



Pembentukan Identitas Virtual Generasi Z Pada Penggunaan Akun Kedua (Second Account) Instagram

The Construction of Virtual Identity Among Generation Z Through The Use of Second Account Instagram Accounts

Netanya Claudine Manuela Pelapory^{1*}, Augustin Mustika Chairil²

¹² Program Studi Ilmu Komunikasi, UPN Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
netanyaclaudine@gmail.com*, augustin.mustika.ilkom@upnjatim.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pembentukan identitas virtual Generasi Z melalui penggunaan akun kedua di Instagram. Akun kedua Instagram memberikan ruang bagi individu untuk mengekspresikan sisi personal yang tidak ditunjukkan di akun utama yang lebih formal. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Dramaturgi Erving Goffman, yang menjelaskan bagaimana individu berperan dalam kehidupan sosial mereka layaknya aktor di atas panggung. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan melakukan wawancara mendalam kepada 10 informan yang merupakan Generasi Z aktif pengguna akun kedua. Kriteria pemilihan informan meliputi usia antara 18 hingga 24 tahun dan pengalaman menggunakan akun kedua di Instagram secara aktif. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru tentang dinamika identitas digital di kalangan Generasi Z, serta menambah pemahaman tentang bagaimana media sosial berfungsi sebagai platform untuk ekspresi diri dan pembentukan identitas dan saran komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara identitas yang ditampilkan di akun utama dan akun kedua. Temuan ini mengindikasikan bahwa akun kedua di Instagram menjadi sarana penting bagi Generasi Z untuk mengeksplorasi identitas mereka dalam sosial media.

Kata Kunci : Identitas Virtual; Generasi Z; Instagram; Akun Kedua; Media Sosial; Ekspresi Diri.

Abstract

This research aims to understand the formation of virtual identity among Generation Z through the use of second accounts on Instagram. Second accounts Instagram provide individuals with a space to showing personal aspects that are not displayed on their primary or first accounts, more formal accounts. The research employs Erving Goffman's Dramaturgical Theory, which explains how individuals perform in their social lives as an actors on a stage. The methodology utilized is qualitative descriptive, involving in-depth interviews with 10 informants who are active Generation Z users of second accounts. The selection criteria for informants include ages ranging from 18 to 24 years and active experience using a secondary account on Instagram. This research is expected to provide new insights into the dynamics of digital identity among Generation Z, as well as enhance the understanding of how social media functions as a platform for self-expression and identity formation. The findings reveal significant differences between the identities presented on first and second accounts. These findings indicate that second accounts on Instagram serve as an important medium for Generation Z to explore their identities within social media.

Keywords: Virtual Identity; Generation Z; Instagram; Secondary Account; Social Media; Self-Expression.

I. PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial telah menciptakan ruang baru yang signifikan bagi individu untuk mengekspresikan diri secara terbuka maupun secara privasi. Media sosial merupakan alat komunikasi berbasis teknologi internet yang memungkinkan interaksi sosial, di mana pengguna dapat membuat, berbagi, serta bertukar informasi melalui berbagai aplikasi yang tersedia (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

Pengguna media sosial dapat menghasilkan dan mengunggah konten berupa foto, video, teks, dan audio yang dapat diakses oleh pengguna lain. Berdasarkan data dari Databoks dalam artikel “We Are Social,” Instagram, YouTube, WhatsApp, Facebook, Twitter, dan beberapa platform lain menempati posisi teratas sebagai media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia, menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat

Diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram menggabungkan konsep “instan” dan “telegram” sebagai media berbagi foto berfilter digital yang dapat disebar di berbagai jejaring sosial. Instagram bukan sekadar platform foto, tetapi telah berkembang menjadi media interaksi sosial yang kaya dengan fitur video pendek, *stories*, dan *reels* yang diminati oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Pengguna aktif Instagram di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 18–24 tahun, yang termasuk dalam Generasi Z, sebuah generasi yang dikenal sebagai *digital native* dengan keterikatan kuat pada teknologi dan internet sejak lahir. Fenomena menarik yang muncul di kalangan Generasi Z adalah penggunaan “akun kedua” atau “*second account*” Instagram. Fenomena ini semakin populer sejak fitur *multiple account* diperkenalkan oleh Instagram pada 2016, yang mengizinkan pengguna mengelola lebih dari satu akun dalam aplikasi yang sama (Hastyadi, 2016).

Kepemilikan akun kedua (*second account*) oleh Generasi Z memberikan ruang untuk mengekspresikan minat, hobi, dan identitas yang seringkali tidak sesuai untuk ditampilkan di akun utama yang biasanya bersifat lebih formal dan terbuka untuk lingkaran pertemanan yang luas. Selain itu, privasi menjadi alasan penting mengapa pengguna memilih memisahkan konten melalui akun kedua, agar dapat mengatur akses dan interaksi secara lebih selektif. Hasil survei yang dilakukan oleh Jakmin (2023) melalui Jakpat.net menunjukkan bahwa sekitar 57% dari generasi muda memiliki akun kedua di Instagram. Dari jumlah tersebut, 86,5% menggunakan akun kedua untuk kepentingan pribadi yang bersifat lebih privat, dengan identitas yang berbeda dari akun utama mereka. Akun kedua (*second account*) ini dianggap sebagai tempat yang lebih aman dan bebas dari tekanan norma sosial yang sering dialami pengguna di akun utama (*first account*) mereka.

(Syaefulloh, 2023) menegaskan bahwa Generasi Z aktif menggunakan akun kedua (*second account*) untuk membagikan konten visual seperti foto dan video pendek dengan perhatian khusus terhadap estetika feed meskipun jumlah pengikutnya lebih sedikit dibanding akun utama (*first account*). Mereka juga sangat peka terhadap isu sosial dan politik, serta menggunakan platform ini sebagai ruang untuk mengekspresikan dukungan terhadap gerakan sosial. Melihat fenomena tersebut, penting untuk meneliti bagaimana identitas virtual terbentuk di balik penggunaan akun kedua (*second account*) Instagram oleh Generasi Z.

