

Penggunaan *Pseudonym* di *Second Account* Instagram dalam Perspektif Etika Digital

Ayu Rahma Paramesti¹, Rosalia Prismarini Nurdiarti²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRAK

Penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram sebagai media *self-disclosure* pada generasi milenial menjadi salah satu tren di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada era digital seperti saat ini, penggunaan *pseudonym* akun atau akun samaran, sering disalahgunakan sebagai penyebaran informasi palsu (*hoax*), wadah prostitusi, penipuan dan sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan *pseudonym* akun dengan perspektif etika digital. Etika digital menyangkut tata cara, kebiasaan, dan budaya yang berkembang karena teknologi yang memungkinkan pertemuan sosial budaya secara lebih luas dan global. Etika digital melihat aspek kemampuan individu dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan tata kelola etika digital (*netiquette*) dalam kehidupan sehari-hari. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengambilan data dalam penelitian ini adalah melalui wawancara mendalam. Pemilihan subyek riset menggunakan *purposive sampling*, yakni lima generasi milineal yang mempunyai *pseudonym* akun. Informan tersebut mewakili daerah Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan *pseudonym* akun digunakan untuk menyembunyikan identitas dari orang-orang yang tidak dikenal, menghindari rasa *insecure* dalam mengunggah foto atau video, menghindari terror dari *fake* akun lain. Melalui *pseudonym* akun, pengguna dapat mengungkapkan diri lebih banyak termasuk hal-hal yang bersifat rahasia kepada orang-orang yang telah dipilih untuk dapat mengakses *second* akun tersebut.

Kata Kunci: *Pseudonym Account; Second Account Instagram; Digital Ethics; Self-Disclosure; Generasi Milineal*

The Use of Pseudonym on Second Account Instagram in Digital Ethics Perspective

ABSTRACT

The use of a pseudonym in second Instagram accounts as a medium of self-disclosure in the millennial generation became one of the trends in the Special Region of Yogyakarta. In the digital era as it is today, the use of pseudonym accounts or pseudonym accounts, often misused as the spread of false information (hoax), prostitution containers, fraud, and so on. The study aims to analyze the use of pseudonym accounts with a digital ethical perspective. Digital ethics concerns the evolving ordinances, habits, and cultures due to technologies that enable socio-cultural encounters more broadly and globally. Digital ethics looks at aspects of an individual's ability to realize, exemplify, adjust, rationalize, consider, and develop digital ethics governance (netiquette) in everyday life. This research method uses qualitative with a phenomenological approach. The data capture in this study is through in-depth interviews. The selection of research subjects used purposive sampling, which is five millennial generations that have pseudonym accounts. The informant represents the area Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo and Gunung Kidul. The results of this study revealed that the use of pseudonym accounts is used to hide the identity of unknown people, avoid insecurity in uploading photos or videos, avoiding the terror of fake accounts. Through pseudonym accounts, users can reveal themselves more including things that are confidential to people who have been selected to be able to access the second account.

Keywords: *Pseudonym Account; Second Account Instagram; Digital Ethics; Selfdisclosure; Millennial Generations*

Korespondensi : Ayu Rahma Paramesti. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Jl. Ring Road Utara, Depok, Sleman, Yogyakarta. Kode pos : 55281., Email : paramestiayu@gmail.com

PENDAHULUAN

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* (Stephanie, 2021). *Instagram* adalah media sosial yang berfokus pada unggahan foto dan video secara gratis. Berdasarkan data dari *statista.com*, Indonesia menempati urutan keempat sebagai negara dengan pengguna *instagram* terbanyak pada Januari 2021 dengan jumlah keseluruhan delapan puluh lima juta pengguna (Tankovska, 2021).

Dilansir dari *GoodNews From Indonesia*, generasi milenial dengan rentang usia 18 – 34 tahun di Indonesia mendominasi sebagai pengguna aktif *instagram* pada tahun 2020 (Iman, 2020). Generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 (Badan Pusat Statistik, 2018). Berdasarkan riset Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 65 persen dari total pengguna internet Indonesia didominasi oleh pengguna di Pulau Jawa (Badan Pusat Statistik, 2018). Salah satunya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta karena berdasarkan hasil dari sensus penduduk tahun 2020 di Daerah Istimewa Yogyakarta penduduknya didominasi oleh generasi milenial dengan presentase 23,42% dari total populasi di DI Yogyakarta (Badan Pusat Statistik, 2020). 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.

