



PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM TERHADAP TINGKAT KEPUASAN HIDUP MAHASISWA UIN JAKARTA

Radiatul Husna, Vivi Octaviona, Zhalsabila Maharani Putri, Jumroni

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi,
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstrak

Fenomena penggunaan second account Instagram semakin marak di kalangan mahasiswa sebagai respons terhadap tekanan untuk tampil sempurna di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motif penggunaan second account Instagram terhadap tingkat kepuasan hidup mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam semester 5 UIN Jakarta. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, penelitian ini melibatkan 94 responden yang dipilih melalui teknik total sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang mengadaptasi skala motif penggunaan media sosial dan skala kepuasan hidup. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, korelasi Product Moment, dan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif penggunaan second account Instagram tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan hidup mahasiswa ($r = 0,041$; $p = 0,692$; $R^2 = 0,2\%$). Dari sembilan aspek motif yang diuji, empat aspek menunjukkan pengaruh positif lemah, dua aspek menunjukkan pengaruh negatif lemah, sedangkan tiga aspek lainnya tidak menunjukkan pengaruh. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan hidup mahasiswa lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penggunaan second account Instagram.

Kata Kunci: second account Instagram, motif penggunaan, kepuasan hidup, mahasiswa, media sosial.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental cara manusia berinteraksi dan

berkomunikasi. Media sosial sebagai produk digitalisasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan generasi muda. Instagram, sebagai salah satu platform

*Correspondence Address : radiatulhusnaa22@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v13i2.2026. 526-532

© 2026UM-Tapsel Press

media sosial berbasis visual yang paling populer, mencatat pertumbuhan pengguna yang signifikan. Berdasarkan data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 143,25 juta jiwa atau setara 54,7 persen dari total populasi, dengan pengguna media sosial didominasi oleh kalangan muda usia 19-34 tahun sebesar 49,52% ((APJII), 2018)

Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media untuk berbagi foto dan video, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial digital yang kompleks. Platform ini memungkinkan penggunanya untuk mengkonstruksi identitas diri, membangun relasi sosial, dan mengekspresikan berbagai aspek kehidupan mereka(Huang & Su, 2018). Namun, popularitas Instagram juga membawa konsekuensi psikologis yang tidak dapat diabaikan. Penelitian (MacMillan, 2017)menunjukkan bahwa platform berbasis fotografi seperti Instagram memiliki hubungan dengan tingkat kegelisahan, depresi, perundungan, dan fear of missing out yang tinggi.

Dalam konteks ini, muncul fenomena menarik yaitu penggunaan second account atau yang dikenal juga sebagai "finsta" (fake Instagram) di kalangan pengguna Instagram. Second account merujuk pada akun kedua yang dibuat pengguna selain akun utama mereka, biasanya dengan pengaturan privasi yang lebih ketat dan jumlah pengikut yang terbatas. menyebutkan bahwa second account seringkali digunakan untuk mengungkapkan diri seseorang yang sesungguhnya tanpa keinginan untuk terlihat sempurna. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena mencerminkan respons adaptif pengguna terhadap tekanan sosial di media sosial.

Kepuasan hidup (life satisfaction) merupakan komponen

penting dari kesejahteraan subjektif yang merujuk pada evaluasi kognitif seseorang terhadap kehidupannya secara keseluruhan.(Diener et al., 2009) mendefinisikan kepuasan hidup sebagai penilaian menyeluruh seseorang tentang kualitas hidupnya berdasarkan kriteria yang ditentukan sendiri. Beberapa penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara penggunaan media sosial dengan kepuasan hidup. (Şahin, 2017)menemukan bahwa semakin tinggi tingkat kecanduan seseorang terhadap media sosial, semakin rendah tingkat kepuasan hidup mereka. Namun, penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda. (Hawi & Samaha, 2016)menemukan bahwa tidak terdapat dampak langsung antara penggunaan media sosial dengan kepuasan hidup mahasiswa.

Penelitian tentang second account Instagram masih terbatas, khususnya dalam konteks Indonesia dan populasi mahasiswa. menemukan bahwa motif penggunaan second account Instagram tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan hidup (hanya 0,2%). Namun, penelitian tersebut belum mengeksplorasi secara mendalam berbagai aspek motif penggunaan dan bagaimana masing-masing aspek tersebut dapat memengaruhi kepuasan hidup secara berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengkaji secara komprehensif pengaruh motif penggunaan second account Instagram terhadap tingkat kepuasan hidup mahasiswa KPI semester 5 UIN Jakarta.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana gambaran motif penggunaan second account Instagram pada mahasiswa KPI semester 5 UIN Jakarta? (2) Bagaimana gambaran tingkat kepuasan hidup mahasiswa KPI semester 5 UIN Jakarta? (3) Apakah terdapat pengaruh motif