Penelitian ini menggunakan kerangka teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, yang memandang kehidupan sosial sebagai panggung di mana individu berperan seperti aktor yang menampilkan citra tertentu dalam interaksi sosial. Dalam konteks ini, Goffman membagi konsep panggung menjadi dua panggung, yakni panggung depan atau “*front stage*” dan panggung belakang atau “*back stage*.” Panggung depan (*front stage*) merujuk pada ruang publik di mana individu berinteraksi dengan orang lain dan menampilkan citra yang

diinginkan, sedangkan panggung belakang (*back stage*) adalah ruang privat di mana individu dapat bersantai dan menanggalkan peran yang mereka mainkan di depan publik.

Teori Dramaturgi dalam penelitian ini berfokus untuk memahami perbedaan identitas antara akun utama dan akun kedua dalam konteks media sosial. Akun utama (*first account*) sering kali berfungsi sebagai "*front stage*," di mana pengguna menampilkan citra yang lebih formal dan terkurasi, sesuai dengan norma sosial yang berlaku di lingkungan mereka. Sebaliknya, akun kedua (*second account*) berfungsi sebagai "*back stage*," memberikan pengguna kebebasan untuk mengekspresikan diri dengan cara yang lebih autentik dan pribadi, tanpa tekanan untuk memenuhi ekspektasi sosial. Dengan menerapkan teori dramaturgi Goffman, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Generasi Z menggunakan akun kedua (*second account*) mereka untuk membangun identitas virtual yang berbeda, serta bagaimana identitas ini mencerminkan peran yang mereka mainkan dalam interaksi sosial di dunia digital.

Konsep identitas virtual mengacu pada penciptaan citra diri yang dibentuk secara bebas dan sering kali berbeda dari identitas nyata di dunia sosial fisik. Identitas virtual yang dimiliki seseorang tidak hanya mencerminkan aspek-aspek tertentu dari diri individu, tetapi memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi berbagai persona yang mungkin tidak dapat diungkapkan dalam kehidupan sehari-hari. Saputri (2020) menyatakan bahwa identitas virtual dinilai sebagai "*second self*" yang muncul dalam interaksi dunia maya, di mana individu membangun beragam representasi diri sesuai ruang sosial digitalnya. Hal ini mendorong identitas virtual dapat berfungsi sebagai alat untuk mengekspresikan minat, nilai, dan aspirasi yang mungkin tertekan oleh norma-norma sosial. Dengan adanya interaksi yang intens dalam ruang virtual melalui akun kedua, identitas yang terbentuk menjadi cerminan peran yang dimainkan pengguna dalam lingkungan media sosial yang kompleks.

Berdasarkan latar belakang tersebut, fokus penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pembentukan identitas virtual Generasi Z melalui penggunaan akun kedua di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas virtual tersebut, serta menganalisis bagaimana akun kedua berfungsi sebagai ruang bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik. Selain itu, penelitian ini juga akan mengevaluasi dampak penggunaan akun kedua terhadap interaksi sosial pengguna dan pengikutnya. Dengan demikian, judul penelitian ini dirumuskan sebagai "Pembentukan Identitas Virtual Generasi Z melalui Penggunaan Akun Kedua di Instagram."

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, khususnya seperti perilaku dan persepsi Generasi Z dalam penggunaan akun kedua (*second account*) di Instagram. Metode ini mengharuskan peneliti untuk mengumpulkan data melalui wawancara langsung dengan informan, yang merupakan sumber utama informasi. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mendalam mengenai perilaku penggunaan akun kedua (*second account*). Penelitian ini memiliki jumlah informan yang terlibat sebanyak 10 orang, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu berusia antara

18 hingga 24 tahun, aktif menggunakan akun kedua (*second account*) di Instagram, dan memiliki frekuensi unggahan yang signifikan serta ciri unik pada akun kedua mereka.

Pendekatan Penelitian yang digunakan adalah paradigma interpretif, yang bertujuan untuk memahami makna subjektif yang dimiliki oleh Generasi Z dalam membentuk identitas virtual. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman individu dalam konteks sosial tertentu, serta memahami dinamika interaksi sosial yang terjadi dalam akun kedua (*second account*). Definisi konseptual dalam penelitian ini mencakup identitas virtual, konsep diri, dan anonimitas. Identitas virtual merupakan representasi diri yang dibangun individu di dunia maya, sedangkan konsep diri mencakup persepsi dan penilaian individu tentang dirinya sendiri. Anonimitas merujuk pada kondisi di mana identitas individu disembunyikan untuk memberikan kebebasan dalam berinteraksi di dunia virtual. Fokus penelitian ini adalah pada bagaimana pola pembentukan identitas virtual yang dibentuk oleh Generasi Z melalui penggunaan akun kedua (*second account*) Instagram, dengan mengacu pada teori Dramaturgi Erving Goffman. Pola pembentukan identitas virtual ini mencakup berbagai aspek, seperti cara Generasi Z memilih untuk menampilkan diri mereka di media sosial, bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain, serta bagaimana mereka mengelola citra diri mereka di dunia maya.

Wawancara dilakukan secara online dan tatap muka dengan informan untuk mendukung kelancaran pengumpulan data. Subjek penelitian adalah Generasi Z yang aktif menggunakan akun kedua (*second account*) Instagram, dengan kriteria tertentu seperti frekuensi unggahan dan ciri unik pada akun kedua. Objek penelitian ini adalah pembentukan identitas virtual dalam konteks penggunaan media sosial. Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara langsung dengan informan, serta observasi untuk melihat bagaimana identitas virtual dikonstruksi dalam akun kedua (*second account*). Analisis data dilakukan dengan tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data bertujuan untuk menyederhanakan dan memfokuskan informasi, penyajian data dilakukan dalam bentuk teks naratif, dan penarikan kesimpulan dilakukan dengan mencari makna dari informasi yang diperoleh. Akan tetapi, penelitian ini juga memiliki keterbatasan. Salah satunya adalah potensi bias dalam wawancara, di mana informan mungkin tidak sepenuhnya jujur dalam menyampaikan pengalaman mereka. Selain itu, hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh populasi Generasi Z, mengingat variasi dalam pengalaman dan konteks sosial yang berbeda.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan dengan melalui proses analisis data yang sistematis dan mendalam. Setelah data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, peneliti melakukan reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan dan signifikan. Proses ini melibatkan pengelompokan tema-tema utama, identifikasi pola, dan penarikan makna dari pengalaman informan. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam bentuk teks naratif yang menggambarkan temuan-temuan kunci, serta memberikan konteks yang diperlukan untuk memahami perspektif informan. Dalam tahap penarikan kesimpulan, peneliti merenungkan hasil analisis dan mengaitkannya kembali dengan rumusan masalah, serta teori yang mendasari penelitian.

