



PENGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM SEBAGAI RUANG AMAN UNTUK PRESENTASI DIRI GEN Z

Kartika Putri Aulia¹, Suci Putri Ramadhani², Dwi Agitashera³

Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta³

Jl. Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950

kartikaptraulia@gmail.com¹, suciputriramadhani@akmrtv.ac.id²,

dwiagitashera@akmrtv.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memahami penggunaan second account Instagram oleh Generasi Z sebagai ruang aman untuk presentasi diri. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, studi melibatkan lima informan berusia 18–21 tahun di wilayah Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa second account memberi kenyamanan psikologis, memungkinkan ekspresi diri lebih terbuka, serta menjaga privasi melalui akun tertutup dan penggunaan identitas anonim. Media sosial ini dimanfaatkan sebagai sarana self-disclosure yang membebaskan pengguna dari tuntutan performatif pada akun utama. Selain itu, second account berfungsi sebagai ruang refleksi personal, wadah pengelolaan emosi, dan medium membangun komunikasi intim berbasis kepercayaan dengan lingkaran sosial terbatas. Mereka menyadari bahwa kehidupan digital tidak selalu aman dan suportif, sehingga mereka menciptakan mekanisme perlindungan diri, salah satunya dengan membuat second account yang bersifat lebih tertutup. Dalam akun ini, mereka tidak hanya mengekspresikan diri secara jujur, tetapi juga membentuk jejaring kecil yang terdiri dari orang-orang yang mereka percaya. Temuan ini menguatkan relevansi teori dramaturgi Goffman dalam konteks digital, di mana second account berperan sebagai panggung belakang untuk ekspresi autentik, sedangkan akun utama menjadi panggung depan yang menuntut citra ideal. Dengan demikian, penggunaan second account tidak hanya merupakan tren digital, tetapi juga strategi komunikasi interpersonal dan manajemen identitas yang mendukung keseimbangan emosional serta kepercayaan diri pengguna.

Kata kunci: *Instagram, Generasi Z, second account, presentasi diri, ruang aman*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi sosial, khususnya di kalangan Generasi Z. Generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 ini dikenal sangat dekat dengan teknologi digital dan media sosial, sehingga dunia maya menjadi ruang berekspresi yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu platform media sosial yang populer di kalangan Gen Z adalah Instagram, yang memungkinkan penggunaannya membagikan foto, video, dan narasi personal.

Menurut laporan *We Are Social* (2024), jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 139 juta orang, dengan pengguna Instagram sekitar 90 juta atau 31,9% dari populasi. Tingginya angka ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran



penting dalam keseharian generasi muda Indonesia. Meningkatnya penggunaan media sosial juga diikuti oleh tekanan sosial untuk menjaga citra diri. Dalam konteks ini, banyak pengguna, terutama Gen Z, memilih membuat akun kedua atau *second account* di Instagram. Akun ini berfungsi sebagai ruang alternatif yang lebih privat dan bebas, di mana mereka dapat mengekspresikan diri secara autentik tanpa khawatir terhadap penilaian sosial. Umumnya, *second account* hanya diikuti oleh teman dekat, menggunakan nama anonim, serta dikunci dari akses publik.

Fenomena ini dapat dianalisis melalui perspektif teori dramaturgi Erving Goffman, yang membagi interaksi sosial ke dalam dua wilayah: *front stage* dan *back stage*. Akun utama (*main account*) diasosiasikan sebagai *front stage*, tempat individu menampilkan citra ideal, sementara *second account* berfungsi sebagai *back stage*, di mana individu dapat menampilkan diri secara lebih jujur tanpa tuntutan sosial.

