

Analisis Self-Expression Generasi Z dalam Penggunaan Second Account Instagram: Studi Dramaturgi pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Valda Anggun Pracanda¹⁾, Hersanto Fajri²⁾, Rofiah³⁾

^{1,2,3)}Universitas Ibn Khaldun Bogor

¹⁾valdaap85@gmail.com, ²⁾hersanto.fajri@uika-bogor.ac.id, ³⁾rofiaah@uika-bogor.ac.id

Abstrak. Tingginya penggunaan Instagram di kalangan Generasi Z memunculkan fenomena kepemilikan akun kedua (*second account*) sebagai ruang ekspresi diri yang terpisah dari tekanan presentasi pada akun pertama, sebuah temuan yang juga terjadi pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) meski dibekali nilai tentang keterbukaan dalam komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk ekspresi diri pada mahasiswa Gen Z serta dampak psikologis dan dampak sosial yang dirasakan dalam penggunaan *second account* Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang berfokus pada lima mahasiswa KPI UIKA Bogor yang aktif menggunakan *second account* Instagram. Data diperoleh melalui wawancara, observasi konten, dan dokumentasi akun Instagram informan, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman serta kerangka dramaturgi Erving Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun pertama berfungsi sebagai *front stage* untuk presentasi diri yang lebih formal, sedangkan akun kedua berfungsi sebagai *backstage* untuk ekspresi diri yang lebih spontan dan personal. Bentuk ekspresi yang muncul meliputi ekspresi verbal, emosional, dan kreatif, dengan dampak psikologis dan sosial yang seluruhnya positif berupa rasa nyaman, keterbukaan, dan kedekatan relasional yang lebih erat.

Kata kunci: *Self-Expression, Second Account, Generasi Z, Dramaturgi*

Abstract. The high use of Instagram among Generation Z has given rise to the phenomenon of "second accounts" as a space for self-expression separate from the pressure to present a certain image on their main accounts—a finding that also applies to students in the Islamic Communication and Broadcasting (KPI) program, even though they are taught the value of openness in communication. This study aims to analyze the forms of self-expression among Gen Z students as well as the psychological and social impacts they experience from using a second Instagram account. This study employs a qualitative approach using a case study method focused on five KPI students at UIKA Bogor who actively use secondary Instagram accounts. Data were collected through interviews, content observation, and documentation of the informants' Instagram accounts, and were subsequently analyzed using the Miles and Huberman interactive model and Erving Goffman's dramaturgical framework. The results indicate that the primary account functions as a "front stage" for more formal self-presentation, while the secondary account serves as a "backstage" for more spontaneous and personal self-expression. The forms of expression observed include verbal, emotional, and creative expressions, with entirely positive psychological and social impacts, such as a sense of comfort, openness, and closer relational bonds.

Keywords: *self-expression, second account, Generation Z, dramaturgy*

PENDAHULUAN

Media sosial telah mengubah cara individu berkomunikasi dan mempresentasikan diri. Dengan Instagram sebagai salah satu platform paling diminati di Indonesia, tercatat ada 103 juta pengguna aktif pada Januari 2025 dan terus bertumbuh seiring laporan Digital 2026: Indonesia yang mencatat lonjakan pengguna media sosial nasional menjadi 180 juta.¹ Mayoritas pengguna berasal dari rentang usia 18 hingga 34 tahun, yang merupakan Generasi Z dan milenial muda, kelompok yang tumbuh sebagai digital natives dan menjadikan Instagram sebagai ruang utama untuk pembentukan identitas dan *self-expression*.²

Seiring meningkatnya popularitas Instagram, muncul tren kepemilikan akun kedua atau *second account* di kalangan Generasi Z. Fenomena *second account* muncul sebagai tekanan sosial yang dirasakan pengguna terhadap akun utama (*first account*) mereka. Di akun pertama, pengguna sering merasa harus mempertahankan citra tertentu, menjaga konsistensi estetika, dan mengelola kesan di hadapan *audiens* yang lebih luas. Namun sebaliknya, akun kedua memberikan ruang yang lebih bebas di mana pengguna dapat menampilkan diri tanpa takut dinilai oleh orang-orang di lingkaran sosial utama mereka. Oleh karena itu, banyak dari mereka yang menjadikan akun kedua sebagai media *self-expression*.

Self-expression (ekspresi diri) adalah ungkapan atau pernyataan perasaan dan jati diri seseorang. Menurut Kim dan Ko, *self-expression* berarti "*expressing one's thoughts and feelings, and these expressions can be accomplished through words, choices or actions*"³ yang berarti mengungkapkan pikiran dan perasaan seseorang yang dapat diwujudkan melalui kata-kata, pilihan, maupun tindakan. Dalam konteks ini, fenomena *second account* menjadi manifestasi nyata dari kebutuhan ekspresi diri yang tidak dapat sepenuhnya tersalurkan pada akun utama.