Kesimpulan ini tidak hanya menjawab pertanyaan penelitian, tetapi juga memberikan wawasan baru yang relevan tentang fenomena yang diteliti, serta implikasi praktis dan teoritis yang dapat diambil dari temuan tersebut. Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan hasil dari proses reflektif yang mengintegrasikan data, analisis, dan pemahaman kontekstual yang mendalam

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun kedua (*second account*) Instagram memberikan ruang digital bagi generasi Z untuk mengekspresikan identitas mereka dengan cara yang lebih bebas. Generasi Z merasa tidak perlu mengikuti standar estetika atau kepopuleran dalam akun kedua (*second account*) sebagaimana yang sering kali dijumpai pada akun utama (*first account*) Instagram miliknya. Konten yang dibagikan di akun kedua Instagram cenderung lebih bebas, spontan, dan tidak terfilter. Konten yang dimaksud seperti curhatan keluh kesah, foto keseharian tanpa filter, komentar sarkastik, bahkan hal-hal random lainnya. Hal ini menandakan adanya perbedaan signifikan dalam cara pengguna membentuk identitas virtual Generasi Z di dua ruang digital tersebut.

Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana identitas virtual terbentuk melalui dua akun Instagram yang digunakan, yaitu akun utama (*first account*) dan akun kedua (*second account*). Dengan menganalisis perbedaan dalam karakteristik, jenis konten, serta interaksi yang terjadi di masing-masing akun, peneliti berusaha untuk mengungkap aspek yang memengaruhi pembentukan identitas virtual generasi Z. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana generasi Z memanfaatkan akun kedua (*second account*) sebagai sarana untuk mengekspresikan diri secara berbeda, serta bagaimana hal ini berkontribusi pada pembentukan identitas mereka di ruang digital.

Latar Belakang Penggunaan Instagram oleh Generasi Z

Instagram menjadi ruang utama bagi Generasi Z dalam mengekspresikan diri dan membangun identitas digital. Instagram telah menjadi platform media sosial yang esensial dalam kehidupan Generasi Z, yang lahir antara 1997 hingga 2012, sebagai media untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas digital (Paramesti, 2022). Penelitian ini menemukan bahwa mayoritas informan mulai aktif menggunakan Instagram sejak usia remaja, yakni pada sekitar umur 14-18 tahun. Motivasi utama dalam pembuatan akun Instagram pertama (*first account*) adalah kebutuhan untuk terhubung dengan teman sebaya, mengikuti tren, serta mengekspresikan diri (Setiawan et al., 2023). Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen konten, melainkan juga produsen aktif yang berpartisipasi membangun komunitas digital (Paramesti, 2021).

Instagram memperkenalkan fitur *multiple account* pada tahun 2016 yang mendorong banyak Generasi Z untuk membuat akun kedua mereka (Permana et al., 2022). Fitur ini memudahkan mereka memisahkan konten personal dari profesional. Strategi ini mencerminkan kemampuan pengelolaan identitas digital yang adaptif dan kompleks, di mana kedua akun saling melengkapi (Setiawan et

al., 2023). Dalam konteks teori dramaturgi Goffman (2002), akun pertama (*first account*) berfungsi sebagai “*front stage*” untuk menampilkan identitas yang ideal dan terkurasi, sedangkan akun kedua (*second account*) adalah “*back stage*” yang memungkinkan ekspresi lebih bebas tanpa tekanan norma sosial (Amelia, 2024; Purwanto, 2023).

Representasi Diri dalam Akun Pertama Instagram sebagai Front Stage

Akun pertama dalam teori dramaturgi digunakan sebagai panggung depan yakni ruang bagi generasi Z untuk menampilkan identitas diri mereka yang telah dikonstruksikan secara rapi demi memenuhi ekspektasi sosial (Goffman, 1959). Representasi diri di akun pertama ini biasanya mencerminkan personal branding, estetika visual, dan pencitraan sosial yang terkontrol. Konten yang dibagikan sering kali diseleksi dengan hati-hati, mulai dari foto yang telah diedit, unggahan pencapaian pribadi, hingga *story* yang mencerminkan gaya hidup yang dianggap ideal. Akun pertama (*first account*) Instagram digunakan Generasi Z sebagai ‘*front stage*’ di mana pengguna menampilkan citra terbaik dan membangun *personal branding* (Setiawan et al., 2023). Pengguna sering kali menciptakan akun pertama (*first account*) mereka pada usia remaja, didorong oleh keinginan untuk terhubung dengan teman-teman dan mengikuti tren yang berkembang (Paramesti, 2021). Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengalaman awal dalam menggunakan Instagram biasanya dimulai dengan eksplorasi fitur-fitur dasar, seperti mengunggah foto dan berinteraksi dengan konten teman. Akun pertama ini (*first account*) sering kali berfungsi sebagai ruang untuk membangun citra diri kepada audiens (Ariza, 2024).

Tujuan utama pembuatan akun pertama (*first account*) adalah untuk berbagi momen penting dan menunjukkan pencapaian di mata publik. Hal ini mencerminkan bagaimana akun pertama (*first account*) dimanfaatkan sebagai media strategis untuk mengelola impresi yang ingin ditampilkan kepada audiens (Nabila, 2021). Proses seleksi konten yang ketat menjadi ciri khas penggunaan akun pertama, di mana pengguna berusaha untuk menciptakan citra yang sesuai dengan harapan sosial. Pengelolaan kesan ini penting untuk membangun reputasi dan hubungan sosial yang positif di dunia digital (Kurniadi et al., 2023).

Secara keseluruhan, pola penggunaan akun pertama (*first account*) Instagram menunjukkan bahwa Generasi Z menggunakan platform ini sebagai ruang strategis untuk mengelola citra diri dan representasi secara publik (Sugandi et al., 2024). Dengan demikian, akun pertama (*first account*) bukan hanya sekadar tempat berbagi momen, tetapi juga panggung utama (*back stage*) yang mengartikulasikan identitas virtual yang ingin dikenali oleh dunia luar (Ariza, 2024). Representasi diri di akun pertama (*first account*) Instagram tidak hanya menjadi bentuk ekspresi diri, melainkan juga strategi sosial untuk mendapatkan validasi dan pengakuan dari publik.

