

Komunikasi Bertopeng di Media Sosial: Strategi Generasi Z dalam Menggunakan Akun Kedua untuk Mengelola Identitas Digital

Dini Eka Saputri¹, Diaz Zain², Makhayla Athaya Rachman³, Rizqi Dzaki Wicaksono⁴
Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3,4}

dini.23243@mhs.unesa.ac.id¹, 25041184135@mhs.unesa.ac.id²

25041184129@mhs.unesa.ac.id³ 25041184085@mhs.unesa.ac.id⁴

Artikel diserahkan pada : 10-11-2025; direvisi pada : 20-11-2025; diterima pada:
05-12-2025.

ABSTRAK

Fenomena penggunaan akun kedua (second account) di Instagram menunjukkan bagaimana Generasi Z menegosiasikan identitas digital di tengah tekanan sosial untuk mempertahankan citra ideal pada akun utama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berparadigma konstruktivis untuk memahami bagaimana makna dan pengalaman penggunaan akun kedua dikonstruksi melalui interaksi digital. Informan terdiri dari tiga pengguna akun kedua dengan karakteristik berbeda—mahasiswa Teknik Industri (20 tahun), pekerja BUMN sekaligus mahasiswa S2 (24 tahun), dan pelajar SMP (12 tahun)—yang dipilih melalui purposive sampling. Temuan penelitian mengungkap bahwa akun kedua berfungsi sebagai ruang aman (back stage) untuk mengekspresikan emosi, keresahan, dan aktivitas personal tanpa tekanan sosial, sementara akun utama tetap menjadi ruang pencitraan yang terkurasi. Dualitas akun ini menegaskan adanya ketegangan antara kebutuhan akan autentisitas dan tuntutan sosial untuk menjaga citra ideal, sekaligus menggambarkan media sosial sebagai ruang komunikasi berlapis yang membentuk identitas digital sesuai konteks audiens.

Kata Kunci: komunikasi bertopeng, akun kedua, identitas digital, Generasi Z, Instagram.

PENDAHULUAN

Fenomena komunikasi digital di kalangan Generasi Z semakin memperlihatkan pola dualitas akun, di mana pengguna memisahkan konten yang ditujukan untuk publik dan konten yang disimpan dalam ruang lebih privat “penelitian-penelitian terbaru menunjukkan bahwa praktik ini bukan sekadar gaya hidup tetapi strategi presentasi diri yang sistematis”. Dalam konteks ini, Gen Z menggunakan ruang digital untuk mengelola klaim identitasnya memilih apa yang ditampilkan dan kepada siapa sehingga identitas daring menjadi hasil proses selektif dan situasional. “Media sosial telah muncul sebagai platform yang sangat diminati, terutama di kalangan anak muda, dan berfungsi sebagai sarana komunikasi digital” (Kurniawan dan Hidayanto, 2024). Beragam fitur yang ditawarkan semakin beragam dan dirancang untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan pengguna (Tanulku, 2023). Di Indonesia, pemanfaatan media sosial telah mencapai tingkat yang signifikan. “Menurut data dari statista.com, Indonesia memiliki sekitar

167 juta pengguna media sosial aktif di platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter” (Ilma dkk., 2020).

Tekanan sosial untuk menjaga citra di akun utama mempengaruhi perilaku komunikasi, sehingga pengguna merasa perlu menyeleksi konten agar tetap 'sesuai' dengan ekspektasi teman, keluarga, atau calon pemberi kerja menunjukkan tekanan ini mendorong sensor diri dan performativitas. “Banyak pengguna Instagram yang memiliki akun lebih dari satu yang biasanya disebut dengan Akun Kedua (Second Account)”. Akun kedua biasanya digunakan untuk melakukan tujuan tertentu dan rata-rata yang memiliki akun Instagram lebih dari satu adalah perempuan. Pengguna Instagram biasanya membuat akun sampingan untuk menyembunyikan identitasnya dan membuat akun yang lebih private atau rahasia (Idaman and Kencana n.d., 2021). “Akun kedua (Second Account) memunculkan akibat yang membuat diri menjadi lebih tertutup kepada orang lain karena lebih sering memposting cerita pada akun kedua