Fenomena ini menarik untuk dikaji pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIKA Bogor, sebab selain sebagai anggota Generasi Z yang terlibat dalam dinamika sosial digital, mereka juga dibekali nilai-nilai keislaman yang menekankan kejujuran dan tanggung jawab dalam berkomunikasi, sehingga berpotensi memunculkan konflik antara prinsip komunikasi yang menekankan *shidq* (kejujuran) dengan cara mereka mengelola identitas

¹ DataReportal. "Digital 2026: Indonesia," November 05, 2025.

² Cindy Nurlaila et al., "Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet," *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi* 1, no. 6 (November 20, 2024): 43–51.

³ Ackerman, C. E. *What Is Self-Expression? (20 Activities + Examples)*. PositivePsychology.Com, (August 13, 2025).

ganda di media sosial. Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji *second account* pada Generasi Milenial maupun Generasi Z secara umum, tetapi penelitian yang secara spesifik menyoroti mahasiswa komunikasi berbasis nilai keislaman masih sangat terbatas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk ekspresi diri Generasi Z dalam penggunaan *second account* Instagram serta dampak psikologis dan sosial yang dirasakan, menggunakan kerangka teori dramaturgi Erving Goffman sebagai pisau analisis utama, sekaligus meninjau dimensi etika komunikasi Islam yang relevan dengan latar belakang subjek penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain *embedded single case study* (studi kasus tunggal terpancang). Kasus yang diteliti adalah fenomena ekspresi diri mahasiswa KPI UIKA Bogor Angkatan 2022 melalui *second account* Instagram. Pemilihan desain studi kasus tunggal didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian ini berfokus pada satu konteks kelompok yang unik, yaitu mahasiswa program studi komunikasi berbasis nilai keislaman yang secara bersamaan menjadi pengguna aktif media sosial. Status *embedded* (terpancang) diberikan karena dalam satu kasus tersebut terdapat beberapa sub-unit analisis berupa individu-individu informan yang masing-masing memberikan data berbeda namun tetap diikat oleh konteks yang sama.⁴

Subjek penelitian dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu.⁵ Kriteria tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Terdaftar sebagai mahasiswa aktif KPI UIKA Bogor angkatan 2022
- 2) Memiliki lebih dari satu akun instagram yang aktif digunakan minimal selama tiga bulan terakhir
- 3) Berusia antara 18 hingga 24 tahun (kategori Gen Z)
- 4) Bersedia menjadi informan penelitian

Data dikumpulkan melalui tiga teknik, yaitu wawancara semi-terstruktur dengan pedoman pertanyaan yang mengacu pada konsep dramaturgi Goffman, Observasi tidak terstruktur terhadap konten akun kedua informan, serta dokumentasi berupa tangkapan layar

⁴ Yin, R. K. Case Study Research and Applications, 6th ed. (Sage Publications, 2018).

⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, 1st ed. (Bandung: Alfabeta, 2017).

konten relevan yang dikumpulkan sebagai data pendukung. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber, dengan membandingkan data antarinforman, dan triangulasi teknik, dengan membandingkan hasil wawancara terhadap hasil observasi konten. Analisis data mengikuti model interaktif Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, serta penarikan kesimpulan yang diinterpretasikan melalui kerangka dramaturgi Goffman.

Proses kategorisasi temuan dilakukan melalui tahapan berikut. Pertama, peneliti melakukan reduksi data dengan menandai segmen wawancara yang relevan dengan fokus penelitian. Kedua, segmen-segmen tersebut diberi kode awal berupa label konseptual (misalnya: "perbedaan identitas", "konten spontan", "rasa nyaman"). Ketiga, kode-kode awal yang memiliki kesamaan tema dikelompokkan ke dalam kategori yang lebih besar. Keempat, kategori tersebut dikonfirmasi dengan data observasi konten akun Instagram informan. Melalui proses tersebut, ditemukan 4 kategori utama: (1) perbedaan identitas diri, (2) motivasi pembuatan *second account*, (3) bentuk ekspresi diri, dan (4) dampak penggunaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan lima informan mahasiswa KPI UIKA Bogor Angkatan 2022 yang masing-masing aktif menggunakan *second account* Instagram. Berikut data informan penelitian:

- AR, Perempuan, 23 Tahun
- ME, Perempuan, 23 Tahun
- SA, Perempuan, 22 Tahun
- FA, Perempuan, 22 Tahun
- AN, Laki-Laki, 22 Tahun

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, ditemukan empat kategori temuan utama yaitu:

1. Perbedaan Identitas diri

Seluruh informan secara konsisten membangun dua identitas berbeda pada dua akun Instagram yang mereka miliki. Akun pertama digunakan untuk presentasi diri formal dengan konten yang dikurasi secara cermat, sebagaimana terlihat pada AR yang berorientasi membangun *personal branding* dan ME yang berfokus menjaga citra diri.