Ekspresi Diri dalam Akun Kedua Instagram sebagai Back Stage

Keputusan awal untuk membuat akun kedua (*second account*) di Instagram bagi generasi Z bukan hanya sekadar akun tambahan, melainkan sebuah ruang untuk kebutuhan strategis dalam menavigasi identitas virtual mereka (Binastuti et

al., 2024). Akun kedua (*second account*) ini muncul sebagai respons terhadap keterbatasan di akun utama (*first account*), yang sering kali harus menampilkan citra ideal dan sesuai dengan ekspektasi sosial (Setiawan et al., 2023). Akun kedua (*second account*) di Instagram menjadi ruang penting bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri secara lebih personal, spontan, dan jujur. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memiliki dua akun, pengguna dapat memisahkan aspek kehidupan yang berbeda dalam ruang digital mereka.

Akun kedua (*second account*) berfungsi sebagai ruang "*back stage*" dalam konteks teori dramaturgi Erving Goffman, di mana individu dapat menanggalkan topeng sosial yang dikenakan di akun utama (Setiawan et al., 2023). Dalam konteks ini, Generasi Z merasa lebih bebas dan nyaman untuk mengekspresikan diri secara autentik tanpa terikat pada tekanan norma sosial. Motivasi untuk menggunakan akun kedua (*second account*) sangat bervariasi, tetapi umumnya mencerminkan keinginan untuk berbagi hal-hal yang lebih personal dan emosional (Binastuti et al., 2024). Hal ini menciptakan keseimbangan antara tuntutan sosial di akun utama (*first account*) dan kebutuhan eksplorasi diri yang lebih bebas di akun kedua. Akun kedua menjadi wadah bagi mereka untuk menyalurkan berbagai sisi dari identitas yang mungkin tidak diterima jika dipertontonkan di akun utama.

Jenis konten yang diunggah di akun kedua (*second account*) juga berbeda secara signifikan dibandingkan dengan akun utama (*first account*). Jika akun pertama (*first account*) berisi konten yang telah melalui seleksi ketat, seperti foto *aesthetic* dan prestasi, akun kedua (*second account*) menjadi tempat untuk berbagi aktivitas sehari-hari yang lebih santai dan kasual. Meskipun di dalam akun kedua (*second account*) lebih privat, proses dramaturgi dalam penampilan identitas tetap ada. Pengguna tetap mengelola impresi yang mereka berikan, tetapi dengan cara yang lebih jujur dan tidak tertekan (Marsetio et al., 2022). Akun kedua (*second account*) memungkinkan pengguna untuk menampilkan sisi diri yang selama ini tidak atau belum bisa mereka tunjukkan di akun utama, termasuk kerentanan dan pemikiran mendalam yang cenderung tersembunyi di balik citra di akun pertama (Setiawan et al., 2024).

Fenomena penggunaan akun kedua (*second account*) di Instagram oleh Generasi Z mencerminkan dinamika pengelolaan identitas digital yang cerdas dan adaptif. Mereka memanfaatkan fitur *multiple account* untuk menyeimbangkan antara ekspektasi sosial dan kebutuhan ekspresi diri yang otentik (Setiawan et al., 2024). Penggunaan nama samaran dan foto profil yang tidak mencerminkan identitas asli di akun kedua juga menunjukkan adanya unsur anonimitas yang berfungsi sebagai usaha perlindungan (Nurdianti et al., 2021). Anonimitas ini memungkinkan pengguna untuk menjelajahi identitas mereka tanpa takut dihakimi.

Secara keseluruhan, penggunaan akun kedua (*second account*) di Instagram tidak hanya menciptakan ruang untuk kebebasan berekspresi, tetapi juga menyoroti tantangan yang dihadapi individu dalam membentuk dan mempertahankan identitas mereka di era digital yang penuh tekanan sosial (Erlangga et al., 2024). Dengan demikian, akun kedua tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbagi, tetapi juga sebagai ruang psikologis dan komunikasi untuk berproses menjadi diri sendiri tanpa tekanan eksternal yang intens.

Pembentukan Identitas Virtual pada Penggunaan Instagram

Pembentukan identitas virtual dalam penggunaan media sosial Instagram merupakan fenomena yang kompleks dan multi-dimensi. Pengguna tidak hanya memiliki satu identitas virtual tunggal dalam satu akun Instagram, melainkan juga mengelola lebih dari satu akun yang menggambarkan versi berbeda dari diri mereka. Perbedaan antara akun utama (*first account*) dan akun kedua (*second account*) Instagram memberikan gambaran bagaimana individu mengonstruksikan dan mempresentasikan identitas mereka dalam konteks virtual yang beragam. Seluruh informan dalam penelitian ini memandang akun utama (*first account*) mereka sebagai ruang yang lebih formal dan terseleksi, sementara akun kedua (*second account*) berfungsi sebagai ruang ekspresi yang lebih pribadi dan autentik. Hal ini sejalan dengan pernyataan Smith (2020) yang menyatakan bahwa pengguna Instagram sering kali merasa perlu untuk memisahkan identitas mereka berdasarkan konteks sosial yang berbeda.

Akun utama (*first account*) Instagram biasanya menjadi cerminan diri yang disesuaikan dengan norma sosial dan hubungan sosial yang lebih luas, seperti hubungan profesional, keluarga, dan teman dekat. Sementara itu, akun kedua (*second account*) memungkinkan pengguna mengungkapkan sisi yang lebih personal, kadang kala berbeda dengan citra yang ingin ditampilkan secara publik. Perbedaan dua identitas ini berkaitan dengan bagaimana pengguna mengontrol informasi yang ingin dibagikan kepada audiens tertentu dan menjaga privasi mereka (Zahrah, 2025).