Penelitian ini penting karena memberikan pemahaman mengenai bagaimana media sosial, khususnya Instagram, digunakan sebagai strategi komunikasi interpersonal dan manajemen identitas digital. Dengan menelaah pemanfaatan *second account* sebagai ruang aman untuk presentasi diri, penelitian ini dapat mengungkap pergeseran paradigma komunikasi daring serta pentingnya ruang psikologis yang aman di tengah derasnya arus informasi dan ekspektasi sosial digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial dan Instagram

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunanya berinteraksi, berbagi konten, dan membangun jaringan sosial tanpa dibatasi ruang dan waktu. Menurut Nasrullah (2017), media sosial berfungsi sebagai penguat hubungan sekaligus sarana ekspresi diri yang fleksibel dalam dunia digital. Salah satu bentuk media sosial berbasis visual yang populer di kalangan Generasi Z adalah Instagram. Popularitas Instagram didorong oleh perpaduan aspek estetika, *storytelling*, dan fitur interaktif seperti komentar, *direct message*, serta Instagram *Story*.

Fitur *multiple account* memungkinkan pengguna mengelola lebih dari satu akun dalam satu aplikasi. Akun kedua (*second account*) biasanya bersifat lebih pribadi, tertutup, bahkan anonim, serta ditujukan bagi lingkaran sosial yang terbatas. Instagram, sebagai platform visual interaktif, tidak hanya memfasilitasi kebutuhan estetika dan eksistensi sosial, tetapi juga berkembang menjadi ruang dinamis dalam membangun identitas digital yang kompleks.

Pada titik inilah muncul konsep “ruang aman”, di mana pengguna merasa lebih leluasa mengekspresikan hal-hal yang tidak nyaman ditampilkan di akun utama. Dari perspektif psikologis, media sosial seperti Instagram tidak hanya memengaruhi cara individu berkomunikasi, tetapi juga membentuk pemahaman terhadap diri sendiri. Kemudahan membuat akun kedua memberi peluang bagi pengguna untuk mengelola dua

sisi identitas: satu yang ditampilkan secara publik, dan satu lagi yang hanya dibagikan kepada lingkaran dekat. Fenomena ini menunjukkan bahwa Instagram tidak lagi digunakan semata-mata sebagai media bersosialisasi, melainkan juga sebagai sarana regulasi diri dalam menghadapi tekanan sosial, ekspektasi visual, hingga kebutuhan akan ruang pribadi yang aman.

Generasi Z dan Perilaku Media

Generasi Z dikenal sebagai generasi *digital-native* yang tumbuh bersama internet, media sosial, dan perangkat *mobile*. Mereka sangat akrab dengan *multitasking digital* dan cepat dalam menghadapi fitur teknologi baru. Dalam berinteraksi di dunia maya, Gen Z cenderung lebih ekspresif namun juga selektif. Mereka memisahkan persona publik dan privat, serta menyusun strategi representasi diri yang adaptif terhadap platform yang digunakan. Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai ajang eksistensi, tetapi juga sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan emosional yang lebih dalam. Mereka menyadari bahwa kehidupan digital tidak selalu aman dan suportif, sehingga mereka menciptakan mekanisme perlindungan diri, salah satunya dengan membuat *second account* yang bersifat lebih tertutup.

Dalam akun ini, mereka tidak hanya mengekspresikan diri secara jujur, tetapi juga membentuk jejaring kecil yang terdiri dari orang-orang yang mereka percaya. Fenomena ini memperlihatkan bahwa perilaku media Gen Z sangat strategis; mereka mampu memilah antara ruang publik dan privat secara digital untuk menjaga kesehatan mental dan identitas personal. Penggunaan *second account* juga menjadi representasi dari bagaimana mereka menavigasi dunia digital secara selektif, menghindari ekspektasi berlebihan, dan menciptakan ruang yang dapat meregulasi tekanan sosial sehari-hari. *Second account* Instagram menjadi salah satu bentuk strategi manajemen identitas yang digunakan untuk menghindari tekanan sosial, ekspektasi publik, serta menjaga kenyamanan psikologis.