"Akun pertama aku itu untuk publik dan mencari relasi luas dengan siapa pun, terutama membangun personal branding sesuai dengan minat aku. Biasa sering up reels, feeds, dan story. sedangkan aku kedua aku buat hanya untuk orang"terdekat yang mengetahui segala singkat kerandoman dan proses atau behind the scene kehidupankuu" (AR, 15 Mei 2026)

Akun kedua digunakan sebagai ruang yang lebih personal dan tidak terkurasi, seperti diungkapkan SA yang menggambarkan akun pertama hanya menampilkan "kulit" kehidupannya, sementara akun kedua memuat "kulit dan daging" secara utuh.

"Kalau yang pertama itu lebih kayak sekadar hanya sebatas kulit kehidupan saya, lalu yang kedua, second account itu lebih ke mau kulit dan daging itu udah ada di situ semua, ya, isinya gitu, dari itu bener-bener kayak intim-intim banget sih buat cerita gitu, ya, di dalam second account gitu." (SA, 04 Mei 2026)

Berikut adalah dokumentasi perbandingan identitas diri dari akun pertama dan akun kedua para informan.



Gambar 1

Profil Akun Instagram Pertama AR



Gambar 2

Profil Akun Instagram Kedua AR



Gambar 3

Profil Akun Instagram Pertama ME



Gambar 4

Profil Akun Instagram Kedua ME



Gambar 5

Profil Akun Instagram Pertama SA



Gambar 6

Profil Akun Instagram Kedua SA



Gambar 7

Profil Akun Instagram Pertama FA



Gambar 8

Profil Akun Instagram Kedua FA



Gambar 9

Profil Akun Instagram Pertama AN



Gambar 10

Profil Akun Instagram Kedua AN

Terlihat jelas perbedaan identitas diri yang ditampilkan pada kedua akun. Pada akun pertama, para informan menggunakan foto profil yang menampilkan wajah mereka secara jelas dan mencantumkan identitas yang lebih lengkap melalui bio akun, seperti nama, minat profesi, afiliasi komunitas, serta domisili. Jumlah pengikut (*followers*) pada akun pertama juga relatif lebih banyak dibandingkan dengan akun kedua, yang menunjukkan bahwa akun tersebut digunakan untuk berinteraksi dengan khalayak yang lebih luas. Selain itu, penggunaan username pada akun pertama cenderung memakai nama asli mereka agar mudah dikenali sehingga mencerminkan identitas diri yang ingin ditampilkan kepada publik.

Sementara itu, pada akun kedua, informan menggunakan foto profil yang tidak menampilkan wajah mereka secara jelas. Bio akun juga dibuat lebih sederhana dengan informasi yang terbatas, bahkan hanya berisi kutipan atau caption tertentu. Penggunaan username pada akun kedua juga cenderung menggunakan nama samaran yang tidak secara langsung menunjukkan identitas mereka. Dan jumlah pengikut pada akun kedua tentunya lebih sedikit dibandingkan dengan akun pertama, yang menunjukkan akun tersebut hanya ditujukan untuk lingkaran pertemanan yang lebih terbatas dan privat.

2. Motivasi pembuatan *second account*

Berdasarkan hasil wawancara, motivasi pembuatan second account dikategorikan menjadi dua pola yang berbeda yang ditemukan. Pola pertama yaitu kebutuhan untuk memisahkan

ruang publik dan privat ditemukan pada empat informan (FA, ME, AR, SA). Pola kedua, yaitu hambatan psikologis yang ditemuakn secara khusus pada informan AN.

Empat informan menyatakan bahwa akun kedua dibuat agar memiliki ruang yang lebih bebas dan hanya dapat diakses oleh orang-orang terdekat. SA secara spesifik mengungkapkan kekhawatiran akan mengganggu *audiens* publik jika terlalu sering mengunggah konten personal.

"...karena saya sendiri di akun pertama itu takut mengganggu orang ya makanya kayak spam gitu kan makanya saya tuh pengen buat second akun yang dimana orang-orang terdekat saya yang bisa melihat saya mengekspresikan diri dengan penuh kebebasan saya gitu" (SA, 04 Mei 2026)

Pola kedua ditemukan pada AN, yang motivasinya tidak berasal dari kebutuhan memisahkan audiens, melainkan dari hambatan psikologis berupa rasa malu dan kecenderungan introvert yang membuatnya tidak nyaman tampil di akun pertama.