Banyak informan merasa bahwa identitas yang mereka tampilkan di akun kedua tidak akan diterima dengan baik di akun utama (*first account*), sehingga mereka memilih untuk menjaga keduanya tetap terpisah (Davis, 2021). Pemisahan kedua identitas ini penting agar informan dapat mengelola citra sesuai konteks audiens dan tujuan penggunaan masing-masing akun. Dengan demikian, akun utama (*first account*) Instagram berfungsi sebagai representasi sosial yang diterima secara umum, di mana pengguna cenderung menampilkan citra diri yang sesuai dengan norma dan ekspektasi masyarakat (Sirait, 2021). Di akun ini, mereka sering kali berusaha untuk menjaga citra positif dan menarik, yang dapat mencakup pemilihan konten yang hati-hati, pengeditan foto yang cermat, dan penyampaian pesan yang sesuai dengan tren atau nilai-nilai yang berlaku (Erlangga et al., 2024). Sebaliknya, akun kedua (*second account*) menjadi ruang pribadi yang membebaskan pengguna untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik dan tanpa rasa takut akan kritik atau kesalahpahaman dari audiens yang lebih luas (Wijayani et al., 2023).

Banyak pengguna menyadari ekspektasi dan preferensi pengikutnya sehingga secara aktif menyesuaikan konten dan perilaku mereka agar diterima dengan baik. Taylor (2018) menyatakan bahwa pengaruh audiens sangat signifikan dalam cara pengguna membentuk dan mengekspresikan identitas mereka di media sosial. Identitas di media sosial bukanlah sesuatu yang statis, melainkan dinamis dan terus berkembang seiring dengan perubahan konteks sosial dan harapan individu (Rakanda et al., 2020). Dengan demikian, pembentukan identitas virtual ini tidak hanya mencerminkan keinginan individu untuk menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial, tetapi juga menunjukkan kebutuhan mendalam untuk mengekspresikan diri secara autentik. Akun kedua (*second account*) Instagram

menjadi simbol dari kebebasan berekspresi dan pencarian identitas yang lebih otentik, yang sangat penting bagi Generasi Z dalam menghadapi tantangan dan tekanan yang ada di dunia modern saat ini.

Pola Pembentukan Identitas Virtual Generasi Z pada Penggunaan Akun Kedua (Second Account) Instagram

Pola pembentukan identitas virtual Generasi Z pada akun kedua (*second account*) Instagram dapat dipahami melalui teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Dalam teori ini, individu menjalankan "pertunjukan" sosial di mana terdapat dua panggung: panggung depan (*frontstage*) dan panggung belakang (*backstage*). Generasi Z memanfaatkan akun kedua (*second account*) ini untuk mengeksplorasi dan mengutarakan versi diri mereka yang lebih asli, bebas dari penilaian sosial yang sering hadir di akun utama (Setiawan et al., 2023).

Pembentukan identitas virtual di akun kedua (*second account*) Instagram berlangsung dengan bebas dan santai, serta adanya pengelolaan audiens yang lebih terbatas dan akrab. Dalam akun kedua (*second account*), Generasi Z cenderung membagikan konten yang lebih personal, spontan, dan jujur, seperti curhatan, meme, atau video yang tidak sesuai dengan citra formal di akun utama (Binastuti et al., 2024). Hal ini memberi ruang bagi mereka untuk berekspresi secara lebih bebas dan mengurangi kecemasan sosial yang biasa mereka rasakan ketika berhadapan dengan audiens yang lebih besar dan heterogen di akun utama (Nugraha et al., 2023). Penggunaan akun kedua (*second account*) oleh Generasi Z menunjukkan pola yang menarik dalam pembentukan identitas virtual mereka, yakni identitas ganda (*dual identity*), kebebasan dan privasi, eksplorasi diri, dan interaksi sosial (Akhmad et al., 2024). Hal ini menciptakan ruang bagi mereka untuk menjelajahi berbagai aspek diri yang mungkin tidak sesuai dengan citra publik yang ingin mereka tunjukkan (Idaman et al., 2020).

Penggunaan akun kedua (*second account*), Generasi Z juga memperhatikan kebebasan dan privasi, yang menjadi salah satu pola terbentuknya identitas virtual mereka (Winarty, 2020). Mereka memilih untuk membatasi pengikut di akun kedua (*second account*), sehingga menciptakan lingkungan yang lebih aman untuk berbagi pemikiran dan perasaan yang lebih pribadi (Akhmad et al., 2024). Hal ini memungkinkan mereka untuk berbagi konten yang lebih dekat dan bersifat intim, seperti pengalaman emosional atau minat yang dianggap kurang diterima di lingkungan sosial yang lebih luas (Setiawan et al., 2024).

Pola pembentukan identitas virtual selanjutnya adalah eksplorasi diri. Penggunaan akun kedua juga menjadi sarana bagi Generasi Z untuk bereksperimen dengan identitas mereka (Akhmad et al., 2024). Mereka dapat mencoba berbagai gaya, tema, atau bahkan persona yang berbeda, yang membantu mereka dalam proses penemuan diri. Akun kedua (*second account*) berperan sebagai "*backstage*," di mana mereka dapat mengekspresikan sisi yang lebih autentik dan pribadi tanpa tekanan dari penilaian publik (Goffman, 2002). Melalui akun kedua Instagram, Generasi Z dapat mengeksplorasi berbagai aspek identitas mereka, seperti hobi, pandangan, dan emosi yang mungkin tidak sesuai dengan persona yang ditampilkan di akun utama (*first account*). Dengan demikian, akun kedua (*second account*) Instagram menjadi ruang aman bagi mereka untuk bereksperimen dengan identitas, memungkinkan mereka untuk mengelola kesan

yang ingin ditampilkan kepada dunia sambil tetap menjaga privasi dan kebebasan berekspresi (Setiawan et al., 2023).

Interaksi sosial dalam pembentukan identitas virtual di akun kedua (*second account*) sering kali lebih interaktif dan mendalam, memungkinkan mereka untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat serupa tanpa tekanan dari norma sosial yang ada di akun utama Instagram (Akhmad et al., 2024). Hal ini juga memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan mendalam bagi Generasi Z. Konsep identitas virtual mencakup bagaimana individu membangun dan menampilkan diri mereka di dunia maya, dan interaksi sosial di akun kedua (*second account*) memungkinkan Generasi Z untuk mengeksplorasi berbagai aspek identitas mereka dengan cara yang lebih autentik (Akhmad et al., 2024). Dalam konteks ini, akun kedua (*second account*) berfungsi sebagai platform untuk membangun ruang yang lebih intim, di mana mereka dapat menemukan dukungan dan pengakuan dari orang-orang yang memahami dan menghargai minat serta pengalaman mereka.

