Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)
Volume 7, No.2, November 2026
E-ISSN : 2722-5550
E-ISSN: 2722-5550
DOI. 10.36085/j-sikom.v7i2.10461

Akun Kedua Instagram sebagai Ruang Back Stage Digital Generasi Z: Studi Dramaturgi tentang Pengelolaan Identitas

Intan Hardiyanti[1], Jessica Dhona Amanda[2], Widiya Noviana[3], Rafidah Nur Azizah[4], Reza Praditya Yudha[5]
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma[1,2,3,4,5]
Email: Intanhr32@gmail.com

INFO ARTIKEL
Diterima: 08 Mei 2026
Disetujui: 25 Mei 2026
Diterbitkan: 02 Nov 2026

ABSTRACT

Generation Z actively uses two Instagram accounts to manage their digital identities. This study aims to analyze the function of second accounts as a back stage space through Erving Goffman dramaturgy perspective. The research employed a qualitative phenomenological approach using in-depth interviews with three Generation Z informants who owned two Instagram accounts. Data were analyzed using Braun and Clarke's (2021) thematic analysis. The findings revealed four main themes: image management on the main account, spontaneous self-expression on the second account, audience control, and more authentic self-representation through the second account. The main account functioned as a front stage where users displayed a curated identity, while the second account served as a back stage that allowed freer self-expression to a limited and trusted audience. The novelty of this study lies in the selection of informants based on significant identity contrasts between their main and second accounts. The findings indicate that the use of second accounts is a deliberate strategy for managing digital identity on social media.

Keywords: *Digital identity, dramaturgy, Generation Z, Instagram, second account, self-presentation*

ABSTRAK

Generasi Z menggunakan dua akun Instagram untuk mengelola identitas digital mereka. Penelitian ini bertujuan menganalisis fungsi akun kedua sebagai ruang *back stage* dalam perspektif dramaturgi Erving Goffman. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan wawancara mendalam terhadap tiga informan Generasi Z yang memiliki dua akun Instagram. Analisis data

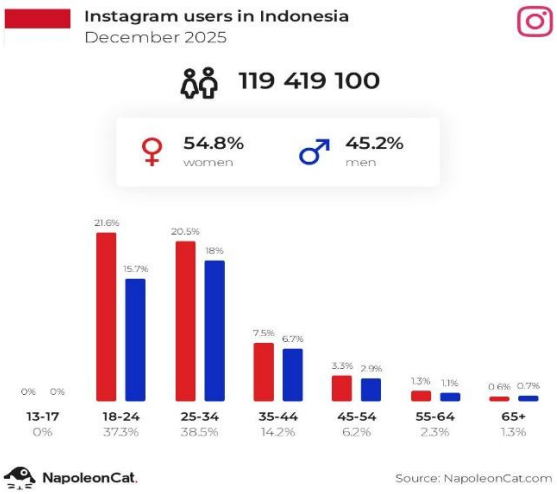
menggunakan *thematic analysis* Braun dan Clarke (2021). Hasil penelitian menemukan empat tema utama, yaitu manajemen citra di akun utama, ekspresi diri spontan di akun kedua, kontrol audiens, dan representasi diri yang lebih autentik pada akun kedua. Akun utama berfungsi sebagai *front stage* yang menampilkan identitas terkurasi, sedangkan akun kedua menjadi *back stage* untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas kepada audiens terbatas. Kebaruan penelitian terletak pada pemilihan informan berdasarkan kontras identitas antara akun utama dan akun kedua. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan akun kedua merupakan strategi sadar dalam mengelola identitas digital di media sosial.

Kata Kunci: Dramaturgi, Generasi Z, identitas digital, Instagram, second account, self-presentation

PENDAHULUAN

Media sosial telah mengubah cara individu membangun dan menampilkan identitas diri di ruang digital. Platform digital saat ini tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang sosial tempat individu secara aktif membentuk citra diri di hadapan audiens yang beragam. Melalui media sosial, pengguna dapat memilih bagaimana dirinya ingin dilihat, konten apa yang ingin ditampilkan, serta kesan seperti apa yang ingin dibangun kepada orang lain. Chua dan Chang (2016) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk melakukan *self-presentation* secara sadar melalui proses seleksi dan pengelolaan identitas digital. Perubahan tersebut semakin terlihat seiring meningkatnya penggunaan internet dan berkembangnya platform berbasis visual seperti Instagram yang mendominasi perilaku komunikasi digital generasi muda (Pew Research Center, 2022).

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital (Dimock, 2019). Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z memiliki kedekatan yang tinggi dengan media sosial karena sejak usia muda mereka telah terbiasa menggunakan internet dalam aktivitas sehari-hari. Media sosial kemudian menjadi bagian penting dalam proses komunikasi, hiburan, relasi sosial, hingga pembentukan identitas diri mereka. Di Indonesia, Instagram menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z.



Gambar 1. Data Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2025

Sumber: NapoleonCat

Data dari NapoleonCat menunjukkan bahwa pada tahun 2025 jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai lebih dari 119 juta pengguna, dengan kelompok usia 18 hingga 24 tahun mendominasi sebesar 37,3% dari total pengguna. Data tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z menjadi kelompok pengguna Instagram paling aktif di Indonesia. Penelitian Sheldon dan Bryant (2016) juga menunjukkan bahwa Instagram sebagai platform berbasis visual memiliki pengaruh yang kuat terhadap praktik manajemen kesan dan pembentukan identitas digital dibandingkan platform berbasis teks.