"Nah alasannya ya mungkin karena ini aja ya Saya kan orangnya introvert gitu Terus biar kalau upload-upload di akun pertama kan malu gitu ya jadi ya bikin second account buat upload-upload aja sih" (AN, 04 Mei 2026)

3. Bentuk Ekspresi Diri di *Second Account*

Hasil analisis terhadap data wawancara dan observasi menunjukkan bahwa ekspresi diri yang ditampilkan informan pada akun kedua Instagram memiliki karakteristik yang berbeda dengan akun pertama. Perbedaan tersebut terlihat dari cara informan memilih dan membagikan konten. Pada akun utama, informan cenderung mempertimbangkan citra diri serta audiens yang lebih luas sehingga konten yang diunggah lebih selektif. Sebaliknya, akun kedua dimanfaatkan sebagai ruang yang lebih personal sehingga informan merasa lebih bebas menampilkan aktivitas, pemikiran maupun perasaan tanpa tekanan untuk mempertahankan kesan tertentu.

Pernyataan tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh infoman ME sebagai berikut.

"Kalo di second karena itu ruang bebas dan orang orangnya aku percaya, jadi aku suka post aja apa yang aku mau. aku suka upload konten sehari hari, misalnya lagi kuliah, dipondok, ngajar sama anak anak" (ME, 11 Mei 2026)

Berdasarkan proses reduksi data, serta pengelompokan jawaban yang memiliki kesamaan makna, ditemukan tiga bentuk ekspresi utama pada akun kedua instagram, yaitu ekspresi

verbal, ekspresi emosional, dan ekspresi kreatif. Ketiga bentuk ekspresi tersebut muncul karena adanya pola penggunaan akun kedua yang relatif konsisten di antara para informan.

Kemudian, bentuk ekspresi verbal muncul dari pernyataan seluruh informan yang menunjukkan kecenderungan menggunakan fitur *Instagram Stories* untuk menuliskan curahan hati, pengalaman sehari-hari, opini, maupun pemikiran pribadi dalam bentuk teks. Kesamaan pola tersebut menunjukkan bahwa akun kedua berfungsi sebagai media penyampaian pesan secara langsung melalui bahasa. Bentuk ekspresi emosional terbentuk dari temuan bahwa beberapa informan lebih memilih mengunggah ulang (*repost*) konten berupa kutipan, video, atau gambar yang dianggap mampu merepresentasikan kondisi emosional yang sedang mereka rasakan. Pola ini ditemukan pada informan ME dan AR. Alih-alih mengungkapkan perasaan secara eksplisit, mereka mengekspresikan emosi melalui konten yang relevan dengan pengalaman pribadi.

Sementara itu, kategori ekspresi kreatif terbentuk karena sejumlah informan memanfaatkan akun kedua untuk menampilkan minat dan hobi yang jarang diperlihatkan pada akun utama. Bentuk ekspresi ini terlihat pada unggahan aktivitas olahraga oleh AN, fotografi dan memasak oleh SA, serta konten ringan dan humor dari TikTok yang dibagikan oleh FA. Kesamaan karakteristik tersebut menunjukkan bahwa akun kedua juga menjadi ruang untuk mengekspresikan kreativitas dan minat personal tanpa mempertimbangkan tuntutan citra yang dibangun pada akun utama.

4. Dampak Penggunaan

Seluruh informan melaporkan dua kategori utama mengenai dampak penggunaan akun kedua instagram, yaitu dampak psikologis dan dampak sosial. Kedua kategori tersebut muncul karena sebagian besar informan menggambarkan perubahan yang mereka rasakan setelah menggunakan akun kedua, baik terhadap kondisi emosional maupun hubungan interpersonal dengan lingkungan pertemanan.

Dari sisi psikologis, terbentuk dari kesamaan pengalaman informan yang merasa lebih nyaman, lebih bebas berekspresi, serta lebih terbuka dalam menyampaikan pikiran dan perasaan melalui akun kedua. Seluruh informan menggambarkan akun kedua sebagai ruang yang minim tekanan sosial karena hanya diakses oleh orang-orang yang telah dipercaya.

Kondisi tersebut membuat mereka tidak merasa khawatir terhadap penilaian negatif sebagaimana yang mereka rasakan ketika menggunakan akun utama

Hal tersebut diungkapkan oleh SA sebagai berikut.

"Kalau untuk di second account ya, lebih terbuka, lebih kayak bebas aja gitu di dalam second account gitu. Karena dari situ juga kita bisa cerita-cerita gitu kan tanpa harus takut yang tadi saya bilang. Terus disitu tidak ada yang namanya tertekan lalu insecure gitu." (SA, 04 Mei 2026)

Selain memberikan rasa nyaman, hasil analisis juga menunjukkan adanya dampak psikologis berupa meningkatnya kepercayaan diri pada salah satu informan. Temuan ini muncul karena AN mengungkapkan bahwa kebiasaan mengunggah konten di akun kedua membuatnya lebih berani membagikan konten pada akun utama. Meskipun pengalaman tersebut tidak dirasakan oleh seluruh informan, data ini menunjukkan bahwa akun kedua dapat menjadi ruang latihan sebelum individu menampilkan dirinya kepada audiens yang lebih luas.