Adaptabilitas Gen Z terhadap perkembangan *media digital* terlihat dari bagaimana mereka tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga membentuk tren itu sendiri. Mereka menciptakan budaya digital baru seperti Finsta (*fake Instagram*), *second account*, atau akun alter sebagai bentuk strategi kontrol diri. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z memiliki tingkat literasi media yang tinggi; mereka sadar akan risiko keterbukaan di ruang publik digital dan secara aktif membatasi akses terhadap kehidupan pribadi mereka. Ini menandakan adanya kesadaran sosial dan emosional yang semakin matang di kalangan Gen Z. Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai ajang eksistensi, tetapi juga sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan emosional yang lebih dalam.



Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi yang diperkenalkan oleh Erving Goffman (1959) menjelaskan bahwa kehidupan sosial manusia dapat dianalogikan dengan sebuah panggung drama. Dalam interaksi sosial, individu bertindak seperti aktor yang memainkan peran tertentu sesuai dengan situasi dan audiens yang dihadapi. Goffman membagi ruang interaksi menjadi dua: *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). *Front stage* adalah tempat di mana individu menampilkan versi terbaik dari diri mereka kepada publik. Dalam konteks Instagram, hal ini dapat dilihat dari penggunaan akun utama (*main account*) yang bersifat publik, dikurasi secara estetis dan mencerminkan citra ideal. Sementara itu, *back stage* adalah ruang di mana individu bisa bersikap lebih autentik, terbuka, dan tanpa tekanan sosial. Dalam hal ini, *second account* mewakili wilayah *back stage* yang memberikan penggunaan kebebasan berekspresi secara lebih jujur dan personal. Melalui kerangka dramaturgi, interaksi di *second account* dapat dipahami sebagai upaya manajemen kesan yang bersifat internal, personal, dan emosional.

METODE PENELITIAN

Generasi Z dikenal sebagai generasi digital-native yang tumbuh bersama internet, media sosial, dan perangkat *mobile*. Mereka sangat akrab dengan *multitasking digital* dan cepat dalam menghadapi fitur teknologi baru. Dalam berinteraksi di dunia maya, Gen Z cenderung lebih ekspresif namun juga selektif. Mereka memisahkan persona publik dan privat, serta menyusun strategi representasi diri yang adaptif terhadap platform yang digunakan. Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai ajang eksistensi, tetapi juga sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan emosional yang lebih dalam. Mereka menyadari bahwa kehidupan digital tidak selalu aman dan suportif, sehingga mereka menciptakan mekanisme perlindungan diri, salah satunya dengan membuat *second account* yang bersifat lebih tertutup. Dalam akun ini, mereka tidak hanya mengekspresikan diri secara jujur, tetapi juga membentuk jejaring kecil yang terdiri dari orang-orang yang mereka percaya.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa perilaku media Gen Z sangat strategis; mereka mampu memilah antara ruang publik dan privat secara digital untuk menjaga kesehatan mental dan identitas personal. Penggunaan *second account* juga menjadi representasi dari bagaimana mereka menavigasi dunia digital secara selektif, menghindari ekspektasi berlebihan, dan menciptakan ruang yang dapat meregulasi tekanan sosial sehari-hari. *Second account* Instagram menjadi salah satu bentuk strategi manajemen identitas yang digunakan untuk menghindari tekanan sosial, ekspektasi publik, serta menjaga kenyamanan psikologis. Adaptabilitas Gen Z terhadap perkembangan media digital terlihat dari bagaimana mereka tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga membentuk tren itu sendiri. Mereka menciptakan budaya digital baru seperti Finsta (*fake Instagram*), *second account*, atau akun alter sebagai bentuk strategi kontrol diri. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z memiliki tingkat literasi media yang tinggi; mereka sadar akan risiko

keterbukaan di ruang publik digital dan secara aktif membatasi akses terhadap kehidupan pribadi mereka. Ini menandakan adanya kesadaran sosial dan emosional yang semakin matang di kalangan Gen Z. Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai ajang eksistensi, tetapi juga sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan emosional yang lebih dalam.