Fenomena penggunaan Instagram di kalangan Generasi Z tidak lagi terbatas pada satu akun saja. Saat ini semakin banyak pengguna yang memiliki dua akun berbeda, yaitu akun utama dan akun kedua. Akun utama umumnya bersifat publik, menggunakan identitas asli, dan berisi konten yang telah dipilih secara selektif untuk membangun citra diri tertentu. Pengguna biasanya menampilkan foto, aktivitas, maupun pencapaian yang dianggap layak dilihat oleh khalayak luas. Sebaliknya, akun kedua cenderung bersifat privat dan hanya diakses oleh orang-orang tertentu yang dianggap dekat. Akun kedua digunakan sebagai ruang yang lebih bebas untuk mengekspresikan emosi, pikiran, maupun sisi diri yang tidak ingin ditampilkan di akun utama. Sabrina dan Hayati (2025) menjelaskan bahwa akun kedua menjadi ruang alternatif bagi Generasi Z untuk menampilkan diri secara lebih santai dan personal tanpa tekanan ekspektasi sosial yang terlalu besar. Dengan demikian, pemisahan akun utama dan akun kedua menunjukkan adanya strategi pengelolaan identitas digital yang dilakukan secara sadar oleh pengguna media sosial (Chua & Chang, 2016).

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui teori dramaturgi Erving Goffman yang membagi kehidupan sosial ke dalam dua wilayah, yaitu *front stage* dan *back stage*. *Front stage* merupakan ruang ketika individu menampilkan diri sesuai dengan norma dan harapan sosial di hadapan audiens. Pada wilayah ini, individu berusaha mengelola kesan agar terlihat sesuai dengan identitas yang ingin ditampilkan. Sebaliknya, *back stage* merupakan ruang yang lebih privat, tempat individu dapat menampilkan sisi dirinya secara lebih bebas tanpa tekanan sosial yang kuat (Goffman, 1959). Dalam konteks Instagram, akun utama dapat dipahami sebagai *front stage* karena digunakan untuk membangun citra diri yang telah dikurasi dan ditampilkan kepada publik luas. Di sisi lain, akun kedua berfungsi sebagai *back stage* karena menjadi ruang bagi pengguna untuk menunjukkan sisi diri yang lebih spontan, personal, dan tidak terlalu terikat oleh standar sosial yang berlaku di akun utama.

Selain teori dramaturgi, fenomena penggunaan akun kedua juga berkaitan dengan konsep *context collapse* yang diperkenalkan oleh Marwick dan Boyd (2011). Konsep ini menjelaskan bahwa media sosial mempertemukan berbagai kelompok audiens dalam satu ruang digital yang sama, seperti keluarga, teman dekat, rekan organisasi, hingga orang asing. Kondisi tersebut membuat pengguna kesulitan menentukan bagaimana dirinya harus tampil di hadapan audiens yang berbeda-beda. Dalam situasi ini, akun kedua dapat dipahami sebagai strategi pengguna untuk memisahkan audiens secara aktif sehingga mereka tetap memiliki ruang privat untuk berekspresi tanpa harus menyesuaikan diri dengan seluruh kelompok audiens yang ada di akun utama. Dengan kata lain, akun kedua menjadi bentuk reclaim terhadap ruang *back stage* yang mulai hilang akibat meleburnya berbagai audiens dalam satu platform digital.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas fenomena penggunaan akun kedua di Instagram. Sabrina dan Hayati (2025) menemukan adanya praktik dramaturgi pada penggunaan akun ganda di kalangan Generasi Z, namun penelitian tersebut masih berfokus pada pemetaan umum antara *front stage* dan *back stage*. Penelitian Lisa dan Irma (2025) menunjukkan bahwa akun kedua digunakan sebagai ruang ekspresi diri, tetapi belum membahas secara mendalam dinamika komunikasi yang terjadi di dalam ruang tersebut. Sementara itu, Hogan (2010) menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya menghadirkan performance sebagaimana yang dijelaskan Goffman, tetapi juga *exhibition* karena konten digital dapat terus dilihat, disimpan, dan dievaluasi oleh audiens dalam jangka waktu yang panjang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan identitas di media sosial memiliki kompleksitas yang berbeda dibandingkan interaksi tatap muka.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat keterbatasan dalam kajian mengenai praktik komunikasi yang berlangsung di ruang *back stage* digital, khususnya terkait pengelolaan kesan, kontrol audiens, dan konstruksi identitas yang terjadi pada akun kedua Instagram. Penelitian sebelumnya juga belum secara spesifik menggunakan strategi pemilihan informan berdasarkan kontras identitas yang signifikan antara akun utama dan akun kedua. Padahal, perbedaan identitas tersebut penting untuk dianalisis guna memahami bagaimana pengguna media sosial secara sadar memisahkan ruang publik dan ruang privat dalam kehidupan digital mereka.