penggunaan second account Instagram terhadap tingkat kepuasan hidup mahasiswa? Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan motif penggunaan second account Instagram, mendeskripsikan tingkat kepuasan hidup mahasiswa, dan menganalisis pengaruh motif penggunaan second account Instagram terhadap tingkat kepuasan hidup mahasiswa KPI semester 5 UIN Jakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel dan mengukur besaran pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya melalui analisis statistik (Sugiyono, 2013). Penelitian dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada bulan November-Desember 2025.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam semester 5 yang berstatus aktif dan memiliki second account Instagram. Berdasarkan pra-survei, diperoleh populasi sebanyak 94 mahasiswa yang memenuhi kriteria. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil, penelitian ini menggunakan teknik total sampling atau sensus, dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2013)

Penelitian ini melibatkan dua variabel utama: variabel bebas (X) yaitu motif penggunaan second account Instagram yang dioperasionalisasi berdasarkan adaptasi dari penelitian (Sheldon & Bryant, 2016) serta (Al-Kandari, 2016) yang mencakup sembilan aspek: pengetahuan tentang orang lain, dokumentasi, keren, kreativitas, ekspresi diri visual, eksperimen dengan media baru dan hobi, interaksi sosial, hiburan, dan penyampaian opini. Variabel terikat

(Y) yaitu kepuasan hidup yang dioperasionalisasi berdasarkan adaptasi dari skala (Rosenberg, 1965) yang mencakup tiga indikator: self-worth, self-respect, dan self-acceptance.

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang terdiri dari tiga bagian: (A) data demografi, (B) skala motif penggunaan second account Instagram sebanyak 25 pernyataan valid, dan (C) skala kepuasan hidup sebanyak 6 pernyataan valid. Setiap item menggunakan skala Likert dengan 5 pilihan jawaban. Uji coba instrumen dilakukan pada 32 responden dengan hasil uji validitas menggunakan korelasi Product Moment Pearson ($r_{\text{tabel}} = 0,349$ pada $\alpha = 0,05$) dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Hasil menunjukkan bahwa variabel X memiliki Cronbach's $\alpha = 0,928$ dan variabel Y memiliki Cronbach's $\alpha = 0,760$, menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik (Nunnally, 1978).

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Forms. Teknik analisis data meliputi: (1) analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data penelitian, (2) uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), heteroskedastisitas (Glejser), dan linearitas (Test for Linearity), serta (3) uji hipotesis menggunakan analisis korelasi Product Moment Pearson dan analisis regresi sederhana dengan bantuan software IBM SPSS Statistics versi 26 (Winarsunu, 2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 94 mahasiswa KPI semester 5 UIN Jakarta. Mayoritas responden berusia 20 tahun (59,6%), diikuti usia 21 tahun (27,7%). Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan (70,2%) lebih banyak dibandingkan laki-laki (29,8%), sejalan

dengan penelitian Lisa dan Irma (2025: 5-6) yang menyebutkan bahwa mayoritas pengguna second account adalah perempuan. Mayoritas responden mengakses second account dengan frekuensi sedang 5-10 kali per hari (44,7%) dan telah memiliki second account selama lebih dari 2 tahun (57,4%), mengindikasikan bahwa fenomena second account telah menjadi praktik yang relatif konsisten.

2. Motif Penggunaan Second Account Instagram

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden (74,5%) berada pada kategori aktif dalam motif penggunaan second account Instagram dengan mean = 85,4 dan standar deviasi = 13,2. Dari sembilan aspek motif yang diukur, aspek hiburan menunjukkan nilai mean tertinggi (4,1), diikuti oleh interaksi sosial (3,9), pengetahuan tentang orang lain (3,8), dan ekspresi diri visual (3,7). Temuan ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications yang menyatakan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, dalam hal ini kebutuhan akan hiburan dan interaksi sosial (Katz et al., 1974).

Tingginya motif hiburan dalam penggunaan second account dapat dipahami dalam konteks sifat second account yang lebih santai dan tidak formal dibandingkan akun utama. (Orlando, 2018) menjelaskan bahwa second account memungkinkan pengguna untuk lebih bebas dan spontan tanpa tekanan untuk terlihat sempurna. Motif interaksi sosial yang juga tinggi mengonfirmasi temuan Lisa dan (Lisa & Irma, 2025) bahwa second account digunakan sebagai ruang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang lebih terbatas dan aman.