"Semenjak ada di second account sih lebih terbuka, kayak yang awalnya nggak pernah banget post di first account tuh jadinya yang kita sering upload di second, akhirnya ada perasaan juga buat oh kayaknya harus upload juga deh di first gitu jadi lebih terbuka juga. Bisa jadi lebih percaya diri lah di first account nanti." (AN, 04 Mei 2026)

Selain dampak psikologis, hasil analisis juga menghasilkan kategori dampak sosial. Kategori ini terbentuk dari kesamaan jawaban seluruh informan yang menyatakan bahwa akun kedua mempermudah interaksi dengan teman-teman terdekat. Lingkungan pertemanan yang lebih terbatas membuat komunikasi berlangsung lebih santai, intens, dan tanpa tekanan untuk mempertahankan citra tertentu sebagaimana yang mereka rasakan pada akun utama. Pernyataan tersebut disampaikan oleh FA sebagai berikut.

"Kalau pake second account lebih dekat dan justru karena second account aku lebih sering DM orang lewat second account gitu. Lebih banyak obrol lewat sana." (FA, 18 Mei 2026)

Menariknya, selama proses wawancara tidak ditemukan adanya pola jawaban yang menunjukkan dampak negatif, seperti kecemasan, rasa terbebani, hubungan sosial yang renggang, maupun kesulitan dalam mengelola dua akun Instagram secara bersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa, bagi kelima informan, manfaat yang dirasakan dari penggunaan akun kedua lebih dominan dibandingkan dengan potensi dampak negatifnya.

Table 1
Ringkasan temuan penelitian

Aspek Temuan	Informan				
	FA	ME	SA	AN	AR
Motivasi membuat <i>second account</i>	Butuh ruang bebas	Butuh ruang bebas dan personal	Takut spam mengganggu, ingin bebas	Introvert, butuh ruang nyaman	Butuh ruang privat
Konten di <i>first account</i>	Travelling, ootd	Makeup, outfit, event brand	Live update, konten terkurasi	Foto pribadi, kegiatan kampus	Konten personal branding
Konten di <i>second account</i>	Konten random yang seru dan lucu	Dokumentasi, Kegiatan kuliah dan mengajar	Hobi: Fotografi & Konten memasak, curhatan.	Hobi olahraga, Keseharian, curhatan perasaan.	Kegiatan sehari-hari
Kebebasan bersekspresi	First & <i>Second account</i>	<i>Second account</i>	<i>Second account</i>	<i>Second account</i>	<i>Second account</i>
Dampak keseluruhan	positif	positif	positif	positif	positif

Pembahasan

1. Dramaturgi Goffman dan Perbedaan Identitas di Media Sosial

Temuan perbedaan identitas diri pada kelima informan secara langsung menggambarkan kerangka dramaturgi Erving Goffman, di mana individu tidak menampilkan satu wajah yang konsisten, melainkan menyesuaikan penampilannya berdasarkan situasi, tempat, dan *audiens* yang dihadapi.⁶ Goffman membagi panggung kehidupan sosial ke dalam *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Di *front stage*, individu secara sadar menampilkan performa yang disesuaikan dengan ekspektasi audiens, sedangkan di *back stage*, individu dapat bersantai dari tuntutan performa tersebut.

Akun pertama para informan berperan sebagai *front stage*, wilayah di mana individu sengaja menampilkan diri kepada audiens luas dan berupaya mempertahankan kesan sesuai norma sosial yang berlaku. Sementara akun kedua berperan sebagai *back stage*, ruang yang

⁶ Inosensius Enryco Mokos and Salehudin, "Konstruksi Identitas Diri Remaja Di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 3 (August 10, 2025): 638–49.

membebaskan individu dari kewajiban menjaga penampilan. Hal tersebut diperkuat oleh Nanda (2025) yang menunjukkan bahwa akun pertama sebagai ruang presentasi diri formal dan terstruktur, sementara akun kedua menjadi wadah ekspresi diri yang lebih autentik, spontan, dengan interaksi lebih intens dan personal dalam komunitas terbatas.⁷ Perbedaan Metafora “kulit dan daging” yang diungkapkan SA secara tepat menggambarkan perbedaan antara penampilan yang dikonstruksi untuk publik dengan kenyataan diri yang utuh, sejalan dengan temuan Azhari dan Khairussalam (2024)⁸ mengenai *self-presenting* mahasiswa dalam perspektif dramaturgi.

