* (nama samaran),
3. Menggunakan akun sesuai nomor 2 untuk mengunggah konten dengan tujuan keterbukaan diri,
4. Berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.8. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari penelitian ini diperoleh dengan observasi, wawancara dan pengalaman langsung peneliti sebagai data primer penelitian. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang digunakan untuk memperoleh informasi mendetail mengenai

fenomena yang sedang diteliti dan juga mendapatkan "sesuatu" yang belum terlihat secara mata telanjang dari partisipan. Proses wawancara pada penelitian ini diawali dengan menghubungi partisipan pengguna *pseudonym* di media sosial instagram melalui *direct message* instagram terkait kesesuaian dan ketersediaan diri untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini.

Narasumber pada penelitian ini diambil dari seluruh kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah total minimal lima narasumber sebagai representatif dari lima kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu wilayah Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul. Narasumber di pilih dengan kriteria sebagai berikut :

1. Menggunakan *pseudonym* di *second account* instagramnya,
2. Pengguna aktif instagram dan mengunggah konten mengenai keterbukaan diri di *pseudonym second account*nya,
3. Berusia antara 21 - 41 tahun,
4. Berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Saat sudah terjadi kesepakatan peneliti dan narasumber melakukan wawancara melalui media yang telah disetujui. Selanjutnya peneliti melakukan observasi secara virtual pada akun instagram partisipan dengan memantau aktivitas di dalam akun tersebut. Hal ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai karakter dari partisipan sehingga data yang didapat tidak hanya berupa hasil wawancara. Kemudian pengalaman peneliti secara langsung untuk menggunakan akun *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self-*

disclosure untuk menjadi partisipan, menjadi bahan pertimbangan pada proses analisis setelahnya. Selain itu peneliti juga menggunakan jurnal, buku, website, data statistik serta laporan lain sebagai data sekunder penelitian.

1.9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif apabila dilihat dari waktunya maka terdapat teknik yang dilakukan mulai dari sebelum penelitian, selama penelitian berlangsung, hingga setelah penelitian dilakukan. Analisis data yang dilakukan oleh peneliti sebelum peneliti memasuki lapangan masih bersifat sementara. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik analisis data fenomenologis agar peneliti dapat mendeskripsikan pengalaman dan pemaknaan pengalaman partisipan penelitian dalam penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self-disclosure* oleh generasi milenial dan kemudian mengklasifikasikan hasil temuan kedalam kategori tertentu sesuai dengan topik yang dibahas dalam penelitian.

Penelitian diawali dengan menetapkan lingkup fenomena yang akan diteliti, menyusun daftar pertanyaan, pengumpulan data dan analisis data. Tahap analisis fenomenologis yaitu²⁷:

1. Tahap awal peneliti mendeskripsikan seluruh fenomena yang dialami oleh partisipan atau subjek penelitian. Hasil wawancara mendalam ditranskripsikan menjadi tulisan.

²⁷ Habiansah. "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi", (MediaTor, Vol. 9, No. 1, Juni 2008) Hlm. 171-172.

2. Tahap *horizontalization* peneliti menginventarisasi pernyataan penting dari hasil transkrip wawancara yang relevan dengan fenomena yang diteliti.
3. Tahap *cluster of meaning* peneliti mengklasifikasikan pernyataan ke dalam tema atau unit makna, peneliti menuliskan apa yang dialami individu dan bagaimana fenomena itu dialami oleh individu tersebut.

Dengan teknik analisis data fenomenologis, hasil informasi yang didapatkan berbentuk deskriptif dan menghasilkan definisi atau makna yang baru karena pendekatan fenomenologis menjelaskan fenomena bagi individu yang kemudian dibuhungkan dengan prinsip filosofil dan diakhiri dengan esensi dari makna. Di tahap awal analisis fenomenologi, fenomena dilihat sebagai esensi yang bertujuan untuk membiarkan realitas mengungkapkan diri. Pertanyaan yang diajukan kepada partisipan disusun sebelumnya oleh peneliti sebagai *interview guide*. Untuk mengatasi subjektifitas partisipan, maka dalam penelitian ini diaplikasikan dua teknik yaitu epoche dan eiditik.

Epoche adalah penundaan penilaian pribadi peneliti terhadap fenomena tertentu. Sedangkan eiditik adalah pemahaman fenomena melalui ungkapan yang digunakan oleh partisipan, peneliti memahami dari sudut pandang partisipan.²⁸ Hal ini dilakukan pada tahap *horizontalization*. Kemudian pada tahap *cluster of meaning*, fakta yang diperoleh diklasifikasikan dan di deskripsikan secara tekstural dan struktural di laporan penelitian.

²⁸ Habiansah. "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi", (MediaTor, Vol. 9, No. 1, Juni 2008) Hlm. 171.