Belakangan ini banyak 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 (Astuti, 2020) Hal ini menarik untuk dibahas karena penemuan *second account* *instagram* dengan menggunakan nama samaran (*pseudonym*). Menurut KBBI, *pseudonym* di *second account* *instagram* merupakan akun

yang menggunakan nama samaran atau dapat dikatakan menggunakan identitas palsu (Kemendikbud, 2016). Manfaat *pseudonym account* adalah memberikan keleluasaan berekspresi sekaligus mengurangi rasa cemas serta *pseudonym account* juga melindungi privasi dan menjadi wadah ajang *stalking*. 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 (Rini & Manalu, 2020). Dalam penggunaan *pseudonym account*, setiap pengguna harus memiliki kesadaran diri untuk memilah informasi atau unggahan di akun miliknya dengan baik agar tidak melanggar norma dan nilai yang berlaku dalam etika komunikasi. Etika di ruang siber (*netiquette*) mengharuskan pengguna untuk bisa taat pada aturan etis dan moral untuk menciptakan ruang bersama yang nyaman. Sistem komunikasi yang ada di media sosial sama persis dengan sistem komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, tata krama dan sopan santun perlu diterapkan. Meskipun diketahui pula, perilaku yang tidak etis di media sosial sulit dikendalikan karena setiap orang bisa memiliki lebih dari satu akun

pribadi. Tetapi setidaknya dengan pemahaman *netiquette* dapat menjadi panduan bagi generasi milenial untuk lebih bijak menggunakan akun media sosial miliknya. (Fahrimal, 2018)

Melalui akun instagram, pengguna mengunggah foto ataupun video pribadi mereka untuk 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* (Rini & Manalu, 2020). Berdasarkan pemaparan di atas, 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.

Orang yang menggunakan akun palsu adalah sosok yang pengecut. Ia memiliki agresivitas, kemarahan atau kebencian tetapi terlalu pengecut untuk

bertanggung jawab atas perbuatannya (Hayon, 2019). 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. Hal ini dapat menjadi pemicu munculnya akun palsu diinstagram yang digunakan untuk hal-hal negatif seperti *cyberbullying*, penyebaran *hoax* dan lain sebagainya. 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.

Aktivitas pada *pseudonym account* ini memiliki potensi untuk disalahgunakan, mengingat aktivitas di media sosial seringkali bisa dibagikan pada *platform* media yang lain. Apalagi ketika seseorang mulai membuka diri

pada hal-hal yang sifatnya privasi, meski kebenarannya belum diketahui, apakah itu untuk pencitraan diri atau sebagai bagian untuk “menyembunyikan” identitas. Dengan latar belakang di atas, penulis mengambil fokus tentang bagaimana penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram dalam perspektif etika digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami lebih dalam mengenai bagaimana penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram dalam perspektif etika digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi karena penelitian ini berfokus pada eksplorasi dari pengalaman narasumber secara langsung. Definisi penelitian kualitatif adalah metodologi yang menyediakan alat-alat dalam memahami arti secara mendalam yang berkaitan dengan fenomena yang kompleks dan prosesnya dalam praktik kehidupan sosial (Denzin dan Lincoln dalam Helaluddin, 2019). Sedangkan 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 (Habinsyah, 2008, hlm. 166). Pada penelitian ini, peristiwa atau objek yang dimaksud adalah penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram dalam perspektif etika digital. Jumlah subjek pada penelitian ini terdiri dari lima narasumber untuk mendapatkan variasi data. Lima narasumber tersebut sebagai representatif dari lima wilayah kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul dengan menentukan beberapa kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data dari penelitian ini diperoleh dengan observasi *online* dan wawancara mendalam (*in depth interview*). Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik analisis data fenomenologis dengan tahap deskripsi keseluruhan, *horizontalization* dan *cluster of meaning*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, penelitian ini melihat bagaimana penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram dalam kehidupan generasi milenial dalam perspektif etika digital. Berikut merupakan data dari narasumber dalam penelitian ini:

Tabel 1 Data Narasumber Penelitian

Menjalin hubungan dengan orang lain

No	Username	Jenis Kelamin (L/P)	Profesi	Usia	Domisili	Jumlah Post	Jumlah Followers	Jumlah Following
1.	@hiiiiibabe_	P	Mahasiswa	23	Kota Yogyakarta	26	57	71
2.	@ssrctadmrr	P	Mahasiswa	23	Sleman	3	50	34
3.	@happydai0	P	Mahasiswa	22	Bantul	22	12	23
4.	@xynj852	P	Mahasiswa	23	Kulon Progo	26	16	178
5.	@_kulivisual_	L	Freelancer	21	Gunung Kidul	7	36	29

Ket: Data diambil pada tanggal 29 April 2021

adalah bagian dari kehidupan sehari-hari. Setiap pribadi dituntut agar dapat menyesuaikan diri di lingkungannya agar bisa menjalin hubungan yang harmonis. Agar dapat beradaptasi, setiap orang

membutuhkan keterampilan sosial. Keterampilan sosial adalah hal yang dapat mendukung keberhasilan dalam pergaulan dan syarat tercapainya penyesuaian sosial yang baik salah satu aspek dalam keterampilan sosial adalah *selfdisclosure*. *Selfdisclosure* memiliki pengaruh dalam komunikasi interpersonal. Terdapat berbagai macam media sosial yang dapat digunakan sebagai media keterbukaan diri (*selfdisclosure*) salah satunya adalah *second account* instagram. *Second account* merupakan wadah untuk menampilkan "seseorang" yang berbeda dengan akun utama penggunanya. Tren ini diikuti oleh ke lima narasumber penelitian antara tahun 2019-2020 dalam pembuatannya.

Pseudonym account menjadi ruang bagi seseorang untuk menarik diri dari realitas. Ruang tersebut dapat menjadi sarana yang sering disalahgunakan sebagai penyebaran informasi palsu (*hoax*), wadah prostitusi, penipuan dan sebagainya. Tidak heran jika *pseudonym account* identik dengan pelanggaran etika, moral dan nilai spiritual yang ada. Etika secara sederhana dimaknai sebagai aturan baik dan buruk yang harus dipatuhi oleh setiap individu dalam kehidupan sosial. *Netiquette* atau

etika di ruang siber merupakan aturan dan tata cara penggunaan internet sebagai alat komunikasi atau pertukaran data antar-sekelompok orang dalam sistem yang termediasi internet (Tedre et al, 2006). Sama seperti di dunia nyata, aturan etika di dunia siber juga mendorong penggunaanya untuk taat pada aturan yang ada.

Dalam mengungkapkan diri, seseorang akan menyaring dan memilih informasi yang akan dibagikan terlebih dulu. Tidak semua informasi mengenai diri sendiri bisa diungkapkan secara keseluruhan, seperti yang diungkapkan oleh Nindy (Narasumber 3) dalam wawancara:

“Nggak ada motif apa-apa cuma ingin upload (foto dan video) biar nggak yang pakai mikir panjang gitu lho, upload tinggal upload dan nggak ngerugiin orang lain. Ada rasa insecurenya juga sih dikit kalo upload di first account kaya takut-takut gimana gitu. Kalo disecnd account ini lebih blak-blakan dan kaya feedsnya berantakan ya terserah gitu lho. Biar bebas aja upload apapun diakunku sendiri soalnya yang liat kan juga cuma sedikit.” (Nindy, 16 Mei 2021, Yogyakarta)

Seseorang menggunakan *pseudonym account* juga memiliki motif untuk membatasi hal tersebut untuk dibagikan dengan orang-orang tertentu saja. Alasan dibalik pemilihan *pseudonym* untuk *username second account* kelima narasumber adalah agar tidak ditemukan oleh orang-orang yang tidak begitu dekat atau bahkan tidak kenal, sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ellyza (Narasumber 2) dalam wawancara :

