

Analisis pengungkapan diri pengguna *second account* instagram: studi etnografi virtual

Galuh Setyaji Pamungkas^{1*}, Rino Andreas²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia

²Komunikasi Terapan, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

*Email korespondens: L100220022@student.ums.ac.id

Diterima: 23 Februari 2026; Direvisi: 3 Maret 2026; Terbit: 30 April 2026

Abstract

The development of social media encourages individuals to seek alternative spaces for more flexible and private self-expression to overcome the limitations of self-presentation on their primary account. This study aims to analyze the phenomenon of self-disclosure among Instagram second account users through a virtual ethnographic study. This study uses a qualitative approach with a virtual ethnographic method within the constructivism paradigm, which views reality as a result of social construction through online interactions. The research subjects consisted of five informants aged 21–23 years who actively use their second account. Data were collected through in-depth interviews, observation of communication activities on the second account, and documentation in the form of screenshots of posts and interactions that occur. The results show that self-disclosure practices on the second account encompass five main dimensions, namely the intention for personal documentation and emotional release; honesty in presenting oneself as it is and in real-time; depth of information that touches on personal aspects such as self-identity and family; emotional valence, both positive and negative; and a breadth of topics ranging from hobbies and friendships to romantic issues and academic pressure. Through Erving Goffman's dramaturgical perspective, the primary account is understood as a front stage to maintain self-image, while the second account functions as a back stage that provides a sense of security, closeness, and freedom in displaying an authentic identity without the pressure of digital social norms..

Keywords: Instagram second account; dramaturgy; virtual ethnography; self-disclosure.

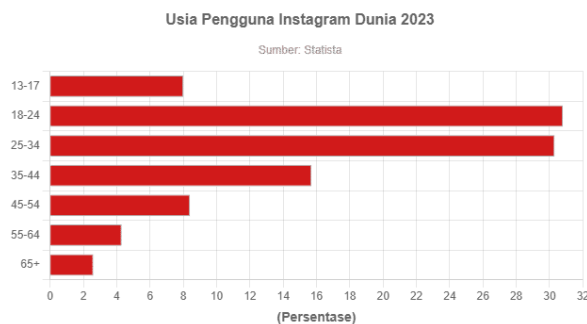
Abstrak

Perkembangan media sosial mendorong individu mencari ruang alternatif untuk mengekspresikan diri secara lebih fleksibel dan privat guna mengatasi keterbatasan presentasi diri pada akun utama (*first account*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena pengungkapan diri (*self-disclosure*) pengguna *second account* Instagram melalui studi etnografi virtual.. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual dalam paradigma konstruktivisme, yang memandang realitas sebagai hasil konstruksi sosial melalui interaksi *daring*. Subjek penelitian terdiri atas lima informan berusia 21–23 tahun yang aktif menggunakan akun kedua. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi aktivitas komunikasi pada *second account*, serta dokumentasi berupa tangkapan layar unggahan dan interaksi yang terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *self-disclosure* pada *second account* mencakup lima dimensi utama, yaitu intensi untuk dokumentasi pribadi dan pelepasan emosi; kejujuran dalam menampilkan diri secara apa adanya dan *real-time*; kedalaman informasi yang menyentuh aspek personal seperti identitas diri dan keluarga; valensi emosional baik positif maupun negatif; serta keluasan topik yang beragam mulai dari hobi, pertemanan, hingga persoalan asmara dan tekanan akademik. Melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman, akun utama dipahami sebagai *front stage* untuk menjaga citra diri, sedangkan *second account* berfungsi sebagai *back stage* yang menghadirkan rasa aman, kedekatan, dan kebebasan dalam menampilkan identitas autentik tanpa tekanan norma sosial digital.

Kata-kata kunci: Akun kedua instagram; dramaturgi; etnografi virtual; pengungkapan diri.

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi internet telah mendorong transformasi dalam pola komunikasi antarindividu (Burhanuddin et al., 2024). Internet memungkinkan interaksi melalui media sosial menjadi lebih fleksibel, cepat, dan luas (Jati & Rahayu, 2023; Putri & Astini, 2024) (Jati & Rahayu, 2023; Putri & Astini, 2024). Di Indonesia, Instagram menjadi salah satu platform paling dominan. Data menunjukkan Indonesia menempati posisi keempat global dengan 104,8 juta pengguna (Bebasari et al., 2025), di mana penetrasinya terus meningkat hingga mencapai 86,5% pada tahun 2023 (Irwanda et al., 2024). Popularitas ini didukung oleh beragam fitur seperti unggahan foto/video, *instastory*, *caption*, hingga fitur privasi seperti mengunci akun (Kurniawan et al., 2022). Fitur-fitur tersebut tidak hanya menjadikan Instagram sebagai media berbagi, tetapi juga ruang arsip visual pribadi bagi penggunanya (Andreas, 2020).



Gambar 1 Usia pengguna Instagram di dunia
Sumber: Goodstats data

Tingginya intensitas penggunaan Instagram berdampak signifikan terhadap aktivitas *self-disclosure* penggunanya, yang merupakan bagian inti dari komunikasi interpersonal (Firmansyah et al., 2024). *Self-disclosure* sendiri didefinisikan sebagai keterbukaan informasi pribadi yang biasanya disembunyikan dari orang lain (Andrian et al., 2022). Namun, dimensi pengungkapan diri ini sering kali menemui hambatan pada akun utama akibat tekanan presentasi diri yang ideal. Hal inilah yang mendorong munculnya *second account* sebagai ruang alternatif untuk mengatasi keterbatasan tersebut (Jati & Rahayu, 2023). Melalui akun kedua, pengguna dapat mengekspresikan diri secara bebas tanpa beban sosial (Bilqis et al., 2024), sering kali dengan menggunakan nama samaran serta seleksi pengikut yang lebih ketat demi menjaga privasi (Permana & Sutedja, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengeksplorasi fenomena serupa. Kirana & Pribadi, (2021), melalui studi dramaturgi pada akun *alter* Twitter, menemukan adanya dikotomi antara *front stage* digital dan *back stage* di dunia nyata. Sementara itu, Prihantoro et al., (2020) menyoroiti bahwa *second account* Instagram bagi generasi milenial berfungsi sebagai ruang intim yang meningkatkan rasa percaya diri melalui interaksi yang terbatas pada orang terdekat. Senada dengan hal tersebut, Widodo et al., (2024). menemukan bahwa pengungkapan diri mahasiswa di akun kedua mencakup aspek aktivitas pribadi, percintaan, hingga opini yang lebih bebas. Berbeda dengan studi-studi tersebut, penelitian ini akan lebih dalam meninjau praktik *self-disclosure* melalui pendekatan etnografi virtual untuk menangkap realitas konstruksi sosial pengguna secara daring.

Meskipun penelitian-penelitian terdahulu memiliki kesamaan dalam mengkaji fenomena *second account*, mayoritas studi tersebut menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif secara umum. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menerapkan metode etnografi virtual, yang memungkinkan peneliti melakukan observasi lebih mendalam terhadap perilaku dan interaksi simbolik pengguna di ruang siber.