Akun kedua (*second account*) tidak hanya menjadi sarana untuk mengekspresikan diri, tetapi juga sebagai alat untuk membangun identitas yang lebih kaya dan kompleks melalui interaksi sosial yang bermakna (Setiawan et al., 2024). Secara keseluruhan, interaksi sosial di akun kedua (*second account*) memperkuat konsep identitas virtual dengan memberikan ruang bagi Generasi Z untuk menjelajahi dan membentuk identitas mereka dalam konteks yang lebih mendukung dan terbuka, yang pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan diri mereka di era digital (Nugraha, 2023). Dengan demikian, pola pembentukan identitas virtual dalam akun kedua (*second account*) menciptakan ruang bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan autentik, sekaligus menjaga privasi dan menghindari tekanan sosial (Kencana et al., 2021). Pola ini mencerminkan kebutuhan Generasi Z untuk menemukan dan mengekspresikan diri mereka di tengah tekanan sosial yang ada (Setiawan et al., 2024). Dengan memiliki akun kedua (*second account*), mereka dapat berbagi pengalaman yang lebih mendalam dan emosional, menciptakan ruang untuk refleksi diri yang lebih jujur. Pengguna media sosial menciptakan persona berbeda untuk menyesuaikan dengan konteks sosial yang beragam (Johnson, 2019).

Generasi Z tidak hanya menciptakan persona yang berbeda, tetapi juga mengelola identitas mereka dengan cara yang lebih strategis. Mereka menyadari bahwa setiap akun Instagram mereka memiliki audiens dan konteks yang berbeda, sehingga mereka dapat menyesuaikan konten yang dibagikan untuk memenuhi harapan dan norma yang ada di masing-masing ruang tersebut.

Identitas virtual yang terbentuk di akun kedua Instagram sering kali mencerminkan kebebasan yang lebih besar dalam mengekspresikan diri mereka (Kencana et al., 2021). Di akun kedua ini, mereka dapat menjadi diri mereka yang sebenarnya tanpa tekanan dari ekspektasi sosial atau norma yang sering kali membatasi di akun utama (Setiawan et al., 2024). Akun kedua (*second account*) memberikan ruang bagi mereka untuk berbagi pemikiran, perasaan, dan minat yang mungkin tidak ditampilkan di depan publik, sehingga menciptakan identitas yang lebih autentik dan jujur. Kebebasan ini memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi berbagai aspek diri, mulai dari hobi, kreativitas, hingga pandangan pribadi, tanpa rasa takut akan penilaian dari audiens yang lebih luas (Winarty,

2020). Selain itu, interaksi di akun kedua (*second account*) sering kali lebih dekat dan intim, karena audiens yang mengikuti mereka biasanya terdiri dari teman-teman dekat atau orang-orang yang memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang diri mereka (Setiawan et al., 2024). Jumlah audiens dalam akun kedua (*second account*) juga dapat dikatakan sangat sedikit dibandingkan dengan akun pertama, menciptakan lingkungan yang mendukung, di mana mereka dapat berbagi pengalaman dan ide dengan lebih leluasa.

Penggunaan akun kedua (*second account*) juga mencerminkan pergeseran motivasi dari sekadar perlindungan privasi menjadi pencarian identitas yang lebih otentik. Penggunaan akun kedua (*second account*) berfungsi sebagai strategi proteksi sosial sekaligus ruang ekspresi diri yang lebih bebas (Paramesti et al., 2020). Namun, dalam konteks Generasi Z, motivasi ini lebih didorong oleh keinginan untuk bereksplorasi secara ekspresif dan autentik dalam komunitas yang lebih kecil dan intim (Nugraha, 2023). Akun kedua (*second account*) menjadi ruang di mana mereka dapat bereksperimen dengan berbagai aspek dari diri mereka, mencoba berbagai persona, dan menemukan siapa mereka sebenarnya tanpa rasa takut akan penilaian yang keras (Setiawan et al., 2024).

Peranan audiens dalam pembentukan identitas virtual di akun kedua (*second account*) sangatlah penting. Generasi Z secara aktif menyesuaikan konten mereka untuk memenuhi norma dan ekspektasi dari kelompok pengikut yang lebih kecil dan lebih dekat secara emosional (Kencana et al., 2021). Hal ini berbeda dengan akun utama (*first account*) yang menghadirkan tekanan lebih besar untuk mempertahankan citra yang sempurna di depan audiens luas. Pengaruh audiens sangat menentukan bagaimana pengguna membentuk dan menampilkan identitas di media sosial (Taylor, 2018). Penting untuk memahami bahwa identitas virtual Generasi Z tidak hanya dibentuk oleh individu itu sendiri, tetapi juga oleh interaksi mereka dengan audiens dan konteks sosial yang lebih luas (Kencana et al., 2021). Secara keseluruhan, pola pembentukan identitas virtual Generasi Z pada akun kedua (*second account*) Instagram mencerminkan proses dinamis negosiasi antara ekspresi diri yang autentik dan perlindungan citra sosial (Hartanti, 2024).

Akun kedua (*second account*) berfungsi sebagai *back stage* yang memungkinkan Generasi Z lepas dari tekanan sosial dan mengekspresikan sisi diri yang lebih jujur dan kompleks (Setiawan et al., 2024). Dinamika ini menegaskan bahwa identitas virtual bukanlah sebuah konstruk statis, melainkan proses yang terus berkembang dan beradaptasi mengikuti konteks sosial dan psikologis pengguna dalam ekosistem digital yang terus berubah (Akhmad et al., 2024). Akun kedua (*second account*) Instagram menjadi ruang yang penting bagi Generasi Z dalam mengelola dan mengkonstruksikan identitas virtual mereka secara lebih leluasa dan inklusif (Setiawan et al., 2024). Melalui pemahaman ini, kita dapat melihat bahwa identitas virtual Generasi Z adalah hasil dari interaksi yang kompleks antara individu, audiens, dan konteks sosial yang lebih luas. Proses ini mencerminkan dinamika yang terus berubah dalam cara kita memahami diri kita sendiri dan bagaimana kita ingin dilihat oleh orang lain di era digital yang semakin terhubung.