Penelitian ini hadir untuk melengkapi kajian sebelumnya dengan menganalisis secara lebih mendalam praktik komunikasi yang berlangsung di ruang *back stage* akun kedua Instagram. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada alasan penggunaan akun kedua, tetapi juga membahas bagaimana pengguna mengelola kesan, mengontrol audiens, serta membangun identitas digital yang berbeda di kedua akun tersebut. Selain itu, penelitian ini menggunakan strategi pemilihan informan berdasarkan kontras identitas yang jelas antara akun utama dan akun kedua sehingga memungkinkan analisis dramaturgi yang lebih mendalam dan empiris.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pemilihan informan yang secara sengaja dilakukan berdasarkan adanya perbedaan signifikan dalam cara mereka menampilkan diri di akun utama dan akun kedua. Perbedaan tersebut dianalisis menggunakan perspektif dramaturgi untuk melihat bagaimana Generasi Z memisahkan wilayah *front stage* dan *back stage* dalam pengelolaan identitas digital mereka di Instagram. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya terkait praktik presentasi diri dan pengelolaan identitas di media sosial.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Dramaturgi

Teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman memandang kehidupan sosial sebagai sebuah pertunjukan, di mana individu berperan sebagai aktor yang menampilkan diri di hadapan audiens. Dalam setiap interaksi sosial, individu secara aktif mengatur perilaku, bahasa, dan ekspresi untuk membentuk kesan tertentu. Proses ini menunjukkan bahwa identitas yang ditampilkan bukan sesuatu yang tetap, melainkan hasil dari pengelolaan kesan yang dilakukan secara sadar dalam berbagai situasi sosial (Goffman, 1959). Dalam perspektif ini, Goffman membagi interaksi sosial ke dalam dua wilayah

utama, yaitu *front stage* dan *back stage*. *Front stage* merupakan ruang di mana individu menampilkan citra diri yang telah disesuaikan dengan harapan sosial. Pada ruang ini, individu cenderung menunjukkan sisi terbaiknya agar dapat diterima oleh lingkungan sosial. Sebaliknya, *back stage* merupakan ruang yang bersifat lebih privasi, di mana individu dapat menampilkan diri secara lebih bebas tanpa tekanan dari norma sosial yang berlaku (Aulia et al., 2025).

Teori ini sangat relevan untuk memahami perilaku pengguna media sosial. Hogan (2010) menunjukkan bahwa platform digital bukan hanya ruang presentasi diri dinamis ala Goffman, tetapi juga ruang pameran statis di mana konten yang sudah diunggah terus membentuk kesan tanpa kehadiran langsung individu. Dalam konteks ini, pengguna media sosial harus secara aktif mengelola konten mereka sebagai bagian dari strategi kesan jangka panjang. Akun utama dapat dipahami sebagai *front stage* karena digunakan untuk membangun citra diri yang ideal di hadapan khalayak luas, sementara akun kedua berfungsi sebagai *back stage* yang memberikan ruang bagi individu untuk menampilkan sisi diri yang lebih autentik dan tidak selalu sesuai dengan ekspektasi sosial (Lisa dan Irma, 2025). Marwick dan Boyd (2011) lebih jauh menunjukkan bahwa pengguna media sosial sering kali kesulitan mengelola beragam audiens dalam satu platform, dan fenomena *context collapse* inilah yang mendorong sebagian pengguna membuat akun terpisah sebagai solusi struktural.

Peran audiens juga menjadi aspek kunci dalam teori dramaturgi. Individu tidak menampilkan diri secara acak, tetapi selalu mempertimbangkan siapa yang menjadi audiensnya. Marwick dan Boyd (2011) menyebut tantangan ini sebagai *context collapse*, yaitu kondisi di mana individu harus berbicara kepada berbagai kelompok audiens yang berbeda sekaligus dalam satu ruang digital. Dalam penggunaan akun kedua, individu secara struktural memisahkan audiens sehingga dapat berkomunikasi secara lebih terbuka kepada kelompok yang lebih kecil dan dipercaya. Kontrol terhadap audiens ini merupakan bagian penting dari strategi pengelolaan identitas di media sosial (Putri et al., 2024). Dengan demikian, teori dramaturgi memberikan kerangka yang kuat untuk memahami bagaimana Generasi Z membagi ruang ekspresi diri antara akun utama dan akun kedua.

Ekspresi Diri dalam Media Sosial

Identitas digital merujuk pada bagaimana individu membangun, menampilkan, dan mengelola representasi dirinya dalam ruang media sosial. Dalam perkembangan teknologi komunikasi saat ini, identitas tidak lagi bersifat tunggal dan tetap, melainkan dapat

dikonstruksi secara fleksibel sesuai dengan kebutuhan serta situasi interaksi yang dihadapi. Zhao et al. (2008) menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung membangun identitas yang berbeda antara ruang online dan offline, karena anonimitas dan kontrol atas audiens memberi ruang untuk menampilkan aspek diri yang tidak mudah diekspresikan secara langsung. Media sosial memberikan ruang bagi individu untuk menampilkan berbagai versi diri yang berbeda melalui konten yang dibagikan kepada audiens tertentu (Anggiraksa et al., 2025).

Platform Instagram secara khusus mendorong konstruksi identitas yang kuat melalui visualitas. Sheldon dan Bryant (2016) menemukan bahwa pengguna Instagram termotivasi oleh kebutuhan untuk *surveillance*, *self-expression*, *escapism*, dan puja-pujian, dengan *self-expression* menjadi salah satu motivasi paling dominan. Identitas yang ditampilkan dalam media sosial tidak selalu mencerminkan kondisi diri yang sebenarnya, melainkan merupakan hasil seleksi dan pengelolaan informasi yang dilakukan secara sadar (Diana et al., 2025). Ini menunjukkan bahwa identitas digital adalah konstruksi aktif, bukan refleksi pasif.