2. Motivasi dan *Audience segregation*

Motivasi pembuatan *second account* yang ditemukan pada empat informan selaras dengan strategi pemisahan audiens (*audience segregation*) yang berakar dalam teori Goffman, yaitu upaya memisahkan penonton agar setiap kelompok hanya menyaksikan pertunjukan yang ditujukan untuknya. Temuan pada SA, yang membuat akun kedua karena kekhawatiran mengganggu *audiens* publik, menunjukkan bahwa tekanan menjaga penampilan di ruang digital tidak hanya bersumber dari dalam diri, tetapi juga dari norma sosial platform itu sendiri.

Sebaliknya, motivasi AN yang didorong oleh hambatan psikologis menunjukkan adanya variasi fungsi *back stage*. Pada kasus ini, akun kedua bukan sekadar ruang pelarian dari tekanan publik, melainkan menjadi ruang antara yang secara teknis tetap merupakan panggung karena terdapat *audiens*, namun dengan tekanan performatif yang jauh lebih rendah karena *audiensnya* telah dikenal dan dipercaya. Pola ini memperkuat temuan Watuseke et al. (2023) bahwa *second account* memberi Generasi Z kebebasan berekspresi yang memungkinkan unggahan lebih autentik dan personal.⁹

3. Bentuk Ekspresi Diri dan Logika Pemilihan Konten

Bentuk ekspresi diri yang ditemukan menunjukkan adanya perbedaan logika pemilihan konten antara *front stage* dan *back stage*. Di akun pertama, konten yang dipilih didasarkan

⁷ Nanda, V., Asih, S., & Walyono, “Dualitas Digital: Mengungkap Fenomena “Finsta” dan Strategi Komunikasi Gen Z pada *Second account* di Media Instagram,” *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no 3 (August 10, 2025): 582–594.

⁸ Muhammad Azhari and Khairussalam, “Self-Presenting Pada Instagram Dalam Perspektif Dramaturgi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat,” *Huma: Jurnal Sosiologi* 3, no. 1 (February 19, 2024): 64–76.

⁹ Watuseke, C., Warouw, D. M., & Mingkid, E, “Motif Generasi Z Dalam Bereksprei Diri Melalui Second Account Di Instagram”. *Acta Diurna Komunikasi* 5, no 3. (2023): 1-7.

pada nilai representasinya, yaitu apakah ini mencerminkan siapa saya ingin terlihat di mata publik? Di akun kedua, konten dipilih berdasarkan nilai ekspresinya, yaitu apakah ini mencerminkan apa yang saya rasakan atau alami saat ini? Perbedaan logika tersebut membuat konten di kedua akun seolah dibuat oleh dua orang yang berbeda, meskipun sebenarnya pemiliknya adalah individu yang sama.

Dalam penggunaan fitur Instagram, seluruh informan menunjukkan kecenderungan yang sama dalam hal fitur yang digunakan pada akun kedua, yaitu lebih dominan memanfaatkan Stories dibandingkan dengan feed. Walaupun fitur ini memiliki karakter yang impulsif, tidak bertahan lama, dan tekanan estetikanya lebih rendah dibandingkan dengan feed, stories menjadi strategi yang diminati, karena praktis dan efektif. Pemilihan fitur ini bukan kebetulan, melainkan karena ruang belakang digital para informan adalah ruang yang mengutamakan spontanitas dan perasaan yang terasa hangat, bukan kesan visual yang terlihat sempurna.

4. Dampak Psikologis dan Sosial

Dampak psikologis dan sosial yang seluruhnya positif memperluas pemahaman atas fungsi *backstage* dalam konteks digital. Temuan pada AN, yaitu meningkatnya kepercayaan diri di akun pertama setelah aktif berekspresi di akun kedua, menunjukkan bahwa *backstage* tidak hanya berfungsi sebagai ruang pelarian dari tekanan *frontstage*, tetapi juga dapat berfungsi sebagai ruang inkubasi sosial yang melatih keberanian berekspresi sebelum dibawa ke panggung yang lebih luas.

Dari sisi sosial, kedekatan relasional yang lebih erat pada akun kedua sejalan dengan temuan Salma, dkk. (2024) bahwa mahasiswa memanfaatkan *second account* untuk mempertahankan hubungan interpersonal dengan teman dekat di dunia nyata.¹⁰ Kesadaran informan dalam memilah *audiens* secara hati-hati sebelum membagikan konten personal turut mencerminkan internalisasi nilai kepercayaan dan tanggung jawab berkomunikasi, relevan dengan latar belakang akademik mereka sebagai mahasiswa komunikasi berbasis keislaman.