Pemilihan Instagram sebagai objek penelitian didasari oleh fakta bahwa platform ini merupakan media sosial dengan peminat terbesar di dunia, khususnya di kalangan anak muda (Widyaputri et al., 2022). Rentang usia 15–24 tahun diidentifikasi sebagai kelompok pengguna paling aktif yang memanfaatkan fitur berbagi visual untuk mengekspresikan diri (Kaligis et al., 2021). Keberadaan *second account* di platform ini menjadi krusial karena berfungsi sebagai ruang untuk menjaga kerahasiaan identitas, di mana pengguna dapat berekspresi secara autentik tanpa tuntutan standar estetika atau norma sosial yang sering kali membebani mereka di akun utama (Permana & Sutedja, 2021).

Secara teoretis, perilaku ini berkaitan erat dengan konsep diri, yaitu pemahaman individu tentang dirinya yang dipengaruhi oleh respon lingkungan (Tus, 2020). Dalam perkembangannya, terdapat dikotomi antara *real self* adalah gambaran diri apa adanya dan *ideal self* yaitu citra diri yang disesuaikan dengan ekspektasi orang lain (Ferryanti et al., 2021). Di era digitalisasi, interaksi yang beralih ke ruang siber (Deryansyah et al., 2022) melahirkan "konsep diri digital". Konsep ini mencerminkan bagaimana individu membentuk perasaan, kepribadian, dan sikap melalui media digital, yang dalam penelitian ini termanifestasi melalui penggunaan Instagram.

Communication Privacy Management Teori memberikan pemahaman batasan mengenai informasi pribadi yang mereka miliki (Sari & Florina, 2024). Individu dapat mengatur batasan

publik dan privat serta perasaan dan pikiran untuk dibagikan. Mereka mampu mengontrol informasi pribadi dengan menggunakan fitur privasi melalui *second account*.

Self-disclosure merupakan bentuk komunikasi saat individu memberikan informasi, menggambarkan, serta menunjukkan perilaku dirinya kepada orang lain. Konsep yang dikembangkan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham (Johari Window) ini menekankan bahwa keterbukaan informasi adalah dasar dalam membangun hubungan interpersonal (Sukarsa & Yuliana, 2023). Dalam konteks Instagram, konsep ini termanifestasi melalui cara individu mengekspresikan diri secara publik, seperti unggahan foto, video, *quotes*, *story*, hingga pengaturan privasi akun. Praktik pengungkapan diri ini memungkinkan individu melepaskan beban emosional, memperoleh respon, dan memperkuat ikatan sosial (Malonda et al., 2025). Jika awalnya konsep ini hanya diteliti dalam interaksi konvensional tatap muka, kini seiring perkembangan teknologi, *self-disclosure* telah bertransformasi secara masif ke dalam ruang digital media sosial.

Saat ini, individu cenderung tidak lagi melakukan pengungkapan diri melalui percakapan langsung, melainkan melalui representasi visual dan tekstual di ruang digital. Meskipun teori *self-disclosure* dikembangkan sebelum era media sosial, lima dimensinya tetap relevan digunakan dengan penyesuaian konteks digital. Menurut Mulyana, (2024)., kelima dimensi tersebut meliputi: (1) Valensi (*valence*), yakni sifat positif atau negatif dari informasi yang dibagikan; (2) Kedalaman (*depth*), yang merujuk pada keintiman dan sensitivitas informasi; (3) Keluasan (*breadth*), yaitu variasi topik yang diungkapkan; (4) Kejujuran (*honesty*), sejauh mana akurasi informasi yang diberikan; serta (5) Intensi (*intent*), yang merupakan motif atau tujuan di balik pengungkapan tersebut. Dengan demikian, penggunaan *second account* Instagram dapat dipahami sebagai praktik *self-disclosure* yang kompleks dalam ekosistem komunikasi digital.

Teori dramaturgi menggambarkan kehidupan manusia sebagai sebuah panggung pertunjukan (Gray et al., 2024). Melalui analogi teater, setiap individu dipandang sedang memainkan peran dan menampilkan citra diri tertentu sesuai dengan situasi sosial yang dihadapinya (Qian, 2022). Inti dari teori ini terletak pada pembagian ruang interaksi menjadi *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). *Front stage* merupakan ruang di mana individu mengonstruksi identitas idealnya agar terlihat baik di mata audiens, sementara *back stage* menjadi ruang bagi individu untuk menampilkan identitas personal yang lebih autentik tanpa tekanan kontrol sosial (Nabilla et al., 2024). Seluruh aktivitas presentasi diri kepada audiens ini dipahami sebagai sebuah pertunjukan (*performance*) (Yan et al., 2024).

Penerapan teori dramaturgi ini sangat relevan untuk menganalisis dinamika *self-disclosure* pengguna *second account* Instagram sebagai upaya pengelolaan panggung belakang digital mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengguna mengekspresikan diri mereka di akun kedua, termasuk bentuk, tujuan, serta dimensi pengungkapan diri yang muncul dalam praktik tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji fenomena tersebut melalui pendekatan etnografi virtual, sehingga dapat menggambarkan secara mendalam praktik pengungkapan diri pengguna *second account* dalam konteks media sosial. Hal ini selaras dengan rumusan masalah penelitian, yaitu “Bagaimana pengungkapan diri yang dilakukan pengguna *second account* Instagram?”

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Etnografi virtual merupakan adaptasi metode etnografi konvensional yang digunakan untuk meneliti dinamika kehidupan sosial di ruang digital (Hine, 2000). Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengungkap bagaimana fenomena siber dihasilkan, serta memahami pola relasi yang terbentuk melalui media virtual (Anggraini & Sugiyanto, 2021). Dengan paradigma konstruktivisme, penelitian ini memandang realitas sosial sebagai hasil pemaknaan mendalam atas pengalaman individu (Sahid & Budianto, 2022).

Data dikumpulkan melalui instrumen wawancara mendalam secara *daring* dan juga *luring*, observasi partisipatif pada aktivitas *second account*, dan dokumentasi digital. Analisis data dilakukan mengikuti model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi (Sahrin, 2022). Untuk menjamin keabsahan temuan, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik, di mana informasi yang dikumpulkan divalidasi melalui berbagai instrumen dan informan yang berbeda (Widodo et al., 2024).

Peneliti melakukan observasi partisipatif dan dokumentasi digital menggunakan akun *@guramegoreng* untuk memantau aktivitas komunikasi para informan secara langsung di ruang virtual. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria pengguna aktif *second account* dalam rentang usia 21–23 tahun. Profil informan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Profil Informan

No	Inisial	Username	Jenis Kelamin	Usia
1	IUH	@sallyyyyyyyy_	Perempuan	22
2	HJC	@_jennycumil	Perempuan	21
3	WA	@h3h3_____	Laki-laki	22
4	MT	@notmauraa	Perempuan	23
5	FBR	@lovedby_y0u	Laki-laki	22

Tabel 1. Daftar Informan Penelitian

Dari kelima sample diatas peneliti berharap dengan perbedaan latar belakang dan sudut pandang dapat menghasilkan jawaban yang menarik dan beragam sehingga data yang diolah dapat memberikan kebaruan dari studi pengungkapan diri melalui etnografi visual. Penelitian juga di dukung dari dokumentasi dan observasi berdasarkan akun yang sedang diteliti.