“Biar nggak ditemuin sama orang-orang yang nggak begitu dekat kali ya. Soalnya aku nggak nyaman sama orang yang nggak begitu kenal banget sama aku tapi dianya sok kenal sok dekat gitu lho. Nah di first accountku tu banyak banget yang kaya gitu. Buat menghindari orang-orang kaya gini dan menghindari fake account yang stalking aku di first account.”
(Ellyza, 24 Mei 2021, Yogyakarta)

Pemilihan *pseudonym username* dipilih karena alasan beragam seperti nama idol kesukaan, hal atau barang yang ditemukan, berdasarkan pekerjaan, sesuai fungsional akun dan bahkan random hanya karena keinginan menyapa teman-teman. Berdasarkan data dari kelima narasumber penelitian ini orang-orang yang terpercaya

menjadi *followers* dan *following second accountnya* adalah teman terdekat dan keluarga. Pengaturan privasi oleh ke empat narasumber adalah terkunci agar tidak dapat diakses oleh orang lain. Sedangkan satu narasumber lainnya membuka akunnya karena berisikan portofolio pekerjaan agar dapat dijangkau oleh banyak orang, begitu juga dengan keterangan dari Wahyu (Narasumber 5) dalam wawancara :

“Second account bisa diakses publik. Biar bisa menjangkau khalayak luas aja sih khususnya untuk foto dan video portofolioku biar makin dikenal banyak orang kalo aku fotografer dan ini hasilnya gitu.”
(Wahyu, 30 Mei 2021)

Dari kelima narasumber penelitian tidak ada satupun yang menggunakan *username* berkaitan dengan nama asli mereka. *Feedback* yang didapatkan dari *followers* dan *following pseudonym second account* ke lima narasumber cenderung lebih sedikit *likes* dan komentarnya. Hal ini dikarenakan jumlah *followers* dan *following* mereka juga sedikit. Tetapi berbeda tanggapan yang didapatkan di *second account* ini, mereka mendapatkan *support* dari *followers* dan *following, sharing* berbagai hal yang

sedang dibahas, dan juga berbagi tips melalui *direct message* seperti yang diungkapkan oleh Ajeng (Narasumber 4) dalam wawancara :

“Feedbacknya sangat baik, karena followers dan followingku adalah teman-teman dekatku. Ya mereka baik banget sama aku, kita saling support satu sama lain, jadi ya komentarnya nyenengin semua. Nggak terlalu peduliin jumlah likes sama komentar sih di second account. Ibaratnya emang lebih sedikit jumlahnya tapi lebih berkualitas hahaha.” (Ajeng, 30 Mei 2021, Yogyakarta)

Pengalaman ke lima narasumber penelitian ini dalam penggunaan *pseudonym account* sangat beragam, beberapa merasa terhindar dari rasa *insecure* dan juga menghindari orang-orang yang *toxic* di lingkungannya yang tidak begitu dekat sesuai dengan ungkapan dari Dora (Narasumber 2):

“Pengalaman menggunakan akun ini buat self-disclosure itu aku bisa lebih bebas dan percaya diri aja mau share apapun, bisa lebih jadi diri sendiri, nggak harus tampil perfect karna followers dan followingnya juga aku batasin cuma buat temen temen dekat dan bukan orang yang

menurutku suka nyinyir. Nggak insecure juga pakai second account. Lebih ngerasa nyaman dan aman aja sih di akun ini.” (Dora, 30 Mei 2021, Yogyakarta)

Self-disclosure berarti mengkomunikasikan informasi diri yang biasa disembunyikan kepada orang lain. Temuan data dalam penelitian ini mengungkapkan kegiatan *selfdisclosure* yang dilakukan oleh narasumber menggunakan *pseudonym second account*. Hal-hal yang dirahasiakan atau disembunyikan kepada orang lain, dapat dibagikan kepada orang-orang terpercaya saja yang telah dipilih oleh narasumber untuk dibagikan informasi mengenai dirinya. Berdasarkan temuan data, orang-orang terpercaya dari ke lima narasumber penelitian adalah teman-teman terdekat dan keluarga saja yang diberi akses mengetahui isi *pseudonym second account* instagram miliknya. Pengungkapan diri bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan, tetapi hal ini dapat diupayakan salah satunya dengan menggunakan *pseudonym second account* instagram yang dapat diatur privasinya sesuai dengan keinginan pengguna. Beberapa hal mengenai diri yang bersifat rahasia yang