HASIL DAN DISKUSI

Penelitian ini mengungkap dinamika penggunaan *second account* Instagram oleh Generasi Z sebagai ruang aman untuk mengeskpresikan diri. Melalui pendekatan kualitatif dengan lima informan dari Bekasi berusia 18-21 tahun, ditemukan bahwa *second account* Instagram berperan penting dalam membentuk ruang psikologis yang lebih personal dan bebas dari tekanan sosial. Hasil ini menunjukkan bahwa platform digital tidak hanya digunakan untuk eksistensi sosial, tetapi juga sebagai ruang strategis untuk membangun identitas yang lebih otentik.

***Second Account* sebagai Ruang Aman dari Tekanan Sosial**

Salah satu utama adalah alasan mengapa Gen Z perlu memiliki akun kedua. Mereka tidak sekedar ingin memisahkan konten, tetapi menciptakan ruang di mana mereka dapat lebih jujur terhadap diri sendiri dan lingkungan sosialnya. Informan menyebutkan bahwa akun utama membuat mereka merasa “diawasi” atau “diukur”, terutama ketika pengikut mereka mencakup keluarga besar, guru, atau rekan mereka. Di akun utama, mereka harus menjaga citra, memilih kata, dan memfilter emosi. Sementara di akun kedua mereka terbebas dari tuntutan tersebut. Beberapa informan bahkan mengakui lebih sering aktif di *second account* dibanding akun utama. Alasannya, akun tersebut terasa lebih “nyaman”, tidak menimbulkan kecemasan, dan tidak menuntut penampilan yang sempurna. Hal ini mendukung temuan bahwa pengguna media sosial modern khususnya Gen Z, telah memiliki kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan mental melalui kontrol terhadap ruang digital yang mereka masuki. *Second account* berfungsi seperti “jurnal terbuka” bagi emosi yang sulit dieskpresikan secara langsung di dunia atau di ruang publik.

Strategi Keamanan dan Anonimitas Digital

Penggunaan strategi privasi menjadi ciri khas dalam pengelolaan *second account*. Seluruh informan mengatur akunnya menjadi privat, menggunakan nama yang tidak mudah dikenali, bahkan tanpa foto *profile* yang mencolok. Mereka juga selektif dalam menerima pengikut, hanya teman-teman dekat yang dianggap memahami mereka secara personal. Tujuan dari strategi ini adalah menciptakan ruang interaksi yang minim risiko: tidak dihamiki, tidak disalahpahami, dan tidak terekspos ke publik luas. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka menghapus unggahan setelah merasa lega, menjadikan *second account* sebagai semacam “ruang transisi emosi”. Ada pula yang menyimpan unggahan dalam arsip pribadi, sebagai pengingat proses pemulihan atau

pertumbuhan diri. Ini membuktikan bahwa akun kedua tidak hanya menjadi media ekspresi, tetapi juga bagian dari proses refleksi diri yang berkelanjutan.

Second Account sebagai Strategi Menghadapi Tekanan Citra Sosial

Tekanan citra sosial yang hadir di akun utama seringkali membuat Generasi Z merasa harus selalu tampil sempurna, estetik, dan sesuai dengan ekspektasi lingkungan sosial digital. Dalam hal ini, *second account* menjadi bentuk resistensi terhadap konstruksi citra ideal yang melelahkan. Informan menyebut bahwa mereka merasa harus “berperan” di akun utama memilih foto terbaik, menyusun caption yang tepat, hingga memperhatikan waktu unggah. Hal ini menunjukkan bahwa akun utama tidak lagi menjadi ruang pribadi, melainkan ruang performatif. Keberadaan *second account* menjadi penyeimbang yang membantu pengguna mengelola ekspektasi tersebut secara sadar, di mana mereka bisa menunjukkan sisi kehidupan yang lebih realistis, tanpa harus takut kehilangan pengakuan sosial.