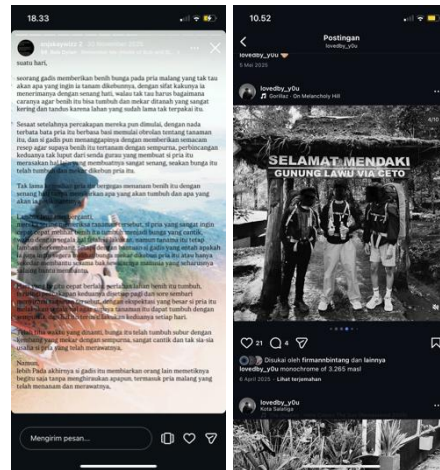
Hasil Penelitian dan Pembahasan

Self Disclosure

Pada bagian ini, peneliti memaparkan temuan lapangan mengenai praktik *self-disclosure* yang dilakukan informan melalui penggunaan *second account* Instagram. Merujuk pada konsep Joseph Luft dan Harry Ingham, pengungkapan diri menjadi fondasi utama dalam membangun relasi dan pola komunikasi (Sukarsa & Yuliana, 2023). Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap lima informan, peneliti menemukan dinamika pengungkapan diri yang kompleks. Analisis temuan tersebut dikategorikan ke dalam lima dimensi utama, yaitu: intensi, kejujuran, kedalaman, valensi, dan keluasan, yang sekaligus mencerminkan bagaimana individu mengelola batasan privasi mereka di ruang digital.

Intensi

Berdasarkan dimensi intensi, penelitian ini menemukan bahwa motif penggunaan *second account* bervariasi antara kebutuhan emosional dan dokumentasi pribadi. Hal ini sejalan dengan pendapat Febriani et al., (2021) bahwa intensi mencakup tujuan individu dalam mengungkap diri. Intensi yaitu seluas apa seseorang mengungkapkan diri dan untuk apa mereka mengungkapkannya, Berdasarkan hasil wawancara beberapa pengguna *second account* Instagram digunakan untuk mengekspresikan diri dengan beberapa tujuan yang berbeda.



Gambar 2 Sorotan WA dan Feeds BFR

“Tujuan saya kebanyakan untuk melampiaskan emosi seperti ketika saya sedang sedih. jadi saya sering membuat kata-kata seperti puisi” (WA, 29 Desember 2025)

Informan WA, misalnya, menggunakan akun kedua sebagai ruang katarsis emosional. Hasil observasi menunjukkan bahwa fitur *highlights* (sorotan) pada akun WA didominasi oleh narasi puitis yang merepresentasikan kegalauan hidup

“Posting buat kenangan seperti momen momen, ya momen perjalanan hidup ku lebih ke kayak temen temen, mulai dari aku nongkrong santai Bersama temen nyore di kali saya bagikan di situ, touring motor. Jadi ya seperti momen momen perjalanan, naik gunung saya bagikan di situ, jadi seperti momen perjalanan petualang saya bagikan di situ” (BFR, 30 Desember 2025).

Hasil informan BFR memiliki intensi yang lebih bersifat dokumenter. Baginya, *second account* berfungsi sebagai arsip digital untuk merekam perjalanan hidup—mulai dari mendaki gunung hingga momen kelulusan—tanpa tekanan estetika yang biasanya dituntut di akun utama. Perbedaan intensi ini menunjukkan bahwa *second account* memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk menentukan "panggung" mana yang paling nyaman untuk menampilkan sisi autentik mereka.

Bagi informan MT, *second account* bertransformasi menjadi sebuah *digital diary* yang bersifat multifungsi (Wawancara, 3 Januari 2026). Di satu sisi, akun ini menjadi ruang ekspresi spontan untuk menyalurkan emosi, baik melalui *quotes* penyemangat maupun narasi kelelahan yang bersifat katarsis. Di sisi lain, MT tetap mempertahankan unsur estetika personal melalui penyusunan *feeds* dan *highlight* yang lebih bebas dibandingkan akun utama. Hasil observasi menunjukkan bahwa meskipun akun ini merupakan panggung belakang (*back stage*), MT tetap melakukan kurasi terhadap identitas visualnya. Hal ini menegaskan bahwa penggunaan akun kedua bagi informan bukan sekadar sarana dokumentasi acak, melainkan upaya

membentuk ruang personal yang aman untuk mengekspresikan pengalaman dan identitas diri tanpa beban ekspektasi sosial dari audiens di akun utama.

Informan HJC (5 Januari 2026) menunjukkan bahwa dimensi kejujuran dalam *second account* termanifestasi melalui presentasi diri yang natural dan tanpa filter. Berbeda dengan akun utama yang cenderung terkurasi, akun kedua HJC menampilkan keseharian yang apa adanya, termasuk penggunaan bahasa yang lebih santai dan informal. Hasil observasi menonjolkan kecenderungan HJC dalam memanfaatkan fitur *instastory* sebagai medium utama pengungkapan diri dibandingkan unggahan permanen di *feeds*. Sifat fitur *story* yang temporer tampaknya memberikan ruang aman bagi HJC untuk membagikan konten yang lebih beragam, mulai dari aktivitas makan bersama teman hingga hal-hal bersifat sensitif yang tidak ia tunjukkan di ruang publik digital yang lebih luas. Hal ini mengukuhkan fungsi *second account* sebagai panggung belakang yang jujur bagi penggunanya.

Bagi informan IUH (3 Januari 2026), *second account* adalah ruang otonom yang membebaskannya dari tekanan ekspektasi audiens di akun utama. Dimensi kejujuran IUH terlihat dari keberaniannya mengunggah konten yang tidak terkonsep dan spontan, seperti momen-momen sederhana di sekitarnya melalui fitur *story*. Peneliti mengamati bahwa IUH memanfaatkan akun ini sebagai sebuah *album digital* untuk mendokumentasikan hobi dan interaksi sosial yang lebih spesifik, seperti menonton pertandingan bola di stadion atau sekadar berkumpul bersama teman (Gambar X). Penggunaan elemen pendukung seperti musik pada fitur *highlight* menunjukkan bahwa meskipun kontennya sederhana, IUH merasa lebih menjadi diri sendiri ketika berekspresi tanpa batas norma sosial digital yang kaku.

Secara kolektif, kelima informan memanfaatkan *second account* sebagai instrumen untuk menavigasi kebebasan berekspresi dalam lingkup sosial yang terbatas. Peneliti menemukan adanya dikotomi pada dimensi intensi: sebagian informan memfungsikan akun tersebut sebagai ruang katarsis pribadi dan pengarsipan memori tanpa mengharapkan umpan balik (*non-response oriented*). Namun, sebagian lainnya tetap mengharapkan interaksi dan reaksi dari pengikut terpilih sebagai bentuk validasi dalam lingkaran pertemanan yang intim (*interaction oriented*). Perbedaan motif ini menegaskan bahwa meskipun akun kedua adalah panggung belakang, praktik *self-disclosure* di dalamnya tetap dipengaruhi oleh kehadiran audiens yang telah terseleksi secara ketat.

Kejujuran (*honesty*)

Dimensi kejujuran (*honesty*) dalam penelitian ini terefleksi melalui tingkat akurasi dan keaslian informasi yang dibagikan oleh informan (Nisa & Dayita, 2025). Mengungkapkan diri secara terbuka dan jujur di *second account* seperti apa yang diungkapkan informan.



Gambar 3 *Instastory* IUH dan HJC

"Karena itu saya bisa menjadi diri saya sendiri di second account tanpa takut saya di kata katain orang pokoknya saya benar benar percaya sama followers di akun saya tanpa saya harus memikirkan apa yang ingin saya unggah" (IUH, 3 Januari 2026)

Berdasarkan hasil dari IUH, misalnya, menunjukkan kejujuran melalui konten yang bersifat "acak" dan sederhana, seperti unggahan foto buah tanpa pertimbangan estetika yang rumit. Hal ini didorong oleh rasa percaya yang tinggi terhadap pengikutnya, sehingga ia merasa bebas dari beban penilaian sosial.