dibagikan di *pseudonym account* kelima narasumber diantaranya adalah foto atau video bersama pasangan, foto atau video pribadi tanpa hijab, foto atau video idol korea, video tiktok, random *quotes* dan curahan hati sesuai dengan ungkapan Ajeng (Narasumber 4) dalam wawancara :

“Ada banyak foto pribadi yang lebih privasi, kayak fotoku dengan pacarku terus juga foto nggak pakai hijab. Foto kue ulang tahun. Foto quotes curhatan gitu, terus video atau foto idol korea sih hahaha karena aku ngefans sama mereka.” (Ajeng, 30 Mei 2021, Yogyakarta)

PEMBAHASAN

Narasumber tersebut mengaku merasa lebih bebas mengunggah konten apapun di *second account*nya dikarenakan hanya berisikan orang-orang terpercaya untuk mengakses akunnya. Keterbukaan diri yang dilakukan oleh kelima narasumber penelitian ini beragam yaitu berupa unggahan foto tanpa hijab, tulisan curahan hati, membagikan apa yang disukai (*K-Pop*), foto bersama pasangan, dan bahkan foto *selfie* pun tidak semua orang dengan mudah membagikan kepada orang lain. Instagram telah menyediakan berbagai fitur untuk mempermudah

penggunanya berbagi foto ataupun video. Seiring berkembangnya fitur-fitur instagram, ditemukan beberapa fenomena penggunaan *second account* oleh satu kepemilikan. Pemilik dua akun instagram tersebut dibagi menjadi akun yang menampilkan diri sendiri yang sebenarnya dan akun yang menampilkan presentasi ideal yang akan dibangun oleh penggunanya. Hal ini dikarenakan pemilik akun tersebut tidak dapat menampilkan diri sendiri di akun pertamanya karena faktor-faktor tertentu seperti merasa *insecure* atau merasa cemas akan penilaian orang lain terhadap konten yang ia unggah di akun utamanya tersebut.

Keterbukaan diri pada ke dua akun yang dibuat pun berbeda-beda dapat dilihat dari identitas diri yang dicantumkan dalam profil pengguna akun instagram dan interaksi yang dilakukan di masing-masing akun tersebut baik melalui unggahan pribadi ataupun terhadap unggahan orang lain. Hal ini memunculkan fenomena *pseudonym* di media sosial yang digunakan sebagai *second account* instagram dengan motif yang berbeda-beda. Dengan menggunakan nama samaran seseorang dapat mengungkapkan diri secara berbeda dengan menggunakan identitas tambahan

untuk membedakan kehidupan pribadi dengan kehidupan sosialnya. Penggunaan nama samaran memiliki tujuan untuk melindungi, membangun atau mengubah identitas diri mereka. Begitu juga dengan kelima narasumber dalam penelitian ini mereka memutuskan untuk menggunakan *pseudonym* sebagai *second account* instagram mereka dengan berbagai motif pembuatan akun tersebut seperti untuk menyembunyikan identitas dari orang-orang yang tidak begitu dikenal, untuk *stalking* orang, menghindari rasa *insecure* untuk mengunggah foto ataupun video, *spam* foto atau video, menghindari teror dari *fake* akun lain, menyimpan portofolio pekerjaan dan menyimpan foto pribadi.

Menyembunyikan identitas dengan menggunakan *pseudonym second account* instagram membuat penggunanya membatasi diri dengan orang-orang yang tidak begitu dikenal bahkan orang-orang yang *toxic* atau *fake*. Penggunaan *pseudonym second account* instagram sebagai media *stalking* memberikan keleluasaan pengguna *pseudonym second account* untuk melihat konten yang diunggah oleh orang yang akan *distalk* tanpa diketahui identitas mereka.