3. Tingkat Kepuasan Hidup Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa (66,0%) berada pada kategori cukup puas terhadap kehidupan mereka dengan mean = 21,8 dan standar deviasi = 3,6. Sebanyak 16,0% berada pada kategori puas, dan 18,1% pada kategori tidak puas. Dari tiga indikator kepuasan hidup, self-respect menunjukkan nilai tertinggi (3,7), diikuti self-worth (3,6), dan self-acceptance (3,5). Temuan ini mengindikasikan bahwa secara umum mahasiswa KPI semester 5 memiliki tingkat kepuasan hidup yang relatif positif, meskipun masih ada sebagian kecil yang mengalami ketidakpuasan.

Pengaruh Motif Penggunaan Second Account terhadap Kepuasan Hidup

Variabel	Pearson's r	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
X → Y	0,041	0,692	Tidak Signifikan

Hasil analisis korelasi Product Moment Pearson menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,041 dengan nilai signifikansi 0,692 > 0,05. Berdasarkan kriteria (Guilford, 1956), nilai korelasi 0,041 termasuk dalam kategori korelasi sangat rendah/sangat lemah. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa korelasi tersebut tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak, artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara motif penggunaan second account Instagram dengan tingkat kepuasan hidup mahasiswa.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
X → Y	0,041	0,002	-0,009	3,623

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan nilai R Square sebesar 0,002 atau 0,2%, yang berarti hanya 0,2% variasi dalam kepuasan hidup dapat dijelaskan oleh motif penggunaan

second account Instagram, sedangkan 99,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 21,426 + 0,004X$. Nilai adjusted R square menunjukkan angka negatif (-0,009), mengindikasikan bahwa model regresi tidak memberikan kontribusi prediktif yang bermakna.

Analisis terhadap masing-masing aspek motif menunjukkan variasi yang menarik. Empat aspek menunjukkan pengaruh positif lemah meskipun tidak signifikan: pengetahuan tentang orang lain (2,4%), hiburan (1,2%), interaksi sosial (1,0%), dan keren (0,9%). Dua aspek menunjukkan pengaruh negatif lemah: dokumentasi (0,4%) dan eksperimen dengan media baru (0,1%). Tiga aspek tidak menunjukkan pengaruh: kreativitas, ekspresi diri visual, dan penyampaian opini (0%). Penting untuk ditekankan bahwa tidak ada satupun aspek yang menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik (semua nilai $p > 0,05$).

Pembahasan

Tidak signifikkannya pengaruh motif penggunaan second account Instagram terhadap kepuasan hidup dapat dijelaskan dari beberapa perspektif. Pertama, kepuasan hidup merupakan konstruk psikologis yang kompleks dan multidimensional. Diener (2009: 68) menjelaskan bahwa kepuasan hidup dipengaruhi oleh evaluasi kognitif seseorang terhadap berbagai domain kehidupan, termasuk kesehatan, hubungan keluarga, prestasi akademik, kondisi ekonomi, dan aspek kehidupan lainnya. Motif penggunaan second account Instagram, meskipun mungkin memainkan peran kecil, tidak cukup kuat untuk secara signifikan mempengaruhi evaluasi keseluruhan terhadap kualitas hidup.

Kedua, sifat privat dan terbatas second account mungkin mengurangi dampak psikologis penggunaannya terhadap kepuasan hidup. Berbeda

dengan akun utama yang lebih publik, second account bersifat lebih privat dengan pengikut yang terbatas dan terpilih. (Lisa & Irma, 2025) menjelaskan bahwa second account digunakan sebagai ruang personal yang lebih privat dan bebas dari tekanan sosial. Dengan lingkaran pengikut yang terbatas, pengguna tidak mengalami tekanan untuk mendapatkan validasi dari khalayak luas seperti di akun utama.

Ketiga, penelitian ini fokus pada motif atau motivasi penggunaan second account, bukan pada pola penggunaan aktual atau dampak psikologis yang dirasakan. Ada kemungkinan bahwa meskipun motif penggunaan tidak berpengaruh signifikan, pola penggunaan aktual (seperti durasi, frekuensi, jenis interaksi) atau dampak psikologis yang dirasakan mungkin memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan hidup.

Keempat, mengingat bahwa mayoritas responden (57,4%) telah memiliki second account selama lebih dari 2 tahun, ada kemungkinan telah terjadi adaptasi dan normalisasi terhadap penggunaan second account. Lyubomirsky et al. (2005: 838) menjelaskan fenomena adaptasi hedonik dimana individu cenderung kembali ke level kebahagiaan baseline mereka setelah perubahan dalam hidup mereka. Penggunaan second account mungkin sudah menjadi bagian rutin dari kehidupan digital mereka, sehingga tidak lagi memiliki dampak emosional atau psikologis yang signifikan.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis yang penting. Bagi mahasiswa, hasil ini dapat memberikan reassurance bahwa penggunaan second account, selama dalam batas yang wajar, tidak akan merugikan kesejahteraan psikologis mereka. Namun, mahasiswa tetap perlu mewaspadaai tanda-tanda penggunaan media sosial yang berlebihan atau tidak sehat. Bagi institusi pendidikan, temuan ini memberikan

informasi bahwa penggunaan second account Instagram bukanlah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan hidup mahasiswa, sehingga program kesehatan mental dan kesejahteraan mahasiswa sebaiknya fokus pada faktor-faktor yang lebih fundamental.