"Memang saya lakukan yang benar-benar saya lakukan atau yang saya rasakan jika curhatan dan itu pasti ada video-video atau foto-foto, mungkin video kegiatan saya sehingga bersama siapa (teman) sehinggakan orang-orang disekeliling tahu saya bersama siapa kemudian kalau foto-foto ya mungkin foto-foto bersama orang yang sedang bersama saya begitu" (HJC, 5 Januari 2026)

Sementara itu, HJC memanifestasikan kejujuran melalui transparansi aktivitas sosialnya. Observasi terhadap unggahan *instastory* HJC yang konsisten dengan latar tempat yang sama pada waktu yang berdekatan membuktikan bahwa pengungkapan dirinya bersifat *real-time*. Bagi kedua informan, kejujuran di *second account* bukan sekadar berbagi data, melainkan upaya menampilkan diri secara apa adanya (*natural self*) yang sering kali tersaring di akun utama demi menjaga citra diri.

Tingkat kejujuran yang tinggi pada *second account* didorong oleh faktor kepercayaan terhadap audiens yang telah terseleksi secara ketat. Kelima informan sepakat bahwa mereka

lebih berani menunjukkan kondisi emosional yang autentik, seperti rasa sedih atau lelah, karena merasa berada di lingkaran orang terdekat. Menariknya, peneliti menemukan adanya perbedaan pola kejujuran berdasarkan fitur yang digunakan. Kejujuran yang bersifat spontan dan *real-time* lebih banyak ditemukan pada fitur *story*. Sebaliknya, pada fitur postingan permanen (*feeds*), pengungkapan diri cenderung tidak bersifat *real-time* karena informan biasanya melakukan kurasi atau pengarsipan terlebih dahulu sebelum mengunggahnya. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kejujuran dalam komunikasi digital tetap melibatkan pertimbangan waktu dan media yang digunakan.

.Secara keseluruhan, temuan dari kelima informan menegaskan bahwa *second account* berfungsi sebagai katalisator bagi individu untuk berekspresi tanpa rasa takut. Lingkungan sosial yang terbatas dan terdiri dari orang-orang terpercaya menciptakan ruang aman yang mendorong munculnya dimensi kejujuran (*honesty*) secara maksimal. Dalam konteks ini, kejujuran dipahami sebagai keakuratan informasi dan keaslian perilaku yang ditampilkan tanpa mempertimbangkan standar kepantasan publik. Dengan meminimalkan filter dalam pemilihan konten, individu dapat mencapai tingkat pengungkapan diri yang lebih dalam dan akurat, yang sulit dicapai pada akun utama akibat tekanan norma sosial digital.

Kedalaman (*depth*)

Dimensi kedalaman (*depth*) merujuk pada tingkat keintiman dan sensitivitas informasi yang dibagikan kepada orang lain (Maulana et al., 2025). Dalam penggunaan *second account* individu kerap memposting yang bersifat personal dalam diri mereka yang mana termasuk dalam kedalaman mereka mengekspresikan diri mereka yang tidak diunggah di akun utama dan bahkan ada yang tidak ditujukan kesemua pengikut di *second account*.



Gambar 4 *Instastory Close Friends IUH dan Instastory WA*

“Kaya semisal lagi dekat saya cowo yang lagi dekat aja biasanya Cuma saya liat kan di close friend, jadi di second account say aitu masih ada close

friendnya lagi dan aku gunain buat memposting misal lagi dekat sama cowok” (IUH.3 Januari 2026).

Dalam konteks ini, peneliti menemukan adanya praktik "privasi berlapis" pada penggunaan *second account*. IUH, misalnya, menunjukkan kedalaman pengungkapan yang sangat selektif dengan memanfaatkan fitur *close friends* untuk membagikan informasi mengenai hubungan asmaranya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun berada di akun kedua, individu tetap melakukan segregasi audiens untuk informasi yang dianggap sangat personal.

“Nggak ada privasi si mas los, akunnya si private cuman yang sudah follow teman teman tertentu dan kalau sekitar itu saya tidak ada privasi, jadi disitu seperti kebebasan berekspresi, ya posting sepantasnya tapi privasi gitu si mas” (BFR.30 Desember 2025).

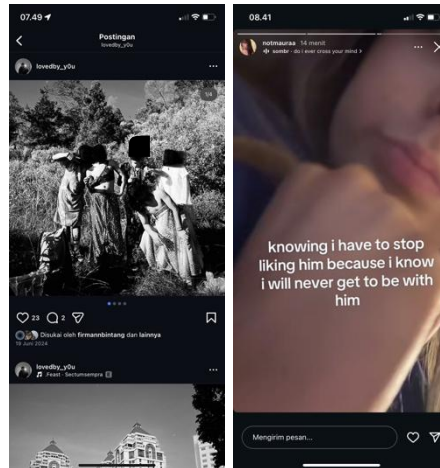
Di sisi lain, informan BFR menunjukkan pendekatan yang berbeda dengan prinsip "loss" atau bebas dalam berekspresi. Bagi BFR, akun kedua adalah ruang transparan di mana ia merasa tidak memiliki rahasia terhadap pengikutnya, termasuk dalam membagikan momen personal bersama keluarga. Namun, kejujuran "loss" ini tetap dibatasi oleh kesadaran akan etika dan kepantasan konten. Perbedaan pola antara IUH dan BFR membuktikan bahwa kedalaman pengungkapan diri di media sosial sangat bergantung pada kenyamanan individu dan bagaimana mereka mendefinisikan batas-batas privasi digital mereka.

Pola kedalaman pengungkapan diri yang serupa ditemukan pada informan MT dan WA, yang secara konsisten memanfaatkan *second account* sebagai medium untuk menyalurkan perasaan emosional pribadi melalui fitur *quotes* dan *highlight*. Bagi mereka, akun ini menjadi ruang untuk menampilkan identitas diri yang lebih "rentan" dibandingkan citra yang mereka bangun di akun utama. Menariknya, WA dan HJC juga menggunakan ruang ini untuk mendokumentasikan aktivitas sosial yang dianggap sensitif. Sensitivitas konten tersebut menjadi alasan utama mengapa informasi tersebut tidak dibagikan di *first account*, guna menghindari penilaian audiens publik. Peneliti mencatat bahwa meskipun tingkat kedalamannya tinggi, para informan tetap memiliki batasan privasi internal dalam mengekspresikan tindakan yang bersifat sangat personal, sebuah bentuk manajemen kesan dalam skala mikro.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedalaman mengekspresikan diri di *second account* Instagram bervariasi, namun mayoritas informan berada pada tingkat yang cukup tinggi. Pengungkapan tidak hanya sebatas aktivitas sehari-hari, tetapi juga mencakup identitas diri, kondisi emosional, keluarga, serta perasaan seperti kesedihan, kekecewaan, dan kebahagiaan. Hal ini menunjukkan bahwa *second account* menjadi ruang aman bagi informan untuk melakukan *self-disclosure* secara lebih mendalam dan personal.

Valensi

Dimensi valensi (*valence*) dalam *self-disclosure* merujuk pada muatan emosi, baik positif maupun negatif, yang dikomunikasikan oleh individu (Febriana, 2024). Dalam hal ini memuat seperti sifat atau kondisi informan pada saat tertentu mengenai kondisi senang atau sedih. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan menemukan adanya perbedaan disetiap informan.