Spamming dan mengarsipkan foto ataupun video menjadi nilai plus dari *pseudonym second account* instagram karena konten yang diunggah beragam macamnya dan sering digunakan. Menghindari rasa *insecure* karena dengan *pseudonym second account* instagram pengguna dapat mengunggah foto ataupun video pribadinya tanpa melakukan proses *editing* dan bersikap *bodoamat* atas tanggapan *followersnya*. Narasumber dalam penelitian ini merupakan generasi milenial yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan karakteristik memiliki tingkat penggunaan dan keakraban dengan komunikasi media dan teknologi digital yang lebih tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya serta generasi milenial juga melibatkan teknologi dalam semua aspek kehidupannya sehingga tidak jauh dari media sosial dan selalu mengikuti perkembangan yang ada (*up to date*). Begitu juga dengan fenomena penggunaan *pseudonym* sebagai *second account* instagram narasumber beberapa diantaranya mengaku mereka mengikuti teman-temannya yang menggunakan *second account* terlebih dahulu.

Begitu juga dengan penggunaan *pseudonym second account* instagram

sebagai media *selfdisclosure* yang digunakan oleh generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta, bukan digunakan sebagai media yang mengungkapkan sisi “gelap” diri seseorang saja akan tetapi juga sebagai wadah keterbukaan diri terhadap orang lain. *Pseudonym* dalam *second account* instagram terjadi pergeseran fungsi dimana nama samaran yang biasanya digunakan untuk menutupi identitas diri, di *second account* instagram difungsikan sebagai media *selfdisclosure* dengan mengunggah konten foto ataupun video mengenai diri sendiri di akun tersebut. Penggunaan *pseudonym account* dalam fenomena ini juga tidak di salah gunakan oleh ke lima narasumber dalam penelitian ini dimana semua dari mereka memahami etika digital dalam menggunakan *pseudonym account* dengan pertimbangan konten yang diunggah tetap menggunakan foto atau video pribadi sehingga tidak akan menggunakan akun tersebut untuk hal-hal yang melanggar etika digital karena tetap menjaga identitas diri yang terpampang di *pseudonym account* tersebut.

Kehadiran *pseudonym account* dalam perspektif etika digital, melahirkan satu kebiasaan baru bahwa ada beberapa

informasi yang perlu “disembunyikan” demi tujuan keamanan atau melindungi privasi. Tetapi disisi lain, ketidakterbukaan ini melanggar prinsip kejujuran yang menjadi bagian dari etika. Dari observasi dan hasil wawancara ditemukan bahwa secara konten, apa yang ditampilkan oleh *pseudonym account* ini masih dalam batas wajar dan tidak melanggar aturan tentang kekerasan, diskriminasi maupun pornografi. Dalam *pseudonym account*, prinsip-prinsip etika digital yang bisa dipegang adalah soal tanggungjawab, integritas, menuliskan konten dengan penuh kesadaran serta tidak memunculkan ujaran kebencian atau *hoax*.

Jika melihat akun-akun di instagram seringkali kita menjumpai *fake account* yang cenderung menyebarkan hal-hal yang destruktif. Tetapi dalam konteks *pseudonym account*, generasi milenial akan cenderung terbuka dan melakukan pengungkapan diri ketika nama mereka “tersamarkan”. Dalam konteks ini etika yang berlaku universal masih relevan untuk diterapkan ketika akun ini nantinya akan berinteraksi dengan warganet. Cara berbahasa, cara menulis dengan menambahkan emoticon atau ekspresi lain dalam instagram, maupun

cara memproduksi konten perlu diperhatikan dalam kerangka etis.

SIMPULAN

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan, hasil yang ditemukan dapat disimpulkan sebagai berikut: penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram oleh generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah untuk menyembunyikan identitas dari orang-orang yang tidak begitu dikenal, untuk *stalking* orang, menghindari rasa *insecure* dalam mengunggah foto ataupun video, *spam* foto atau video, menghindari teror dari *fake* akun lain, menyimpan portofolio pekerjaan dan menyimpan foto pribadi. Pengguna *pseudonym* di *second account* instagram memiliki rasa nyaman dan rasa percaya dengan orang-orang yang menjadi *followers* dan *following* di *second account* instagramnya untuk berbagi foto dan video. Yang termasuk orang-orang tersebut adalah teman dekat dan keluarga.