Fenomena ini menguatkan pemahaman bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medan negosiasi identitas yang sangat dinamis. Perbedaan signifikan juga terlihat dari jenis konten yang diunggah di kedua akun. Di akun utama, unggahan cenderung bersifat publik, terkurasi, dan menampilkan pencapaian, kesenangan, atau aspek yang mencitrakan keberhasilan. Sebaliknya, unggahan di *second account* lebih bersifat emosional, reflektif, dan spontan. Beberapa informan bahkan mengaku lebih nyaman membagikan cerita sedih atau kegagalan di akun kedua karena merasa tidak akan dihakimi. Ini mempertegas bahwa ruang digital memiliki dimensi emosional yang sangat kuat. Ketika pengguna dapat mengontrol siapa yang melihat unggahan mereka, maka proses komunikasi pun menjadi lebih personal dan bermakna.

Dalam konteks ini, *second account* berperan bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi sebagai saluran utama untuk menjaga keseimbangan batin dan kestabilan identitas pengguna. Selain menjadi ruang aman untuk mengekspresikan perasaan pribadi, *second account* juga kerap dijadikan tempat untuk membangun komunikasi yang lebih intim dan suportif antar pengguna. Informan dalam penelitian ini menyebutkan bahwa mereka tidak hanya menjadikan *second account* sebagai tempat “curhat” atau pelarian, tetapi juga sebagai ruang pertukaran energi emosional yang bersifat dua arah. Misalnya, ketika seorang pengguna mengunggah cerita sedih atau refleksi diri, respons yang mereka terima dari pengikut terdekat mereka meskipun hanya sedikit sering kali lebih bermakna karena datang dari orang-orang yang benar-benar memahami konteks personal pengguna.

Hal ini menunjukkan bahwa interaksi di *second account* tidak bersifat transaksional atau performatif, tetapi lebih pada hubungan yang dibangun di atas kepercayaan dan empati. Lebih jauh, penelitian ini juga menemukan bahwa *second account* memberikan ruang eksperimental bagi Gen Z untuk mencari dan memahami jati diri mereka. Beberapa informan mengakui bahwa mereka mencoba berbagai gaya bahasa,

estetika visual, bahkan cara berpikir yang berbeda di *second account* sebelum akhirnya memutuskan untuk menampilkan sisi tersebut ke publik di akun utama. Dengan kata lain, *second account* berfungsi seperti ruang simulasi psikologis tempat mereka menguji makna, memproses emosi, hingga membangun kepercayaan diri sebelum tampil di panggung depan (*front stage*). Fungsi ini menjadikan *second account* bukan hanya ruang pasif, tetapi aktif sebagai arena perkembangan diri secara sosial dan emosional.

Presentasi Diri dan Manajemen Identitas

Selain menjadi ruang aman untuk mengekspresikan perasaan pribadi, *second account* juga kerap dijadikan tempat untuk membangun komunikasi yang lebih intim dan suportif antar pengguna. Jika akun utama berfungsi sebagai ruang branding, maka *second account* menjadi ruang untuk eksistensi otentik. Para informan menunjukkan bahwa mereka memilih dua persona digital yang berbeda. Di akun utama, mereka menunjukkan sisi yang “terbaik” yaitu estetik, terkurasi, dan sesuai ekspektasi sosial. Sedangkan di akun kedua, mereka menampilkan sisi yang “jujur” yaitu rapuh, spontan, bahkan tidak sempurna. Dalam perspektif teori dramaturgi Erving Goffman, perbedaan ini mencerminkan dua panggung interaksi sosial: *front stage* dan *back stage*. Akun utama adalah panggung depan di mana pengguna menampilkan “performa sosial” yang diatur, sementara *second account* adalah panggung belakang yang lebih intim dan tidak penuh tuntutan. Salah satu informan, misalnya, merasa dirinya “lebih hidup” dan “lebih bisa menjadi manusia biasa” di akun kedua, karena bisa membagikan kesedihan, keluhan, atau kebingungan hidup tanpa khawatir kehilangan pengakuan sosial. Dengan demikian, presentasi diri dalam konteks digital bukan lagi tentang pencitraan semata, tetapi tentang pengelolaan ruang dan batas antara pribadi dan publik. *Second account* berperan penting dalam membangun zona aman psikologis yang memungkinkan pengguna untuk tampil apa adanya.