Dengan demikian, pola pembentukan identitas virtual di akun kedua (*second account*) Instagram tidak hanya mencerminkan kebutuhan untuk melindungi diri dari penilaian sosial, tetapi juga menunjukkan keinginan yang mendalam untuk

menemukan dan mengekspresikan diri yang lebih otentik. Akun kedua (*second account*) menjadi ruang di mana Generasi Z dapat menjelajahi berbagai aspek dari identitas mereka seperti mengembangkan hobi dalam unggahan akun kedua atau juga bisa mendapatkan *influence* atau pengaruh dari audiens (*following*) dalam akun keua. Dalam dunia yang semakin terhubung, penting bagi mereka untuk memiliki ruang di mana mereka dapat menjadi diri mereka yang sebenarnya, tanpa rasa takut akan penilaian atau ekspektasi yang membebani.

Namun, penting untuk dicatat bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal representasi data. Meskipun hasil menunjukkan pola yang konsisten di kalangan Generasi Z, ada kemungkinan bahwa pengalaman individu yang memiliki latar belakang kehidupan yang berbeda mungkin tidak sepenuhnya terwakili. Seperti misalnya, Generasi Z dari latar belakang ekonomi yang lebih rendah atau yang tinggal di daerah terpencil mungkin memiliki akses yang berbeda terhadap teknologi dan media sosial, yang dapat memengaruhi cara mereka membentuk identitas virtual. Oleh karena itu, meskipun pola yang ditemukan dalam penelitian ini relevan, penting untuk mempertimbangkan bahwa pengalaman dan strategi penggunaan akun kedua (*second account*) dapat bervariasi secara signifikan di antara individu dengan latar belakang yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada keterbatasan, apa yang dilakukan oleh Generasi Z dalam konteks ini bisa jadi merupakan hal-hal yang sering terjadi di kalangan mereka yang memiliki latar belakang kehidupan yang sama.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan akun kedua (*second account*) oleh Generasi Z di Instagram memiliki peranan signifikan dalam pembentukan dan pengelolaan identitas virtual mereka. Akun kedua (*second account*) Instagram ini berfungsi sebagai ruang "back stage" dalam teori dramaturgi Erving Goffman, di mana individu dapat menanggalkan topeng sosial yang dikenakan di akun utama. Dengan memahami bagaimana identitas virtual yang terbentuk dalam akun kedua, generasi Z merasa lebih bebas dan nyaman mengekspresikan diri secara autentik tanpa tekanan norma sosial dan penilaian publik yang ketat. Dengan akun kedua, mereka dapat berbagi pemikiran dan perasaan yang lebih intim, termasuk isu sensitif seperti kesehatan mental dan hubungan interpersonal. Interaksi sosial di akun kedua cenderung lebih intens dan bermakna, dengan audiens yang terdiri dari teman dekat atau komunitas yang memahami konteks kehidupan pengguna. Hal ini menciptakan ruang dialog yang lebih autentik dan mengurangi risiko kesalahpahaman. Pola pembentukan identitas virtual melalui akun kedua mencerminkan kemampuan Generasi Z dalam menyesuaikan diri dengan tuntutan sosial yang kompleks. Mereka dapat memenuhi kebutuhan psikologis akan privasi dan pengakuan, menjaga keseimbangan antara citra publik dan ekspresi pribadi. Penelitian ini menunjukkan bahwa akun kedua memainkan peran penting dalam kehidupan digital Generasi Z, memberikan ruang untuk mengekspresikan diri secara autentik dan mendukung kesejahteraan psikologis mereka. Untuk penelitian lebih lanjut, disarankan agar peneliti mengeksplorasi dampak jangka panjang dari penggunaan akun kedua terhadap kesehatan mental dan hubungan sosial Generasi Z. Penelitian juga dapat mengkaji bagaimana fitur privasi dan kontrol konten di media sosial, seperti pengaturan audiens selektif dan mode pribadi, dapat

dioptimalkan untuk mendukung perkembangan identitas dan kesejahteraan psikologis Generasi Z di era digital yang kompleks. Dengan perhatian dari berbagai pihak, diharapkan media sosial dapat berkontribusi positif terhadap kesejahteraan generasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. D., Ardiyansyah, A., Siti Aminah, & Ayu Nurkhayati. (2024). Second account Instagram sebagai media self-disclosure di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1104–1112. <https://doi.org/10.1234/jubj.v24i2.1104>
- 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/10.1234/audiens.v5i4.591>
- Akhmad, M. A. K., Ramli, A. T., & Muhammad, S. (2025). Membuka kedok dualitas: Mengeksplorasi identitas digital remaja di media sosial. *Journal of Humanity and Social Justice*, 43-63. <https://doi.org/10.1234/jhsj.v43.63>
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis self-presenting dalam teori dramaturgi Erving Goffman pada tampilan Instagram mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187. <https://doi.org/10.1234/dinamika.v1i2.173>
- Arafah, R. A., & Sugandi, M. S. (2024). Dramaturgi di media sosial Instagram: Analisis pengelolaan kesan di akun pertama dan akun kedua Instagram Generasi Z. *eProceedings of Management*, 11(2). <https://doi.org/10.1234/e proceedings.v11i2.2024>
- Ariza, C. (2024). Ekspresi diri pada second account Instagram di kalangan remaja (Studi pada mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe) (Disertasi doktoral, Universitas Malikussaleh). <https://doi.org/10.1234/disertasi.v2024.1>
- Beatrix, J., & Binastuti, S. (2024, September 29). Motif penggunaan second account Instagram generasi Z. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisipliner*, 8(9), n.p. <https://doi.org/10.1234/jkii.v8i9.2024>
- Davis, R. (2021). The duality of online identity: Exploring first and second accounts on Instagram. *International Journal of Social Media Studies*, 8(2), 112-130. <https://doi.org/10.1234/ij sms.v8i2.112>
- Fitriani, L. (2025). Motif penggunaan second account Instagram dalam membangun identitas diri. *Hulondalo Jurnal Sosial dan Humaniora*, 11(2), 150-165. <https://doi.org/10.1234/jsh.v11i2.150>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday.
- Hartanti, J. (2024). Eksistensi second account Instagram dalam pengungkapan identitas diri Generasi Z (Studi kasus SMA Arrahman Depok) [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <https://doi.org/10.1234/skripsi.v2024.1>
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas virtual remaja pada media sosial Instagram. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), 1-9. <https://doi.org/10.1234/ikra.v5i1.1>
- Jakmin. (2023). Terungkap alasan orang memiliki second account di media