Fenomena penggunaan akun kedua memperjelas adanya keberagaman identitas dalam satu platform digital. Individu tidak hanya menampilkan satu identitas, tetapi mengelola lebih dari satu representasi diri sekaligus. Chua dan Chang (2016) menunjukkan bahwa remaja perempuan di Singapura secara aktif menggunakan Instagram untuk *self-presentation* yang terencana, termasuk menyunting foto, memilih filter, dan mempertimbangkan reaksi audiens sebelum mengunggah konten. Temuan ini relevan untuk memahami bagaimana pengguna akun kedua memisahkan diri yang terkurasi (akun utama) dari diri yang lebih autentik (akun kedua). Individu cenderung mengelola identitasnya secara selektif berdasarkan siapa audiensnya, termasuk menggunakan fitur privasi atau akun terpisah sebagai mekanisme pemisahan (Dwirakhmawati dan Wiryany, 2025).

Dengan demikian, konsep identitas digital menjadi penting dalam memahami bagaimana Generasi Z menggunakan akun kedua sebagai ruang alternatif dalam menampilkan diri. Penggunaan akun kedua tidak hanya menunjukkan kebutuhan akan privasi, tetapi juga mencerminkan strategi individu dalam mengelola berbagai identitas yang dimilikinya di ruang digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk mengkaji pengalaman hidup (*lived experience*) Generasi Z dalam mengelola dua akun Instagram. Pendekatan fenomenologi dipilih karena bertujuan memahami makna dan praktik yang dilekatkan individu pada pengalaman mereka secara mendalam, bukan mengukur frekuensi atau distribusi variabel (Creswell & Creswell, 2017). Kerangka dramaturgi Goffman (1959) digunakan sebagai pisau analisis *interpretatif* untuk membaca pola pengelolaan *front stage* dan *back stage* yang muncul dari data.

Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) teridentifikasi sebagai Generasi Z (lahir 1997–2012); (2) aktif mengelola akun utama dan akun kedua Instagram secara bersamaan; dan (3) menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam presentasi diri antara kedua akun (Sugiyono, 2022). Kriteria ketiga ini merupakan kebaruan metodologis penelitian: dengan mensyaratkan kontras identitas yang jelas, penelitian ini memastikan bahwa dinamika *front stage* - *back stage* dapat dianalisis secara tajam dan empiris. Empat informan Generasi Z memenuhi kriteria ini dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semistruktur yang terdiri dari sebelas pertanyaan inti, dilengkapi dengan teknik *probing* untuk menggali jawaban yang lebih berkualitas. Panduan wawancara disusun berdasarkan konsep dramaturgi Goffman, mencakup empat area: pengelolaan konten dan kesan di akun utama, praktik ekspresi di akun kedua, mekanisme seleksi audiens, dan persepsi informan tentang autentisitas diri di masing-masing akun. Wawancara dilaksanakan pada periode Maret – Mei 2026 dan direkam dengan persetujuan informan. Seluruh rekaman ditranskrip secara verbatim (Moleong, 2018).

Analisis data menggunakan *thematic analysis* enam tahap Braun dan Clarke (2021). Tahap pertama, familiarisasi data: tahap pertama peneliti membaca seluruh transkrip berulang kali untuk membangun pemahaman menyeluruh sebelum proses koding dimulai. Tahap kedua, pemberian kode awal (*open coding*): segmen teks yang relevan diberi label deskriptif secara induktif dari data, tanpa mengimposisikan kategori yang sudah ada sebelumnya. Tahap ketiga, pencarian tema: kode-kode yang memiliki kesamaan semantik atau konseptual dikelompokkan ke dalam tema potensial. Tahap keempat, peninjauan tema: tema diuji kembali terhadap data untuk memastikan konsistensi dan representativitas. Tahap kelima, pendefinisian dan penamaan tema: setiap tema diberi nama dan deskripsi yang

menangkap esensinya secara tepat. Tahap keenam, penulisan laporan: temuan diintegrasikan dengan kerangka teoritis dramaturgi dalam narasi analitik yang koheren.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan data lintas informan dan mencocokkan pernyataan wawancara dengan konten akun Instagram aktual masing-masing informan yang dapat diakses peneliti (Sugiyono, 2022). Triangulasi ini memungkinkan verifikasi konsistensi antara apa yang dinyatakan informan dan apa yang mereka praktikkan di platform. Aspek etika penelitian dijalankan melalui prosedur *informed consent* sebelum wawancara, yaitu penjelasan tujuan penelitian, prosedur, risiko potensial, dan hak informan untuk menarik partisipasi kapan pun tanpa konsekuensi. Kerahasiaan identitas informan dijaga dengan menggunakan nama samaran di seluruh laporan (Creswell & Creswell, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa keempat informan secara sadar dan terencana memisahkan fungsi akun utama dan akun kedua mereka di Instagram. Keputusan ini bukan produk dari kebiasaan yang terbentuk tanpa disadari, melainkan pilihan yang dibuat sejak awal pembuatan akun. Akun utama difungsikan sebagai ruang publik yang terkelola, sedangkan akun kedua diposisikan sebagai ruang pribadi yang lebih longgar. Pola ini konsisten di antara ketiga informan meskipun latar belakang penggunaan mereka berbeda. Temuan diorganisasi ke dalam empat tema utama yang saling berkaitan: (1) manajemen citra dan seleksi konten di akun utama, (2) kebebasan ekspresi dan spontanitas di akun kedua, (3) privasi dan kontrol audiens, serta (4) perbedaan identitas dan autentisitas diri. Keempat tema tersebut secara bersama-sama menggambarkan bagaimana Generasi Z mengelola presentasi diri di dua ruang digital yang berbeda fungsinya.