Tabel analisis regresi sederhana untuk masing-masing aspek motif terhadap kepuasan hidup:

Aspek Motif	R	R ²	Sig.	Arah Pengaruh	Kategori
Pengetahuan tentang orang lain	0,155	0,024	0,134	Positif	Lemah, tidak signifikan
Dokumentasi	0,063	0,004	0,547	Negatif	Sangat lemah, tidak signifikan
Keren	0,095	0,009	0,362	Positif	Sangat lemah, tidak signifikan
Kreativitas	0,012	0,000	0,909	Positif	Tidak ada pengaruh
Ekspresi diri visual	0,008	0,000	0,938	Negatif	Tidak ada pengaruh
Eksperimen dengan media baru	0,032	0,001	0,759	Negatif	Sangat lemah, tidak signifikan
Interaksi sosial	0,100	0,010	0,337	Positif	Sangat lemah, tidak signifikan
Hiburan	0,110	0,012	0,290	Positif	Sangat lemah, tidak signifikan
Penyampaian opini	0,016	0,000	0,877	Negatif	Tidak ada pengaruh

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: (1) Mayoritas mahasiswa KPI semester 5 UIN Jakarta (74,5%) berada pada kategori aktif dalam motif penggunaan second account Instagram, dengan aspek hiburan menunjukkan nilai tertinggi, diikuti interaksi sosial, pengetahuan tentang orang lain, dan ekspresi diri visual. (2) Mayoritas mahasiswa (66,0%) berada pada kategori cukup puas terhadap kehidupan mereka, dengan self-respect menunjukkan nilai tertinggi. (3) Motif penggunaan second account Instagram tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan hidup mahasiswa ($r = 0,041$; $p = 0,692$; $R^2 = 0,2\%$). (4) Dari sembilan aspek motif, empat aspek menunjukkan pengaruh positif lemah, dua aspek menunjukkan pengaruh negatif lemah, sedangkan tiga aspek lainnya tidak menunjukkan pengaruh, namun tidak ada yang signifikan secara statistik.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu menggunakan desain cross-sectional, mengandalkan pengukuran self-report, populasi terbatas pada mahasiswa KPI UIN Jakarta, dan fokus pada motif bukan pola penggunaan aktual. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan desain longitudinal, melibatkan populasi yang lebih beragam, mengeksplorasi pola penggunaan aktual dan variabel mediasi, serta menggunakan pendekatan mixed methods untuk pemahaman yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Kandari, A. (2016). Needs and Motives of Instagram Users that Predict Self-Disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait. *Journal of Creative Communications*, 11(2), 85–101.

(APJII), A. P. J. I. I. (2018). *Buletin APJII Edisi 22 – Maret 2018*. APJII.

Diener, E., Scollon, C. N., & Lucas, R. (2009). The Evolving Concept of Subjective Well Being: The Multifaceted Nature of Happiness. In E. Diener (Ed.), *Assessing Well Being; The Collected Works of Ed Diener* (Vol. 39). Springer Science Business Media.

Guilford, J. P. (1956). *Fundamental statistics in psychology and education* (3rd ed.). McGraw-Hill.

Hawi, N. S., & Samaha, M. (2016). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576–586.

Huang, Y. T., & Su, F. S. (2018). Motives for Instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, 10(77), 1–12.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19–32). Sage.

Lisa, H., & Irma, A. (2025). Penggunaan akun second Instagram sebagai media ekspresi diri remaja di era digital. *ARINI: Jurnal Ilmiah Dan Karya Inovasi Guru*, 2(1), 1-15.

MacMillan, A. (2017). *Why Instagram is the worst social media for mental health*.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Orlando, J. (2018). *How teens use fake Instagram accounts to relieve the pressure of perfection*.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.

Şahin, C. (2017). The predictive level of social media addiction for life satisfaction: A study on university students. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 16(4), 120-125.

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for Its Use and Relationship to Narcissism and Contextual Age. *Computers in Human Behaviour*, 58, 89-97.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Winarsunu, T. (2015). *Statistik dalam Penelitian Psikologi & Pendidikan*. UMM Press.