Gambar 5 Feeds BFR dan Instastory MT

“Ya kalau emosi kan ga melulu tentang marah kan ya mas, kalau di aku si pengungkapan perasaanku senang dan di aku kebanyakan perasan senang kalau sedih si saya tidak menceritakan di second account mas saya lebih memilih mengungkapkannya sendiri tak pendem seng jeru kalau untuk sedih” (BFR. 30 Desember 2025)

Peneliti menemukan perbedaan signifikan pada kecenderungan valensi antar informan. BFR, misalnya, secara eksklusif menggunakan *second account* untuk membagikan valensi positif, seperti kemenangan tim sepak bola atau keberhasilan akademik. Ia secara sadar memilih untuk tidak mengunggah emosi negatif (*"tak pendem seng jeru"*), sehingga akun keduanya berfungsi sebagai ruang kurasi kebahagiaan.

“Ya setiap saya selesai bermain bersama teman, pacar second account akun saya butuhkan untuk mengunggah story maupun postingan dan juga ketika suasana hati saya sedih, sedih maupun senang, saya juga tidak jarang mengunggah quotes quotes di story saya” (MT.3 Januari 2026)

Informan MT menunjukkan valensi yang lebih ambivalen. Baginya, *second account* adalah ruang jujur untuk mengekspresikan spektrum emosi yang lengkap, mulai dari kebahagiaan bersama pasangan hingga perasaan *overthinking* dan kekecewaan yang direpresentasikan melalui unggahan *quotes*. Temuan ini menunjukkan bahwa valensi pengungkapan diri di media sosial tidak selalu bersifat tunggal; ia bergantung pada bagaimana

individu memfungsikan ruang digital tersebut, apakah sebagai album kenangan indah atau sebagai sarana katarsis emosional.

Hasil observasi dan wawancara mengungkap bahwa pemilihan fitur di Instagram berkaitan erat dengan valensi emosi yang diungkapkan. IUH, misalnya, menerapkan strategi pemisahan: emosi negatif (sedih) dialokasikan pada fitur *story* yang bersifat efemer (sementara), sementara emosi positif (kebahagiaan) diabadikan melalui *postingan* dan *highlight* yang bersifat permanen. Pola serupa ditemukan pada WA, yang memadukan valensi negatif melalui puisi atau *quotes* puitis dengan valensi positif berupa dokumentasi hobi dan keluarga. Sebaliknya, HJC menunjukkan kecenderungan valensi positif yang lebih dominan, di mana *second account* difokuskan sebagai ruang untuk merayakan kebersamaan bersama teman. Secara teoretis, perbedaan ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* di ruang digital tidak hanya soal kejujuran, tetapi juga soal bagaimana individu mengelola durasi keterlihatan (*visibility*) emosi mereka; emosi negatif sering kali dibuat "cepat hilang", sementara emosi positif sengaja diarsipkan sebagai identitas diri yang menyenangkan.

Dalam konteks penelitian ini, dimensi valensi termanifestasi melalui spektrum kondisi emosional informan, mulai dari perasaan lelah dan sedih hingga euforia kebahagiaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *second account* memberikan fleksibilitas ekspresi yang tidak ditemukan di akun utama. Sebagian informan memanfaatkan ruang ini sebagai kurasi konten positif untuk menjaga memori yang menyenangkan, sementara informan lainnya lebih terbuka dalam menampilkan valensi negatif sebagai bentuk kejujuran emosional. Perbedaan pola ini membuktikan bahwa *second account* berfungsi sebagai "katup pengaman" (*safety valve*) digital, di mana individu bebas mengekspresikan kondisi psikologis mereka secara autentik sesuai dengan dinamika kehidupan yang sedang dialami.

Keluasan

Dimensi keluasan (*breadth*) dalam penelitian ini mencerminkan variasi topik yang dikomunikasikan informan tanpa adanya batasan tematik yang kaku (Mulyana, 2024).



Gambar 6 Sorotan WA dan *Instastory* IUH

“Ya, seperti kehidupan saya sehari-hari, atau hal-hal random, atau hal-hal bersama keluarga, teman-teman, atau hobi hobi saya (motoran, nonton konser dan bermain gitar)” (WA. 29 Desember 2025).

Peneliti menemukan bahwa *second account* berfungsi sebagai wadah "omnivora" bagi kehidupan para informan. WA, misalnya, melintasi berbagai batas topik mulai dari hobi motoran, nonton konser, hingga interaksi domestik dengan keluarga.

“Biasanya kegiatan saya contohnya misal saya sedang bermain dengan temen temen saya biasanya saya mengepost apa aja keseruan bareng teme ku itukan merupakan salah satu cara mengabadikan momen yang mungkin tidak dapat saya ulangi lagi, dan saya gunakan untuk menyimpan memori meori kenangan dengan selalu memosting apapun di second account” (IUH.3 Januari 2026).

Hal senada ditunjukkan oleh IUH, yang memandang *second account* sebagai ruang untuk mengabadikan momen-momen "random" dan keseharian yang tidak mungkin terulang. Keluasan ini mencakup aktivitas nongkrong, ekspresi terhadap idol, hingga refleksi emosional. Keberagaman topik ini membuktikan bahwa di panggung belakang (*back stage*), informan tidak merasa terbebani oleh standar kurasi konten seperti pada akun utama. Akun kedua memberikan kebebasan bagi individu untuk menampilkan kehidupan mereka secara utuh—sebagai manusia yang memiliki hobi, keresahan, sekaligus kenangan sosial—dalam satu ruang digital yang terintegrasi.

Temuan pada dimensi keluasan (*breadth*) mengonfirmasi bahwa *second account* berfungsi sebagai medium integrasi identitas. Berbeda dengan akun utama yang sering kali menuntut konsistensi tema, akun kedua memungkinkan informan untuk mengekspresikan sisi kehidupan mereka secara horizontal—mulai dari kegemaran terhadap *Idol K-pop*, hobi spesifik, hingga narasi emosional yang bersifat sangat personal. Keberagaman topik ini membuktikan bahwa hambatan komunikasi (*communication barrier*) di akun kedua sangat rendah, sehingga informan merasa bebas untuk mengunggah konten apa pun tanpa beban

untuk mempertahankan citra tertentu. Dengan demikian, keluasan pengungkapan diri di *second account* mencerminkan realitas kehidupan informan yang kompleks dan tidak tersegmentasi.

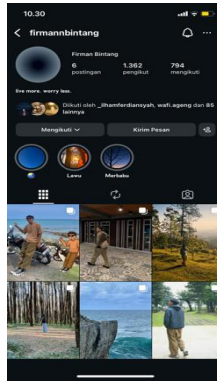
Dramaturgi Dalam *Second Account*

Teori Dramaturgi yang diperkenalkan oleh Erving Goffman memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan teater, di mana individu senantiasa mengelola kesan yang ditampilkan kepada penontonnya (Gray et al., 2024).