Manajemen Citra dan Seleksi Konten di Akun Utama *(Front Stage)*

Keempat informan menunjukkan pola yang konsisten dalam mengelola akun utama: setiap konten melewati proses evaluasi sebelum diunggah. Evaluasi ini tidak bersifat spontan, melainkan melibatkan kalkulasi terhadap penilaian orang lain, relevansi peran sosial, dan standar visual yang berlaku. Sonaya, yang menjabat sebagai Ketua Departemen Olahraga di BEM, menyebut akun utamanya sebagai instrumen pembentukan *branding* dan penjagaan citra sebagai figur publik organisasi kampus. Jasmin secara aktif meminta pendapat teman sebelum mengunggah foto untuk memastikan tampilannya memenuhi

standar ekspektasi publik. Delia, yang menggunakan akun utamanya sebagai platform bisnis, mempertimbangkan setiap konten berdasarkan potensinya menarik klien. Kevano mempertimbangkan kualitas visual dan tingkat kewajaran konten sebelum memposting, dengan kesadaran bahwa akun utamanya dilihat oleh lebih dari seribu pengikut yang beragam.

> *"Kayak lebih memang apa ya emang membangun branding aja sih aku di Instagram aku. Dan juga jaga image juga kan. Karena yang dilihat kan aku sebagai Ketua Depor juga di BEM. Jadi kayak nggak enak juga dilihatnya kalau emang aku asal posting aja di first account gitu."* (Sonaya)

> *"Karena postingan-postingan yang mengundang klien-klien datang kepadaku, aku selalu mempertimbangkan untuk dipost. Apakah itu bagus? Apakah itu pantas? Apakah tidak pantas? Karena kalau memang tidak pantas tentu tidak ada klien datang kepadaku."* (Delia)

> *"Kalau aku tuh ngerasa pede ngepost di akun pertama lebih ke pengen dinilai citra bagus aja sih. Jadi kalau di liat orangnya tuh, aku ngebawa diri-diri itu seperti apa, gitu."* (Kevano)

Temuan ini secara langsung mencerminkan mekanisme *impression management* yang diuraikan Goffman (1959) dimana individu di ruang *front stage* secara sadar memilih gestur, bahasa, dan konten yang sesuai dengan peran yang ingin mereka proyeksikan. Yang kritis untuk dicatat adalah bahwa tekanan *impression management* ini tidak hanya berasal dari luar, tetapi juga diinternalisasi oleh individu sendiri. Jasmin pernah membatalkan unggahan foto setelah merasa penampilannya tidak memenuhi standar yang ia tetapkan sendiri.

> *"Pernah banget aku kayak misalnya aku kayak udah foto nih, aduh bagus banget, kayaknya pengen posting di feeds nih gitu kan, terus pas aku liat lagi, kok kayaknya kurang ya, kok kayaknya ini kelihatan gendut kok... akhirnya aku malah uploadnya tuh di second aja gitu."* (Jasmin)

Fenomena ini menunjukkan bahwa norma sosial di ruang *front stage* digital telah terinternalisasi sedemikian dalam sehingga individu mengantisipasi penilaian audiens bahkan sebelum konten dipublikasikan. Hogan (2010) menyebutnya sebagai karakter *exhibition* media sosial: setiap konten yang diunggah membentuk representasi permanen yang terus dievaluasi oleh audiens, sehingga mendorong pengguna untuk melakukan seleksi yang semakin ketat. Implikasi sosialnya signifikan sesuai dengan standar presentasi diri yang tegas ini dapat berkontribusi pada kecemasan digital dan tekanan identitas, terutama bagi individu yang peran sosialnya melekat erat pada citra akun utama mereka. Dwirakhmawati

dan Wiryany (2025) mencatat bahwa proses ini serupa dengan produksi *alter ego* digital yang memfungsikan akun utama bukan cermin diri, melainkan konstruksi diri yang dikehendaki.

Kebebasan Ekspresi dan Spontanitas di Akun Kedua *(Back Stage)*

Di akun kedua, keempat informan mengekspresikan diri tanpa proses seleksi yang ketat. Konten yang muncul bersifat spontan, informal, dan tidak terikat standar estetika yang berlaku di akun utama. Sonaya mengunggah konten acak dan foto tanpa filter yang tidak memenuhi standar akun utamanya. Jasmin melakukan *unboxing* tanpa riasan dan dengan pilihan lagu yang ia sebut "*jamet*", berbeda dari pilihan estetik di akun utama. Delia menggunakan akun kedua untuk mendokumentasikan kebiasaan pribadinya seperti mendaki gunung dan aktivitas alam yang tidak relevan dengan citra bisnisnya. Kevano menggunakan akun kedua untuk curhat, mengeluh, dan membagikan sisi kehidupan yang tidak ditampilkan di akun utama.