5. Perspektif Etika Komunikasi Islam

Temuan penelitian ini tidak terlepas dari konteks latar belakang subjek penelitian sebagai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang secara akademik dibekali nilai-nilai etika komunikasi Islam. Salah satu prinsip paling mendasar dalam komunikasi Islam adalah

¹⁰ Jihan Salma et al., "Fenomena *Second account* Oleh Mahasiswa Pada Media Sosial Instagram," *Interaksi Online* 12, no. 3 (2024).

kejujuran atau *ṣidq*. Saggaf, et al., (2021) menegaskan bahwa kejujuran dalam menyampaikan pesan merupakan prinsip utama komunikasi Islam yang bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah, dan tidak tegaknya prinsip ini dalam setiap proses komunikasi akan berakibat fatal bagi individu maupun masyarakat Muslim.¹¹

Fenomena pengelolaan dua akun Instagram yang ditemukan dalam penelitian ini memunculkan tegangan yang menarik jika dilihat dari prinsip *ṣidq* tersebut. Pada satu sisi, akun pertama yang penuh dengan konten terkurasi dan personal branding dapat dibaca sebagai bentuk *impression management* yang berpotensi menampilkan citra diri yang tidak sepenuhnya autentik. Pada sisi lain, data penelitian ini justru menunjukkan sebaliknya: akun kedua digunakan para informan sebagai ruang untuk tampil lebih jujur, lebih apa adanya, dan lebih bebas dari konstruksi sosial yang membebani. Dalam konteks ini, *second account* bukan ruang kepalsuan, melainkan justru ruang di mana nilai *ṣidq* lebih dapat diwujudkan secara nyata.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Amelia (2024) yang mengkaji mahasiswi muslimah pengguna *second account* Instagram dan menemukan bahwa *second account* memberikan ruang ekspresi yang lebih bebas dan jujur tanpa tekanan sosial yang ada di akun utama.¹² Kesamaan pola antara penelitian tersebut dengan penelitian ini memperkuat argumen bahwa bagi individu Muslim yang aktif di media sosial, *second account* berfungsi sebagai mekanisme untuk menyeimbangkan tuntutan performatif ruang publik digital dengan dorongan batin untuk tampil secara autentik sesuai nilai kejujuran yang mereka yakini

Kesadaran informan dalam membatasi audiens akun kedua hanya kepada orang-orang yang dipercaya juga mencerminkan internalisasi nilai *amanah* (kepercayaan) dalam komunikasi Islam. Para informan tidak sembarangan membuka diri, melainkan memilih penerima pesan secara selektif dan penuh pertimbangan. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi Islam yang menekankan bahwa penyampaian informasi personal harus mempertimbangkan konteks dan hubungan kepercayaan antara komunikator dan komunikan.¹³ Dengan demikian, fenomena *second account* pada mahasiswa KPI bukan sekadar

¹¹ Saggaf, M. I., Arif, M. W., Habibie, M., & Atqiya, K. "Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial." *Journal of Communication Studies* 1, no. 1 (2021): 15–29.

¹² Amelia, C. "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah." *Jurnal Audiens* 5, no. 4 (2024): 591–606.

¹³ Saggaf, M. I., Arif, M. W., Habibie, M., & Atqiya, K. . Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. *Journal of Communication Studies* 1, no. 1 (2021): 15–29.

praktik digital yang bebas nilai, melainkan praktik yang secara tidak langsung bersentuhan dengan dan mencerminkan internalisasi nilai-nilai etika komunikasi Islam yang mereka pelajari dalam konteks akademik

6. Kontribusi Teoretis

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa pembagian biner antara *front stage* dan *back stage* dalam teori dramaturgi klasik Goffman perlu diperluas untuk menjelaskan fenomena second account di media sosial. Ruang yang dibangun pada akun kedua bukanlah *backstage* murni tanpa penonton, melainkan ruang performatif bertekanan rendah yang tetap melibatkan audiens yang telah melalui proses seleksi ketat berdasarkan kepercayaan personal. Perbedaan mendasar antara *backstage* Goffman dengan panggung intim yang penelitian ini tawarkan terletak pada ada atau tidaknya audiens. Dalam konsep backstage asli Goffman, ruang belakang sepenuhnya bebas dari penonton. Namun, pada konteks *second account*, "panggung belakang" ini tidak pernah benar-benar sepi. Selalu ada audiens, hanya saja audiens tersebut adalah orang-orang yang dipercaya, yang dikenal secara personal, dan yang dianggap aman untuk menyaksikan sisi diri yang lebih autentik. Penelitian ini menyebut ruang ini sebagai panggung intim (*intimate stage*), yang secara konseptual berada di antara *front stage* dan *back stage*.

Model baru interaksi media sosial yang penelitian ini tawarkan dapat digambarkan sebagai spektrum tiga lapis:

a. Front Stage (Akun Pertama)

Audiens: luas, tidak terpilih.

Logika konten: representasi

Karakter: Terkurasi, terstruktur, berorientasi kesan.

b. Intimate Stage / Panggung Intim (Akun Kedua)

Audiens: terbatas, terpilih berdasarkan kepercayaan.

Logika konten: ekspresi.