Melalui *pseudonym second account* instagram, pengguna dapat mengungkapkan diri lebih banyak termasuk hal-hal yang bersifat rahasia kepada orang-orang yang telah dipilihnya untuk dapat mengakses *second account*

tersebut. Konten foto atau video yang bersifat rahasia diantaranya foto atau video tanpa hijab, foto atau video idol K-Pop, video tiktok, foto atau video bersama pasangan, *random quotes* dan bahkan curahan hati. Melalui *pseudonym second account* instagram pengguna menemukan wadah untuk membagikan rahasia diri untuk diberitahukan kepada *followers* dan *following second account* tersebut dengan tetap bersikap bijak dan mempertimbangkan *netiquette*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran dari peneliti yaitu: bagi pengguna *pseudonym* di *second account* instagram untuk tetap menjaga etika digital dalam penggunaan akun-akun dengan nama samaran meskipun tidak mencantumkan nama asli mereka karena identitas lain seperti foto dan video diunggah di akun tersebut. Bagi masyarakat penggunaan *pseudonym* di *second account* instagram dapat dijadikan media untuk melakukan *self-disclosure* kepada orang-orang yang telah dipercaya dengan mengatur privasi akun sedemikian rupa agar tidak dapat diakses sembarang orang dan tetap mempertimbangkan etika digital yang berlaku dalam penggunaan media sosial. Bagi peneliti selanjutnya,

penelitian ini memiliki aspek-aspek lain yang dapat diteliti dengan menggunakan metode kualitatif seperti penggunaan *pseudonym second account* instagram dengan kegunaan lain atau dengan pengelompokan penggunaan akun oleh gender yang berbeda ataupun generasi yang berbeda (selain generasi milenial)

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Y. (2020). *Fenomena Second Account di Media Sosial, Berikut Ciri-Ciri Akun Palsu yang Mudah Diketahui*. <<https://ringtimesbanyuwangi.pikiran-rakyat.com/iptek/pr-17978117/fenomena-second-account-dimedia-sosial-berikut-ciri-ciri-akun-palsu-yang-mudah-diketahui>>
- Badan Pusat Statistik. (2018) *Statistik Gender Tematik Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Devito, J.A. (2013). *The Interpersonal Communication Book Thirteenth Edition*. Hunter College of the City University of New York. New York: Pearson.
- Fahrimal, Y. (2018). Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, Vol. 22 No. 1, 69-78.
- Habiansah. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *MediaTor*, Vol. 9, No. 1, 163-180.
- Hannah, H. A. (2018). Male Use Of A Female Pseudonym In Nineteenth Century British And American Literature. *Murdoch University*, 01–337
- Hayon, M.E. (2019). *Punya Akun Palsu di Media Sosial? Duh, Pahami Bahayanya Ini!*. <<https://nova.grid.id/read/051895679/punya-akun-palsu-di-media-sosial-duh-pahami-bahayanya-ini?page=all>>
- Helaluddin. (2019) *Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif*. OSF Preprints, 1-15. <<https://doi.org/1031219/osf.io/stgfb>>
- Iman, M. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. <<https://www.google.com/amp/s/www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/penggunainstagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/amp>>
- Kemdikbud. (2016) *Pseudonim (Ind)* <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pseudonim>>
- Putro, F.H.A. (2016) . 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*, ISSN 2549-5607, 945-958.
- Rini, L.N., & Manalu, R. (2020). Memahami Penggunaan dan Motivasi Akun Anonim Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 18, No. 3 December 2020, 312-323.
- Stephanie, C. (2021). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia 'Melek' Media Sosial*.

<<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-pendudukindonesia-melek-media-sosial>>

Tankovska, H. (2021). *Countries With The Most Instagram Users 2021*.
<<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>>

Tedre, M., Kamppuri, M & Kommers, Piet. (2006). An Approach To Global Netiquette Research. IADIS *International Conference on Web Based Communities*, ISBN: 972-8924-10-0, 367-370.