Dalam konteks media sosial, fenomena penggunaan dua akun (*first* dan *second account*) mencerminkan dualitas panggung yang kontras. Berdasarkan temuan penelitian melalui wawancara dan observasi, peneliti menemukan bahwa *second account* berfungsi sebagai panggung belakang (*back stage*), sementara akun utama berperan sebagai panggung depan (*front stage*). Pada panggung depan (akun utama), para informan cenderung menampilkan citra diri yang terkurasi dan ideal demi memenuhi ekspektasi sosial. Sebaliknya, pada panggung belakang (*second account*), individu merasa bebas untuk menanggalkan atribut "panggung" mereka. Melalui analisis terhadap lima dimensi *self-disclosure* yang telah dibahas sebelumnya, berikut adalah penjabaran mendalam mengenai dinamika panggung depan dan panggung belakang informan:

Front stage

Front stage merupakan area di mana individu menampilkan performa diri yang telah terkurasi agar sesuai dengan harapan audiens (Anggriani et al., 2024). Dalam penelitian ini, *front stage* direpresentasikan melalui penggunaan akun utama (*first account*) Instagram. Temuan peneliti menunjukkan bahwa informan sangat membatasi pengungkapan diri di panggung ini. Alasan utamanya adalah jangkauan audiens yang luas dan heterogen—terdiri dari keluarga, kolega, hingga kenalan umum—yang memicu munculnya kewaspadaan sosial. Di *first account*, informan cenderung lebih berhati-hati dalam membagikan konten guna menjaga reputasi dan citra diri. Proses sensor diri (*self-censorship*) ini dilakukan untuk memastikan bahwa perilaku digital mereka tetap berada dalam batas norma yang diterima oleh audiens publik. Akibatnya, interaksi di panggung depan bersifat lebih kaku, formal, dan tidak mencerminkan identitas personal informan secara utuh. Berdasarkan teori Dramaturgi, panggung depan (*front stage*) adalah area di mana individu berusaha memberikan performa terbaik guna mendapatkan impresi positif dari audiens



Gambar 7 First Account BFR

“Kalau di akun utama jarang mas aku posting dan bikin story, kaya sekarang keseharianku ada di second kalau bikin di akun utama kaya seperti momen yang sangat apayaa sangat epic kaya pas naik gunung kan saya jarang tu mas cuman nanti ya dipilih lagi yang masuk di second itu lebih banyak mas dibanding first account yang cuma best fotonya aja mas masuk kesana kebanyakan yang random yang masuk di second account” (BFR. 30 Desember 2025)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa informan (BFR dan HJC) memperlakukan akun utama mereka sebagai galeri yang sangat selektif. BFR, misalnya, hanya mengunggah momen yang dianggap "epic" dan melalui proses kurasi yang ketat (*best foto*), sementara aktivitas sehari-hari yang bersifat acak (*random*) sengaja disembunyikan dari panggung ini.

“Karena akun utama itu isinya adalah orang-orang yang mungkin orang-orang yang mungkin baru mengenali saya yang belum pernah bertemu dengan saya dan mungkin orang-orang yang ada di first account itu sangat banyak jadi tidak perlu mereka mengetahui personal saya” (HJC.5 Januari 2026)

Di sisi lain, HJC menekankan bahwa batasan di panggung depan dipicu oleh kehadiran audiens yang luas dan anonim. Karena *first account* diikuti oleh orang-orang yang tidak dikenal secara personal, informan merasa perlu menjaga jarak sosial dan menyembunyikan sisi personalnya. Hal ini membuktikan bahwa akun utama berfungsi sebagai instrumen Manajemen Kesan (*Impression Management*), di mana individu hanya menampilkan versi diri yang paling dapat diterima secara sosial, sementara jati diri yang lebih kompleks dialihkan ke panggung belakang.

Secara kolektif, temuan penelitian menegaskan bahwa informan memandang akun utama sebagai ruang publik yang menuntut kewaspadaan sosial tinggi. Di panggung depan ini, ekspresi diri dibatasi hanya pada konten yang dianggap "pantas" dan "layak" secara sosial guna menjaga reputasi di mata audiens yang heterogen. Sebaliknya, *second account* difungsikan sebagai mekanisme pertahanan diri terhadap tekanan sosial tersebut. Melalui akun kedua, individu melakukan Segregasi Audiens (*Audience Segregation*) untuk menciptakan

terpilih yang telah mereka percaya. Secara keseluruhan, temuan penelitian menegaskan bahwa penggunaan *second account* Instagram merupakan strategi informan untuk menciptakan ruang kedaulatan pribadi di dunia digital. Melalui segregasi audiens yang hanya mencakup lingkaran terdekat, informan berhasil mengeliminasi rasa takut akan penilaian sosial yang biasanya menghantui mereka di akun utama.

Kontras yang tajam antara panggung depan (*first account*) yang kaku dan panggung belakang (*second account*) yang cair menunjukkan bahwa informan memanfaatkan teknologi ini untuk menyeimbangkan kebutuhan akan privasi dan ekspresi diri. Di panggung belakang inilah, dimensi pengungkapan diri—mulai dari kejujuran emosional, kedalaman informasi personal, hingga keluasan topik hobi dan keluarga—dapat terakomodasi secara utuh. Dengan demikian, *second account* bukan hanya sekadar media komunikasi, melainkan ruang aman yang memungkinkan individu untuk tetap menjadi diri sendiri secara autentik tanpa tekanan standar sosial yang represif.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dihimpun melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, penggunaan *second account* Instagram oleh para informan dapat dibedah menggunakan lensa Teori Dramaturgi Erving Goffman. Teori ini mempostulatkan bahwa interaksi sosial merupakan sebuah pertunjukan teater di mana individu mengelola kesan (*impression management*) sesuai dengan panggung tempat mereka berdiri (Gray et al., 2024). Temuan menunjukkan adanya dikotomi yang jelas antara penggunaan akun utama dan akun kedua. *First account* diposisikan sebagai *front stage* (panggung depan), sebuah area publik di mana informan melakukan kurasi identitas demi memenuhi ekspektasi audiens yang luas dan heterogen (Anggriani et al., 2024). Sebaliknya, *second account* berfungsi sebagai *back stage* (panggung belakang). Di ruang ini, individu melepaskan atribut peran sosialnya dan menampilkan identitas personal yang lebih autentik tanpa tekanan untuk selalu terlihat sempurna (Nabilla et al., 2024). Perbedaan ruang lingkup audiens inilah yang menjadi faktor kunci bagi informan dalam menentukan kedalaman dan keterbukaan informasi yang mereka bagikan.

Pengungkapan diri (*self-disclosure*) yang dilakukan informan melalui *second account* Instagram menegaskan bahwa proses komunikasi intim tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, melainkan telah bermigrasi ke platform digital. Meskipun teori *self-disclosure* berakar pada studi komunikasi interpersonal langsung, prinsip-prinsip utamanya tetap konsisten saat diterapkan di ruang siber. Penggunaan fitur foto, video, *story*, dan *feeds* dengan audiens

terbatas menunjukkan bahwa media digital tidak mendegradasi kedalaman pengungkapan diri; sebaliknya, ia menawarkan ruang alternatif bagi individu untuk mengelola transparansi personal secara lebih terkontrol. Dengan demikian, *second account* menjadi instrumen modern yang menjembatani kebutuhan manusia akan koneksi autentik dengan kemampuan mengelola privasi di tengah transparansi dunia digital.

Self-disclosure pada *second account* Instagram termanifestasi melalui keterkaitan antara lima dimensi utama: intensi, kejujuran, kedalaman, valensi, dan keluasan (Mulyana, 2024). Penelitian ini menemukan bahwa intensi atau motif awal informan seperti mencari validasi emosional atau sekadar dokumentasi pertemanan menjadi katalisator bagi tingkat kejujuran informasi yang dibagikan. Kejujuran inilah yang kemudian membuka ruang bagi kedalaman pengungkapan diri, di mana informan mulai berani menampilkan aspek sensitif terkait identitas personal dan dinamika keluarga. Fenomena ini pada akhirnya memperluas keluasan topik yang dibahas (mulai dari hobi hingga krisis diri) dengan variasi valensi emosi yang lebih jujur, baik senang maupun sedih. Seluruh dimensi ini secara kolektif mengonfirmasi bahwa *second account* adalah ruang digital yang memungkinkan pengungkapan diri secara holistik dan tanpa filter.