Karakter: spontan, autentik, berorientasi hubungan. Ini adalah konsep baru yang tidak ada dalam teori Goffman asli.

c. Back Stage (Ruang Tanpa Audiens)

Audiens: Tidak ada.

Logika: Pemulihan diri dari seluruh tuntutan performatif.

Karakter: Sepenuhnya privat, Ini yang Goffman maksud sebagai backstage asli.

Dengan kerangka tiga lapis ini, *second account* tidak dapat lagi disederhanakan sebagai "akun belakang" semata. Ia adalah panggung tersendiri dengan logika sosial dan komunikatif yang unik: cukup terbuka untuk menjadi media ekspresi diri yang bermakna, namun cukup terbatas untuk terasa aman. Kontribusi konseptual ini menjadi tambahan yang relevan terhadap teori dramaturgi Goffman dalam konteks media sosial kontemporer, khususnya dalam menjelaskan perilaku pengguna yang semakin kompleks dalam mengelola identitas digital ganda.

PENUTUP

Simpulan

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIKA Bogor menggunakan *second account* Instagram sebagai mekanisme dramaturgis untuk memisahkan dua ruang presentasi diri: akun pertama berfungsi sebagai front stage yang formal dan terkurasi, sedangkan akun kedua berfungsi sebagai ruang ekspresi yang lebih spontan dan autentik. Bentuk ekspresi diri yang muncul meliputi ekspresi verbal (curhat di Stories), emosional (repost konten), dan kreatif (hobi, konten TikTok, fotografi).

Dampak penggunaan *second account* yang dirasakan seluruh informan bersifat positif, baik secara psikologis maupun sosial. Dari perspektif etika komunikasi Islam, fenomena ini tidak dapat dinilai secara hitam-putih: di satu sisi terdapat potensi tegangan dengan nilai *shidq* ketika akun pertama digunakan untuk membangun citra yang terlalu ideal, namun di sisi lain akun kedua justru menjadi ruang di mana nilai kejujuran dan keaslian lebih dapat diwujudkan.

Penelitian ini menawarkan kontribusi teoretis berupa model panggung intim (*intimate stage*) yang memperbarui pembagian biner front stage dan back stage dalam teori dramaturgi Goffman. Panggung intim merupakan ruang performatif bertekanan rendah yang melibatkan audiens terbatas dan terpercaya, berbeda dari backstage asli Goffman yang sepenuhnya bebas dari penonton. Model tiga lapis Front Stage-Intimate Stage-Back Stage ini menawarkan kerangka yang lebih adaptif untuk memahami kompleksitas pengelolaan identitas di era media sosial kontemporer.

Saran

Penelitian ini terbatas pada lima informan dari satu program studi, penelitian selanjutnya disarankan untuk: (1) memperluas cakupan informan dengan latar belakang program studi yang lebih beragam (2) mengembangkan instrumen penelitian yang secara spesifik mengukur sejauh mana nilai-nilai etika komunikasi Islam terinternalisasi dalam perilaku media sosial mahasiswa KPI, dan (3) mengeksplorasi model panggung intim pada platform media sosial lain seperti Twitter/X atau TikTok untuk menguji applicability konsep ini di luar konteks Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Ackerman, C. E. (2025, August 13). What Is *Self-expression*? (20 Activities + Examples). PositivePsychology.Com. <https://positivepsychology.com/self-expression/>
- 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>
- Azhari, Muhammad, & Khairussalam. (2024). *Self-presenting* Pada Instagram Dalam Perspektif Dramaturgi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 3(1), 64–76. <https://doi.org/10.20527/h-js.v3i1.207>
- DataReportal. "Digital 2026: Indonesia," November 05, 2025. [Digital 2026: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights](#)
- Mokos, I. E., & Salehudin. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja Di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 638–49. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4690>
- Nanda, V., Asih, S., & Walyono. (2025). Dualitas Digital: Mengungkap Fenomena "Finsta" dan Strategi Komunikasi Gen Z pada *Second account* di Media Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 582–594. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4503>
- Nazir, Moh. (2009). METODE PENELITIAN (7th ed.). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 43–51. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Saggaf, M. I., Arif, M. W., Habibie, M., & Atqiya, K. (2021). Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. *Journal of Communication Studies*, 1(01), 15–29. <https://doi.org/10.37680/jcs.v1i01.698>
- Salma M, J., Noor Rakhmad, w., & Bayu Widagdo, M. (2024). Fenomena *Second account* Oleh Mahasiswa Pada Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 12(3), 744-751. <https://www.fisip.undip.ac.id>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Sofia Yustiyani Suryandari. 1st ed. Bandung: Alfabeta.
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications (6th ed.). Sage Publications.
- Watusoke, C., Warouw, D. M., & Mingkid, E. (2023). Motif Generasi Z Dalam Bereksprei Diri Melalui Second Account Di Instagram. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/55475>