Dampak terhadap Kepercayaan Diri dan Keseimbangan Emosional

Menariknya, penggunaan *second account* justru membantu beberapa informan merasa lebih percaya diri dalam kehidupan nyata maupun digital. Dengan adanya ruang untuk mengekspresikan diri secara bebas, mereka merasa beban perfeksionisme di akun utama berkurang. Selain itu, perasaan “didengar” dan “dipahami” oleh komunitas kecil di akun kedua memperkuat rasa kebermaknaan dalam relasi sosial. Beberapa informan bahkan menyatakan bahwa mereka mulai berani mengunggah konten yang lebih autentik di akun utama setelah merasa divalidasi di akun kedua. Ini menunjukkan bahwa *second account* bukan hanya tempat pelarian, tetapi bisa menjadi titik tolak untuk membangun kepercayaan diri di ruang publik digital.

Keberadaan ruang aman ini menjadi penting dalam menjaga keseimbangan antara eksistensi sosial dan kebutuhan akan kejujuran emosional. *Second account* tidak hanya berperan sebagai ruang ekspresi, namun juga sebagai sarana penguatan kepribadian

pengguna. Dalam interaksi digital yang minim risiko penilaian, para informan cenderung lebih terbuka dalam menyuarakan keresahan, mengolah pengalaman, dan memaknai peristiwa yang terjadi dalam hidup mereka. Proses ini memungkinkan pengguna untuk merefleksikan diri secara lebih mendalam, membentuk kesadaran diri (*self-awareness*), serta mengembangkan sikap asertif dalam menyampaikan emosi. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi interpersonal yang menyebutkan bahwa membuka diri kepada orang lain dapat mempererat hubungan dan mengurangi perasaan terisolasi. Dengan kata lain, *second account* menjadi medium dialog internal yang memperkuat identitas personal sekaligus memperluas pemahaman terhadap diri sendiri dalam konteks digital.

Teori Dramaturgi dan Pengelolaan Diri di Era Digital

Temuan ini memperkuat relevansi teori dramaturgi Goffman dalam konteks media sosial. Dalam dunia digital, batas antara panggung depan dan belakang menjadi fleksibel dan dapat dikontrol pengguna melalui fitur-fitur teknis seperti pengaturan privasi, filter pengikut, dan pemilihan nama akun. Generasi Z tampak sangat mahir memanipulasi ruang ini sesuai kebutuhan emosional dan sosial mereka. Lebih jauh, kemampuan Gen Z dalam mengatur dua ruang digital ini menunjukkan kecerdasan sosial yang tinggi dalam manajemen identitas dan citra diri. Mereka tidak hanya sadar akan ekspresi sosial, tetapi juga mampu menciptakan sistem internal yang memungkinkan mereka untuk tetap autentik tanpa kehilangan tempat di masyarakat digital.