Secara integratif, manifestasi valensi dalam penelitian ini menunjukkan spektrum emosional yang lengkap; mulai dari euforia kebersamaan dan hobi (positif) hingga katarsis atas kekecewaan dan kegagalan (negatif). Kedalaman emosional ini bersinergi dengan dimensi keluasan topik yang mencakup narasi domestik keluarga, romansa, hingga rutinitas harian yang trivial. Fenomena ini membuktikan bahwa *second account* telah bertransformasi menjadi ruang digital intim yang memungkinkan individu melakukan navigasi antara ruang publik dan privat secara otonom. Dengan demikian, *self-disclosure* di akun kedua bukan sekadar aktivitas berbagi konten, melainkan strategi adaptif pengguna dalam menyesuaikan tingkat transparansi diri berdasarkan kebutuhan emosional dan sosial mereka dalam ekosistem digital yang kompleks.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Prihantoro et al., (2020) yang menyebutkan bahwa *second account* dimanfaatkan generasi milenial sebagai media *self-disclosure* karena audiensnya terbatas pada orang-orang terdekat, sehingga pengguna merasa lebih bebas, percaya diri, aman, dan berkurang rasa insecure karena adanya kedekatan dengan pengikutnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* Instagram digunakan sebagai ruang yang lebih bebas, personal, dan aman untuk melakukan pengungkapan diri serta mengekspresikan emosi dibandingkan akun utama. Temuan ini sejalan dengan Teori

Communication Privacy Management yang menekankan pengaturan privasi melalui Instagram (Sari & Florina, 2024). Informan secara sadar mengatur batas antara ranah publik dan privat dengan membedakan penggunaan *first account* dan *second account*. *First account* diperlakukan sebagai ruang publik dengan pengendalian yang lebih ketat, sementara *second account* dimanfaatkan sebagai ruang yang lebih privat dengan audiens yang dipilih secara selektif. Temuan penelitian ini mengonfirmasi posisi *second account* Instagram sebagai ruang kedaulatan digital yang memberikan rasa aman dan kepercayaan diri bagi penggunanya dibandingkan akun utama. Hasil ini selaras dengan studi Prihantoro et al., (2020), yang menyatakan bahwa keterbatasan audiens pada lingkaran terdekat efektif mereduksi rasa *insecure* dan memfasilitasi *self-disclosure* yang lebih jujur (*honesty*) serta mendalam (*depth*). Namun, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan memperluas dimensi intensi pengungkapan diri. Jika penelitian terdahulu cenderung membatasi intensi pada aspek katarsis emosional, temuan saat ini menunjukkan adanya pergeseran fungsi *second account* menjadi arsip digital autobiografis. Informan tidak hanya berbagi perasaan, tetapi juga secara sadar mendokumentasikan fragmen kehidupan yang bersifat trivial hingga romansa sebagai memori privat. Dengan demikian, *second account* bertransformasi dari sekadar "katup pengaman" emosi menjadi ruang dokumentasi identitas yang lebih kompleks dan multidimensional.

Diskusi mengenai dimensi keluasan (*breadth*) dalam penelitian ini memperkuat temuan Widodo et al., (2024) mengenai variasi topik yang mencakup aktivitas, relasi asmara, hingga opini personal. Namun, penelitian ini mengidentifikasi spektrum yang lebih luas, di mana informan juga mengintegrasikan estetika visual dan momen "random" sebagai bagian dari pengekspresian diri menyeluruh. Hal ini menegaskan posisi *second account* sebagai media multifungsi yang melampaui batas-batas tematik akun utama. Selain itu, pada dimensi valensi, penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman emosi digital. Berbeda dengan pandangan umum bahwa akun kedua hanya menjadi tempat "pelampiasan" emosi negatif, temuan peneliti menunjukkan adanya fluiditas emosional. Informan secara bergantian mengunggah momen kebahagiaan dan kesedihan, yang mencerminkan keseimbangan kondisi psikologis mereka. Dengan demikian, *second account* bukan sekadar wadah untuk katarsis negatif, melainkan ruang aman bagi pengungkapan diri yang utuh, di mana emosi positif dan negatif diakui keberadaannya secara berdampingan tanpa tekanan manajemen kesan yang kaku.

Perbandingan dengan studi Kirana & Pribadi, (2021) mengenai akun *alter* Twitter mempertegas keunikan fenomena *second account* Instagram. Meskipun keduanya

merepresentasikan konsep *back stage*, terdapat perbedaan motivasi yang signifikan. Jika akun *alter* cenderung digunakan untuk menciptakan identitas baru yang terputus dari identitas asli (anonimitas), temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *second account* justru digunakan untuk mereklamasi autentisitas. Informan tidak sedang menyamar; mereka sedang mengekspresikan sisi diri yang paling jujur kepada audiens terpilih tanpa harus menanggalkan identitas aslinya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi teori yang ada, tetapi juga memperluas kajian melalui pendekatan etnografi virtual yang mendalam. Integrasi antara lima dimensi *self-disclosure* dan teori Dramaturgi dalam studi ini membuktikan bahwa *second account* Instagram berfungsi sebagai katup pengaman identitas. Ia merupakan ruang navigasi yang krusial bagi individu untuk menjaga keseimbangan antara performa publik yang dituntut lingkungan (*front stage*) dan kebutuhan akan ruang personal yang intim serta aman (*back stage*) di tengah arus transparansi media sosial.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *second account* Instagram merupakan strategi manajemen identitas digital bagi informan untuk menciptakan ruang privat yang aman. Akun ini berfungsi sebagai filter antara ranah publik dan personal, memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur dan leluasa. Tekanan pencitraan serta luasnya jangkauan audiens pada *first account* mendorong informan untuk mengalihkan pengungkapan emosi, dinamika keluarga, dan relasi intim ke *second account*. Pengungkapan diri tersebut termanifestasi secara utuh melalui lima dimensi *self-disclosure* intensi, kejujuran, kedalaman, valensi, dan keluasan yang diintegrasikan ke dalam berbagai fitur digital. Dalam lensa Dramaturgi Erving Goffman, *second account* berperan mutlak sebagai *back stage* (panggung belakang). Di ruang ini, informan menanggalkan "topeng" sosial mereka dan menampilkan identitas yang lebih autentik, menjadikannya ruang kedaulatan pribadi di tengah transparansi media sosial.