> *"Di second tuh biasanya aku unboxing... seadanya aku mau aku gak dandan, mau aku cuma pake baju tidur doang, atau kayak yaudah gak ada edit-editan apa... kalau di second tuh, lagunya tuh suka jamet sedangkan kalau di first tuh, aku selalu milih yang estetik."* (Jasmin)

> *"Tentu saja karena di akun kedua ini aku bisa mengekspresikan diriku sendiri. Jadi itu yang jadi aku. Seperti aku lagi mendaki gunung, aku bermain di alam-alam gitu. Karena kebiasaan-kebiasaan ini aku tidak bisa upload di akun utama aku."* (Delia)

> *"Kalau akun kedua itu aku lebih ke curhat, lebih ke ngerasa. Padahal kalau akun utama tuh aku nggak bisa curhat atau apa-apa karena kan seribu orang gitu yang ngeliat. Tapi kalau di second kan mungkin 80-100 orang yang ngeliat. Jadi kayak ngerasa aman aja dan aku memang kenal gitu."* (Kevano)

Dalam kerangka dramaturgi, akun kedua berfungsi tepat sebagai *back stage*, ruang di mana aktor melepas perannya, menanggalkan properti pertunjukan, dan berinteraksi tanpa tekanan ekspektasi audiens publik (Goffman, 1959). Spontanitas dan absennya pengeditan bukan tanda ketidakpedulian, melainkan sinyal bahwa individu tidak perlu menampilkan versi terbaiknya di hadapan audiens yang sudah dipercaya.

Secara psikologis, fungsi *back stage* ini penting untuk kesehatan identitas. Turkle (2011) memperingatkan bahwa tekanan untuk selalu menampilkan diri yang sempurna di media sosial dapat menciptakan kelelahan identitas (*identity fatigue*). Akun kedua berfungsi sebagai katup tekanan: ruang di mana kelelahan itu dapat dilampiaskan tanpa konsekuensi

reputasional. Anggiraksa et al. (2025) menemukan bahwa meski penggunaan akun kedua memberikan kebebasan, tekanan kumulatif dari manajemen dua identitas juga berpotensi memperburuk kecemasan sosial jika batas antara kedua ruang tidak dikelola dengan baik. Temuan ini menunjukkan bahwa fungsi terapeutik akun kedua tidak bersifat absolut dan sangat bergantung pada bagaimana pengguna mengelola komposisi audiensnya.

Privasi dan Kontrol Audiens

Kebebasan di akun kedua tidak muncul secara otomatis. Ia adalah produk dari kontrol audiens yang aktif dan ketat. Keempat informan secara sadar menentukan siapa yang boleh mengikuti akun kedua mereka berdasarkan tingkat kedekatan relasional, bukan sekadar kenalan. Sonaya hanya menerima teman kelas, teman organisasi yang sudah sering berinteraksi, dan mereka yang saling mengenal dengan baik. Jasmin menerapkan prinsip yang sama dan mempertimbangkan faktor kedekatan sebelum berbagi akses akun. Delia paling ketat: ia menjaga agar keberadaan akun keduanya tidak diketahui semua orang, bahkan mereka yang ia kenal secara langsung. Kevano mensyaratkan pertemuan fisik yang berulang dan percakapan yang intens sebagai prasyarat sebelum seseorang dapat mengikuti akun keduanya.

> *"Akun kedua kan pasti rata-rata orang di private ya. Jadi kayak bukan konsumsi publik... karena private juga dan yang follow-follow itu orang-orang yang aku kenal. Kalau yang first account kan kadang kayak orang-orang nggak jelas itu kan nge-follow juga kan kadang."* (Sonaya)

> *"Bahkan orang yang aku kenal pun enggak semua tahu aku punya akun kedua ini."* (Delia)

> *"Bisa masuk kualifikasi ke second tuh walaupun kita sefrekuensi, mungkin bisa beberapa kali kita baru ngobrol bercanda untuk bisa aku percaya untuk masuk ke second. Kalau belum ketemu udah dipastikan enggak akan pernah follow second."* (Kevano)

Seleksi audiens ini merupakan mekanisme kunci dalam mempertahankan integritas *back stage*. Goffman (1959) menekankan bahwa kebocoran informasi dari *back stage* ke *front stage* dapat merusak konsistensi presentasi diri yang sudah dibangun dengan cermat. Di media sosial, risiko kebocoran ini nyata: konten yang tidak sengaja dilihat oleh audiens yang salah dapat merusak citra yang dibangun di akun utama. Dengan membatasi akses akun kedua secara ketat, informan secara aktif menjaga pemisahan antara dua ruang presentasi diri mereka.

Kontrol audiens juga membentuk dinamika konten secara langsung. Jasmin menyatakan bahwa ia merasa aman di akun kedua karena pengikutnya adalah sesama pengguna akun kedua yang memahami norma informal ruang tersebut: *"Aku ngerasa kalau misalnya di second tuh kayak ngerasa aman aja gitu, kayak gak bakal ada yang ngejudge... karena aku kayak mutualan juga sama sesama akun second."* Rasa saling memahami norma ini menciptakan apa yang dapat disebut sebagai kontrak sosial implisit di antara pengguna akun kedua menjadi sebuah kesepakatan tak tertulis bahwa konten di ruang ini tidak dievaluasi dengan standar yang berlaku di ruang publik.

Temuan ini memperluas argumen Marwick dan Boyd (2011) tentang *context collapse*. Jika *context collapse* menggambarkan masalah, maka kontrol audiens yang aktif di akun kedua menggambarkan solusinya. Pengguna tidak pasif menghadapi *context collapse* melainkan mereka secara proaktif merekonstruksi konteks yang hilang dengan membangun audiens yang homogen, terpercaya, dan sefrekuensi di akun kedua. Ini adalah bentuk agensi komunikatif yang signifikan.