Dalam era di mana tekana sosial di media semakin tinggi, *second account* menjadi “*buffer zone*” yang melindungi pengguna dari kelelahan sosial (*social fatigue*), burnout digital, bahkan risiko gangguan kesehatan mental. Ini membuktikan bahwa *second account* tidak boleh dilihat hanya sebagai pelarian atau sekadar akun cadangan, melainkan sebagai medium penting dalam konstruksi identitas *digital modern*. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat relevansi teori dramaturgi dalam konteks media sosial. Generasi Z terbukti mampu memanfaatkan fitur teknis Instagram untuk mengelola identitas digitalnya secara strategis, sekaligus menjaga keseimbangan antara eksistensi sosial dengan keaslian diri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *second account* Instagram oleh Generasi Z tidak hanya sekadar tren digital, melainkan strategi komunikasi interpersonal dan manajemen identitas di era media sosial. Akun kedua berfungsi sebagai ruang aman untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur, emosional, dan reflektif tanpa tekanan ekspektasi sosial yang melekat pada akun utama. Melalui perspektif teori dramaturgi, ditemukan bahwa Gen Z secara sadar membedakan antara panggung depan (akun utama) yang menampilkan citra ideal, dan panggung belakang (akun kedua) yang menjadi ruang autentik. Keberadaan *second account* juga berdampak positif pada kepercayaan diri, keseimbangan emosional, serta penguatan identitas personal.

Saran

1. Sebagai saran untuk Gen Z yang menggunakan akun Instagram kedua, disarankan agar lebih bijak untuk menjaga privasi dan membangun ruang yang aman bagi diri sendiri. Tetap waspada terhadap potensi risiko di dunia maya, seperti penyebaran informasi pribadi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
2. Saran untuk penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari penggunaan *second account* terhadap kesehatan mental dan hubungan sosial pengguna, serta menelaah bagaimana motivasi penggunaan *second account* antara laki-laki dan perempuan terutama di kalangan Gen Z.

REFERENSI

- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Fenomena second account di kalangan remaja sebagai bentuk presentasi diri. *Jurnal Komunikasi Interpersonal*, 14(2), 85–92.
- Ardiansyah, A., Fadillah, N., & Firmansyah, R. (2023). Media sosial dan budaya digital di kalangan remaja. *Jurnal Media Sosial Digital*, 7(1), 12–21.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dayakisni, T. (2012). *Psikologi sosial*. Malang: UMM Press.
- DeVito, J. A. (2013). *The interpersonal communication book* (13th ed.). Boston: Pearson Education.
- Fajar, M. (2009). *Komunikasi interpersonal dan penerapannya di lingkungan sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Hastuti, S. D., Utami, A., & Rachmawati, I. (2018). Dramaturgi digital: Teori interaksi sosial dalam dunia maya. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 33–41.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2014). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Computers in Human Behavior*, 33, 179–183.
- Mutia, R. (2017). Strategi presentasi diri di media sosial melalui pendekatan dramaturgi Goffman. *Jurnal Komunikasi Digital*, 9(1), 25–34.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nafis, M. A. (2019). Instagram dan pengaruhnya terhadap perilaku remaja. *Jurnal Komunikasi Remaja*, 8(2), 41–50.
- Prihantoro, E., Damintama, K. P., & Ohorella, N. R. (2020). Self-disclosure generasi milenial melalui second account Instagram. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 5(1), 55–64.
- Putri, F. A. (2016). *Media sosial sebagai ruang presentasi diri: Analisis Goffman pada Instagram* (Skripsi). Universitas Indonesia, Jakarta.
- Rahayu, N., Cahyani, R., & Malik, A. (2023). Media sosial dan transformasi komunikasi generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial Digital*, 4(3), 66–78.

- Razali, R. (2020). Unsur-unsur komunikasi dan praktiknya di era digital. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 5(2), 117–124.
- Reverawaty, R., Andika, T., & Supriadi, A. (2019). *Karakteristik media sosial dalam praktik komunikasi*. Jakarta: Komunika Press.
- Setiawan, A., & Audie, M. (2020). Second account Instagram sebagai ruang aman ekspresi diri. *Jurnal Psikologi Komunikasi*, 12(2), 99–108.
- Skogen, J. C., Bøe, T., & Hjetland, G. J. (2021). Self-presentation and mental health in social media use: A review. *Frontiers in Psychology*, 12, 1–10.
- Sri Suneki, I., & Haryono, A. T. (2012). *Identitas diri dalam media sosial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Widi, R. (2023). Tren penggunaan media sosial di Indonesia 2023–2024. Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>