Daftar Pustaka

- Andreas, R. (2020). Instagram Dalam Perspektif Masyarakat Tontonan “Gejayan Memanggil.” *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), 43–62.
- Andrian, B., Endang SM, A., & Octaviani, V. (2022). Self Disclosure Analysis of Second Instagram Account Users Among Students of Dehasen University Bengkulu. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 2(1), 55–60. <https://doi.org/10.53697/iso.v2i1.658>
- Anggraini, N., & Sugiyanto, D. R. (2021). Pemaknaan Bahasa Dalam Percakapan Pemain Online Game (Studi Etnografi Virtual Dalam Permainan Free Fire). *Communications*, 3(1), 1–17.
- Anggriani, I., Octaviani, V., Endang, A., & Murwati, S. (2024). Analisis Dramaturgi Dalam Film Dear David. *Professional: Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 11(1), 365–374.
- Bebasari, N., Parulian, & Daspar. (2025). The Influence of Self-Concept on Feelings of

- Insecurity Among Students Using Social Media: Study of Instagram and TikTok Fara. *Ilomata International Journal of Social Science*, 6(1), 376–389.
- Bilqis, T. D., Alfiani, M. R., Gayatri, F. A., & Cuhandi. (2024). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.62180/914e5g76>
- Burhanuddin, A. H., Suryanto, S., Alqadri, A. R., & Novianti, L. (2024). Pengalaman Pengungkapan Diri Di Akun Kedua Instagram. *Psyche: Jurnal Psikologi*, 6(2), 252–270. <https://doi.org/10.36269/psyche.v6i2.2579>
- Deryansyah, A. D., Susanto, R. D., & Rachmadiani, R. (2022). Media Sosial dan Digitalisasi di Masa Normal Baru. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 3(1), 16. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2022.3.1.1357>
- Febriana, V. R. (2024). Fenomena Komunikasi Virtual Anonim Dalam Melakukan Self Disclosure (Studi Fenomenologi Pada Pengguna Voisa APP). *PERSUASI (Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi)*, 1(1), 68–78.
- Febriani, S., Candra, I., & Nastasia, K. (2021). Hubungan antara Intimate Friendship dengan Self Disclosure pada Siswa Kelas XI SMA N 4 Kota Padang Pengguna Media Sosial Instagram. *Psyche 165 Journal*, 14(2), 130–138. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v14i2.27>
- Ferryanti, N. V., Putu, N. I., & Kesumaningsari, A. (2021). Self-Presentation Berperan terhadap Psychological Well-Being: Survey pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram (Role of Self-Presentation on Psychological Well-Being: A Survey of Emerging Adulthood Instagram Users). *Jurnal Ilmiah Psikologi Mind Set*, 12(2), 88–96.
- Firmansyah, Kurniawan, A. W., & Sukmawati, I. (2024). Instagram story sebagai media self disclosure. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(1), 141–163.
- Gray, C. S., Shaw, J., Baker, G. R., Kuluski, K., & Wodchis, W. P. (2024). The Integrated Care World is a Stage: Applying Goffman’s Theory of Dramaturgy to the Activities of Integrated Care. *International Journal of Integrated Care*, 24(3), 1–7. <https://doi.org/10.5334/ijic.8639>
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE Publications.
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Herdiansyah, A., Turnandes, Y., & Juliani, F. (2024). Analisis Engagement Rate Pada Instagram Universitas Lancang Kuning. *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 390–399. <https://doi.org/10.31849/zn.v6i2.17904>
- Jati, P. P., & Rahayu, M. N. M. (2023). Intimate Friendship dan Self Disclosure Pada Pengguna Akun Kedua Instagram Users. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(3), 436–442. <https://pdfs.semanticscholar.org/abcc/8e232544f3f2b87d2ddb7eaf30bd43df9401.pdf>
- Kaligis, F., Ismail, R. I., Wiguna, T., Prasetyo, S., Indriatmi, W., Gunardi, H., Pandia, V., & Magdalena, C. C. (2021). Mental health problems and needs among transitional-age youth in Indonesia. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8). <https://doi.org/10.3390/ijerph18084046>
- Kirana, N. D., & Pribadi, F. (2021). Dramaturgi Di Balik Kehidupan Akun Alter Twitter. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 18(1), 39–47.
- Kurniawan, F., Srigati, B., & Rahmayanti, D. R. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Akun Instagram @Enowcustom. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i1.65>
- Malonda, A. V., Sinolungan, J. S. V., & David, L. E. V. (2025). Gambaran Self-Disclosure pada Mahasiswa Kedokteran Pengguna Instagram di Sulawesi Utara. *Jurnal Psikologi*, 2(2), 14. <https://doi.org/10.47134/pjp.v2i2.3609>
- Maulana, R., Prastya, S. E., Zulfadhilah, M., & Pratama, R. N. (2025). Eksplorasi Self-disclosure Generasi Z di Second Account Instagram Menggunakan Classification

- Machine Learning Exploration Of Generation Z Self-disclosure on Second Instagram Account Using Classification Machine Learning. *Jurnal Teknologi Dan Informasi (JATI)*, 15(September), 147–159. <https://doi.org/10.34010/jati.v15i2.16847>
- Mulyana, G. (2024). Hubungan Antara Self-Disclosure Di Dunia Maya Dengan Kecenderungan Cyber Romance Pada Remaja. *Indonesian Journal of Business Innovation, Technology and Humanities (IJBITH)*, 1(1), 257–271. <https://repository.unair.ac.id/106819/%0Ahttps://repository.unair.ac.id/106819/3/3>.
BAB I.pdf
- Nabilla, U., Setyaningrum, R., & Kharimah, I. (2024). Analisis Fenomena Lepas Pasang Hijab Pada Mahasiswa Universitas Jember Melalui Pendekatan Teori Dramaturgi. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(11), 301–305. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11637170>
- Nisa, L. A., & Dayita, H. (2025). Hubungan Antara Trust Dengan Self Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Tinder Di Kota Bekasi. *Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling*, 15(3).
- Permana, I. P. H., & Sutedia, I. D. M. (2021). Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 17(1), 52–61.
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Putri, I. M., & Astini, B. (2024). Pengaruh terpaan informasi media sosial terhadap tingkat kepercayaan publik pada pemilihan umum 2024. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(2), 333–350.
- Qian, Y. (2022). Grouping Social Media Users Through Goffman’s Dramaturgical Approach and the Preservation of Self Presentation. *Proceedings of the 2021 International Conference on Education, Language and Art (ICELA 2021)*, 637(Icela 2021), 64–68. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220131.012>
- Sahid, R., & Budianto, H. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Airlangga Hartarto Dalam Membangun Political Branding Menjadi Capres 2024. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(2), 238–250.
- Sahrin, A. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Danau Laut Tawar Kota Takengon. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 6(1), 21. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v6i1.12244>
- Sari, Y. I. P., & Florina, I. D. (2024). Communication Privacy Management Dalam Bermedia Sosial : Analisis Fans Account Nct Dream Di Media Sosial X. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 1–14.
- Sukarsa, A. T. Z., & Yuliana, N. (2023). Self Disclosure Pasangan Long Distance Relationship Dalam Membangun Hubungan Harmonis Triwikrama : Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(5), 31–40.
- Tus, J. (2020). International Journal Of Research Culture Society Self-Concept, Self-Esteem, Self-Efficacy and Academic Performance of the Senior High School Students. *International Journal of Research Culture Society*, 4(10), 45–59.
- Widodo, T. F., Wangi, M. S., & Rizqi, F. M. (2024). Analisis Self Disclosure Pada Penggunaan Second Account Instagram Di Kalangan Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi (Unisri). *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(1).
- Widyaputri, N., Suwu, E. A. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis pemanfaatan Aplikasi Instagram dalam pemasaran bisnis online shop di Kota Manado. *Journal Ilmiah Society*, 2(2), 1–9.
- Yan, L., Ono, K., & Watanabe, M. (2024). Classification of Online User Roles and Behaviors From the Perspective of Dramaturgical Theory. *Journal of the Science of Design*, xx(1), 51–60.