Dualitas Identitas dan Autentisitas Diri

Keempat informan secara konsisten menyatakan bahwa diri yang tampil di akun utama berbeda dari diri yang tampil di akun kedua. Perbedaan ini melampaui jenis konten: ia menyentuh dimensi representasi kepribadian, gaya komunikasi, dan nilai-nilai yang dianggap privat. Sonaya menyebut akun utama hanya menampilkan "*sisi bagus-bagusnya saja*", sementara sisi yang lebih terbuka disimpan di akun kedua. Jasmin menggambarkan dirinya di akun utama sebagai sosok yang terlihat lebih kalem, berbeda jauh dari diri yang ekspresif dan "*freak*" di akun kedua. Delia memisahkan identitas personal dan profesional secara menyeluruh hingga wajahnya pun tidak ditampilkan di akun bisnis. Kevano menganalogikan kedua akunnya dengan arsitektur *UI/UX* dimana akun utama adalah tampilan muka yang rapi, akun kedua adalah proses dan kompleksitas yang tidak terlihat dari luar.

> *"Kalau dari aku sendiri pastinya kalau akun kedua sama akun pertama aku ngerasa diri aku beda. Karena kayak emang di akun pertama aku tuh kayak yaudah yang emang istilahnya aku nunjukin sisi bagus-bagusnya aja gitu. Kayak sisi lucunya atau lebih apa ya lebih terbukanya tuh di akun kedua."* (Sonaya)

> *"Tentu aja sih akun kedua karena itu benar-benar aku. Kalau di akun utama teman-teman itu bilang itu aku lebih introvert, lebih fokus, lebih apa ya? Lebih formal gitu. Beda banget akun kedua."* (Delia)

> *"Kalau aku di akun pertama itu kayak orang yang kualitasnya keren, kayak tangguh melakukan sendiri, terus banyak achievement. Cuman sebenarnya kalau di akun second karena lebih banyak mengekspresikan diri, jadi kayak banyak banget ngeluh-ngeluh di akun second. Kayak ibaratnya UIUX, orang bisa lihatnya itu di bagusnya di first, tapi ribet-ribetnya di belakang itu di second."* (Kevano)

Seluruh informan menyatakan bahwa identitas yang ditampilkan di akun utama berbeda dengan identitas yang muncul di akun kedua. Perbedaan tersebut tidak hanya terlihat dari jenis konten, tetapi juga dari cara mereka menampilkan kepribadian, emosi, dan gaya komunikasi. Sonaya menyebut akun utama hanya menampilkan sisi terbaik dirinya, sedangkan sisi yang lebih terbuka ditampilkan di akun kedua. Jasmin merasa dirinya terlihat lebih kalem di akun utama dibandingkan kepribadiannya yang lebih ekspresif di akun kedua. Delia memisahkan identitas profesional dan personal secara tegas. Kevano menggambarkan akun utama sebagai tampilan luar yang rapi, sedangkan akun kedua memperlihatkan sisi kehidupannya yang lebih kompleks.

Tabel 1. Distribusi Tema Berdasarkan Informan

Tema	Sonaya	Jasmin	Delia	Kevano
Manajemen Citra	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan
Seleksi Konten	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi
Ketakutan Penilaian Sosial	Muncul	Muncul	Muncul	Muncul
Kebebasan Ekspresi di Akun Kedua	Tinggi	Sangat Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi
Privasi & Kontrol Audiens	Ketat	Sedang	Sangat Ketat	Sangat Ketat
Kesadaran Dualitas Identitas	Saat kuliah	Sejak awal	Sejak awal	Sejak SMA
Diri Autentik di Akun Kedua	Ya	Ya	Ya	Ya

Sumber: Data primer hasil wawancara, 2026

Temuan ini menunjukkan bahwa identitas digital bersifat kontekstual. Individu menyesuaikan cara mereka menampilkan diri berdasarkan ruang sosial dan audiens yang dihadapi. Dalam konteks Generasi Z, identitas tidak dipahami sebagai sesuatu yang tetap,

melainkan dapat dinegosiasikan sesuai kebutuhan komunikasi. Namun demikian, perbedaan identitas antara akun utama dan akun kedua tidak selalu menunjukkan adanya dikotomi antara identitas yang autentik dan identitas yang palsu. Informan menganggap akun utama tetap merepresentasikan diri mereka, hanya dalam bentuk yang lebih dikurasi. Perbedaannya terletak pada tingkat spontanitas dan seleksi dalam menampilkan diri.

Selain memiliki fungsi ekspresif, dualitas identitas digital juga memiliki implikasi sosial dan psikologis. Informan perlu menjaga konsistensi antara dua ruang presentasi diri yang berbeda. Risiko seperti tumpang tindih audiens atau tersebarnya konten privat ke ruang publik dapat menimbulkan ketidaknyamanan emosional dan tekanan sosial. Dalam konteks yang lebih luas, fenomena ini menunjukkan pentingnya literasi digital pada Generasi Z, tidak hanya dalam aspek teknis penggunaan media sosial, tetapi juga dalam kemampuan mengelola identitas digital, batas privasi, dan kesehatan psikologis di ruang digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan akun kedua Instagram oleh Generasi Z merupakan strategi pengelolaan identitas digital yang disengaja, terstruktur, dan sadar, bukan sekadar kebiasaan platform. Akun utama berfungsi sebagai *front stage* yaitu ruang di mana individu secara aktif mengelola kesan melalui seleksi konten yang ketat, antisipasi penilaian audiens, dan konstruksi citra diri yang ideal. Akun kedua berfungsi sebagai *back stage* yaitu ruang di mana individu berekspresi secara spontan dan bebas di hadapan audiens yang terbatas, terpilih, dan dipercaya. Keempat informan secara konsisten menganggap akun kedua sebagai representasi diri yang lebih autentik.