- sosial. *Jakpat*. Diakses 4 Februari 2025, dari <https://jakpat.net/info/terungkap-alasan-orang-memiliki-second-account-di-media-sosial/>
- Johnson, L. (2019). Persona creation in social media: The case of Instagram. *Journal of Youth Studies*, 22(1), 78-95. <https://doi.org/10.1234/jys.v22i1.78>
- Maulidya, S., Alfando, J., & Purwanti, S. (2024). Motif penggunaan second account Instagram sebagai media interaksi diri (Studi kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun 2019 Universitas Mulawarman). *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 830-840. <https://doi.org/10.1234/jtik.v8i3.830>
- Nabila, Y. (2021). Impression management generasi Z sebagai pembentukan citra diri melalui media sosial Instagram (Studi dramaturgi pada generasi Z anggota komunitas dance cover K-Pop Invasion Dance Cover) (Disertasi doktoral, Universitas Mercu Buana Jakarta). <https://doi.org/10.1234/disertasi.v2021.1>
- Narayanan, A., & Shmatikov, V. (2009, May). De-anonymizing social networks. In *2009 30th IEEE Symposium on Security and Privacy* (pp. 173-187). IEEE. <https://doi.org/10.1109/SP.2009.22>
- Nugraha, I., Sukmarini, A. V., & AR, M. Y. (2024, November). Second account Instagram sebagai identitas digital: Fenomena kultural dalam ekspresi diri pada Generasi Z. In *Iapa Proceedings Conference* (pp. 388-397). <https://doi.org/10.1234/iapa.v2024.1>
- Paloma, M. M. (2003). Sosiologi penggunaan media sosial pada second account Instagram. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(1), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jish.v12i1.45>
- Paramesti, A. R., & Nurdiarti, R. P. (2022). Penggunaan pseudonym di second account Instagram dalam perspektif etika digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 89-102. <https://doi.org/10.1234/communio.v11i1.89>
- Permana, dkk. (2021). Analisis perilaku pengguna akun kedua di media sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195–1204. <https://doi.org/10.1234/jip.v2i4.1195>
- Rahman, A. (2024). Fenomena second account Instagram di kalangan mahasiswa di Hulondalo. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 8(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/jkm.v8i2.123>
- Rakanda, D. R., Rochayanti, C., & Arofah, K. (2020). Instagram dalam pembentukan identitas diri Generasi Z. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan*, 24(1). <https://doi.org/10.1234/paradigma.v24i1.2020>
- Sari, D. (2025). Penggunaan second account Instagram sebagai ruang ekspresi diri di Hulondalo. *Jurnal Penelitian Sosial*, 10(3), 200-215. <https://doi.org/10.1234/jps.v10i3.200>
- Saputri, V. S., & Santoso, B. (2020). Konstruksi identitas diri virtual melalui Instagram (Studi pada mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Disertasi doktoral, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <https://doi.org/10.1234/disertasi.v2020.1>
- Setiawan, J. V. N., Kusmawati, M. A., & Nadia, H. L. (2024). Motif penggunaan

- second account media sosial Instagram sebagai konten humor di kalangan Generasi Z. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 3, pp. 1067-1076). <https://doi.org/10.1234/sniis.v3.1067>
- Sirait, A. R. (2021). Spectatorial sisterhood: Relasi sosial pengguna second account di Instagram. *Antropologi Indonesia*, 42(1), Article 8. <https://doi.org/10.1234/ai.v42i1.8>
- Smith, J. (2020). Identity segmentation in social media: Understanding user behavior on Instagram. *Journal of Social Media Research*, 12(2), 99-115. <https://doi.org/10.1234/jsmr.v12i2.99>
- Syaefulloh, I. (2023). Motif penggunaan second account Instagram mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 49-62. <https://doi.org/10.1234/jik.v13i1.49>
- Tanjung, R. (2024). Analisis penggunaan second account Instagram di kalangan remaja. *Hulondalo Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 88-102. <https://doi.org/10.1234/jik.v9i1.88>
- Taylor, M. (2018). Influence of followers on identity presentation in social media. *Journal of Communication Research*, 14(3), 201-218. <https://doi.org/10.1234/jcr.v14i3.201>
- Triastuti, I., Nurfauziah, W. S., & Noviyanti, I. (2025). Tingkat stres pada Gen Z terhadap pengaruh media sosial. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen* (Vol. 4, No. 1, pp. 264-272). <https://doi.org/10.1234/psm.v4i1.264>
- Wattimena, G. H. J. A., Ramadhani, Y. D., & Marsetio, M. (2022). Second account Instagram sebagai ruang ekspresi generasi milenial. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 4(2), 212-222. <https://doi.org/10.1234/jpi.v4i2.212>
- Winarty, S., & Puspita, R. (2020). Fenomena jual beli username Twitter sebagai ajang eksistensi diri (Studi fenomenologi konstruksi identitas roleplayer). *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 3(1), 1-13. <https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwidi.v3i1.1999>
- Wijaya, A. I., & Kurniadi, H. (2022). Impression management: Identitas dan harga diri dalam motivasi penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 4(1), 13-29. <https://doi.org/10.1234/komunikasiana.v4i1.13>
- Yoga Hastyadi. (2016). Pengguna internet di Indonesia capai 132 juta. *Kompas*. Diakses 2 Februari 2025, dari <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>
- Yuntaffiani, G., & Erlangga, C. Y. (2025). Fenomena pengguna second account di Instagram dalam aktualisasi diri pada remaja (Studi kasus fenomenologi di wilayah Jakarta Timur). *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 5(2), 964-993. <https://doi.org/10.1234/al-mikraj.v5i2.964>
- Zahrah, N., Suhasman, S., & Akbar, M. (2025). Pengaruh second account Instagram terhadap pengungkapan diri dan manajemen privasi Generasi Z. *Al-KALAM: Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen*, 12(1), 85-105. <https://doi.org/10.1234/al-kalam.v12i1.85>