Secara teoritis, penelitian ini mendukung teori dramaturgi Goffman (1959) dalam konteks komunikasi digital. Konsep *front stage* dan *back stage* masih relevan untuk menganalisis presentasi diri di media sosial, menurut penelitian ini. Di ruang digital, bagaimanapun, perbedaan antara *front stage* dan *back stage* tidak terbentuk secara alamiah. Ini berbeda dengan interaksi langsung. Pengguna media sosial harus secara aktif menjaga jarak ini dengan mengatur privasi, memilih pengikut, dan menggunakan akun yang berbeda.

Selain itu, penelitian ini memperluas gagasan konteks pecahnya dari Marwick dan Boyd (2011). Menurut penelitian, akun kedua tidak hanya memberi pengguna lebih banyak ruang untuk berekspresi, tetapi juga memungkinkan pengguna untuk mengendalikan audiens dan membangun kembali ruang media sosial privat mereka. Oleh karena itu, akun kedua

digunakan sebagai strategi untuk mengatasi campuran berbagai kelompok audiens di satu platform digital.

Kontribusi penelitian ini terhadap kajian identitas digital Generasi Z terletak pada penunjukan bahwa identitas digital bukan sesuatu yang tunggal dan statis. Generasi Z mengelola identitas secara berlapis dan kontekstual: setiap lapisan identitas hadir di ruang yang berbeda sesuai dengan audiens dan tujuan komunikasi. Temuan ini memperkuat argumen bahwa literasi digital untuk Generasi Z perlu mencakup kompetensi pengelolaan identitas berlapis, tidak hanya kemampuan teknis penggunaan platform.

Penelitian ini memiliki keterbatasan. Dengan empat informan dari satu lingkungan perguruan tinggi, temuan tidak dapat digeneralisasi ke seluruh populasi Generasi Z di Indonesia. Penelitian selanjutnya perlu memperluas keragaman informan dari segi latar belakang sosial, daerah, dan jenis kelamin. Studi komparatif lintas platform (seperti TikTok atau X) akan membantu menguji apakah pola dualitas identitas ini berlaku di luar Instagram. Pendekatan etnografi digital direkomendasikan untuk penelitian berikutnya karena memungkinkan observasi langsung terhadap perilaku online informan, sehingga melampaui keterbatasan laporan diri (*self-report*). Secara praktis, temuan ini dapat dimanfaatkan oleh pengembang program literasi digital untuk merancang kurikulum yang membantu Generasi Z mengelola identitas digital mereka secara kritis, sehat, dan bertanggung jawab.

REFERENSI

Amelia, C. (2024). Dramaturgi dalam media sosial: Second account Instagram sebagai self-disclosure pada mahasiswa Muslimah. *Jurnal Audiens*, *5*(4), 591–606. https://doi.org/10.18196/jas.v5i4.486

Anggiraksa, N., Abdullah, M. N. A., & Mujayapura, M. R. R. (2025). Pengaruh tren second account Gen Z pada media Instagram sebagai pemicu depresi. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, *5*(2), 2678–2693. https://j-innovative.org/index.php/Innovative

Aulia, K. P., Ramadhani, S. P., & Agitashera, D. (2025). Penggunaan second account Instagram sebagai ruang aman untuk presentasi diri Gen Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKMRTV*, *15*(2), 84–93.

Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE.

Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, *55*, 190–197. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE.

Diana, N. H., Nasir, N., & Afriyenti, L. U. (2025). Keterbukaan diri Gen Z dalam mengekspresikan emosi melalui second account Instagram di Kota Bekasi. *Liberosis: Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling*, *14*(4). https://doi.org/10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027

Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, *17*(1), 1–7.

Dwirakhmawati, S. A., & Wiryany, D. (2025). Analisis dramaturgi pada media sosial: Second account di Instagram sebagai alter ego. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, *3*(3), 3048–3054.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.

Hafid Mahfud, Y. S. P., & Andika Sanjaya. (2026). Pengelolaan citra diri mahasiswi selebgram hijaber di media sosial: Studi dramaturgi pada penggunaan second account Instagram. *Naskah Publikasi Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions. *Bulletin of Science, Technology & Society*, *30*(6), 377–386. https://doi.org/10.1177/0270467610385893

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.

Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, *13*(1), 114–133. https://doi.org/10.1177/1461444810365313

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.

NapoleonCat. (2025, Desember). *Instagram users in Indonesia*. Diakses 13 Maret 2026 dari https://stats.napoleoncat.com/instagram-users-in-indonesia/2025/12/

Pelapory, N. C., & Chairil, T. (2026). Studi kualitatif deskriptif: Pembentukan identitas virtual Generasi Z pada penggunaan akun kedua (second account) Instagram. *Skripsi*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Pew Research Center. (2022). *Teens, social media and technology 2022*. https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/

Putri, R. C., Nurhadi, Z., & Mujianto, H. (2024). Dua wajah selebgram: Analisis dramaturgi Goffman dalam pengelolaan akun Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, *9*(1), 73–90.

Sabrina, U. N., & Hayati, K. (2025). Interaksi sosial mahasiswa Generasi Z di Instagram: Analisis dramaturgi. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, *13*(2).

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, *58*, 89–97. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059

Shinta, A., & Putri, K. Y. S. (2022). Penggunaan multiple account media sosial Instagram sebagai dramaturgi pada perempuan milenial. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *10*(2), 188–205.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, *24*(5), 1816–1836. https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012