yang hanya diikuti oleh orang-orang tertentu dari pada memposting pada akun utama yang dimiliki” (Prihantoro et al. 2020). Telah banyak peneliti-peneliti yang sudah melakukan penelitian fenomena akun kedua (second account) pada Instagram, contohnya seperti penelitian Identitas Virtual Pada Sosial Media, Penggunaan Second Account Pada Instagram, Second Account Instagram Sebagai Alter Ego, dan yang lain sebagainya. Dari “penelitian-penelitian yang sudah terjadi mengenai fenomena second account Instagram, membuat peneliti memiliki keinginan untuk mencari tahu secara rinci mengenai alasan-alasan pengguna Instagram membuat second account”.

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2024, “Instagram menjadi media sosial favorit bagi Generasi Z di Indonesia dengan pengguna mencapai 51,9%, diikuti oleh Facebook sebesar 51,64%, TikTok 46,84%, YouTube 38,63%, X (sebelumnya Twitter) 1,98%, dan LinkedIn 0,08%”. Fenomena akun kedua di Instagram juga menjadi ciri

khas generasi ini sebagai salah satu bentuk pengungkapan diri (self-disclosure). Akun kedua dibuat karena individu merasa enggan untuk mengungkapkan informasi pribadi secara bebas di ruang publik. “Penggunaan akun kedua ini berfungsi sebagai upaya pengelolaan identitas online, di mana profil akun tersebut dijaga kerahasiaannya dengan menggunakan nama samaran dan pengamanan agar tidak mudah diakses atau disalahgunakan”, strategi ini memungkinkan mereka dapat menjaga privasi sekaligus mengekspresikan diri dengan lebih bebas.

Manajemen identitas melalui akun kedua menghadirkan implikasi penting bagi studi komunikasi dan kesehatan mental, karena praktik ini merefleksikan respons kolektif terhadap tuntutan visibility dan evaluasi sosial di era digital. “Dari penggunaan second account menciptakan komunikasi bertopeng mengenai identitas diri, identitas diri adalah kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberi arti pada dirinya sebagai pribadi yang unik,

memiliki keyakinan yang relatif stabil, serta memiliki peran penting dalam konteks kehidupan masyarakat” (Kartono, 2003; Mulyono, 2007; Papalia, 2009). Dari pembahasan diatas rumusan masalah yang dapat dianalisis, yaitu (1) Apa alasan utama seseorang membuat akun kedua sebagai pelarian dari tekanan sosial yang dirasakan di akun utama? (2) Bagaimana penggunaan akun kedua mempengaruhi cara seseorang menjaga citra atau image di akun utama? (3) Apa dampak psikologis dari keseimbangan antara ekspresi bebas di akun kedua dan menjaga penampilan sempurna di akun utama?.

Penelitian terkait pengungkapan diri dan penggunaan akun kedua di antara generasi Z sudah dilakukan oleh sejumlah peneliti sebelumnya, yang menyajikan berbagai perspektif tentang topik ini, yang menjadi dasar untuk penelitian ini. “Generasi Z menggunakan Instagram untuk keberadaan, hiburan, peluang bisnis, membangun citra diri, dan memenuhi kebutuhan pribadi serta spiritual” (Tanjaya & Agustrijanto, 2022). Pada

akun kedua, ditemukan bahwa peserta cenderung lebih terbuka dibandingkan dengan akun utama mereka (Meilia, 2024). “Akun Instagram kedua memungkinkan generasi Z untuk mengekspresikan diri secara jujur dan intim. Hal ini dapat menciptakan hubungan sosial yang kuat dan membentuk kepercayaan melalui interaksi” (Watusseke et al., 2023). Akun kedua meningkatkan kepercayaan diri karena jumlah pengikut di akun ini biasanya adalah orang-orang terdekat (Nabiilah & Jayanti, 2024). Selain itu, akun kedua membuat para siswa lebih jujur tanpa tekanan sosial yang ada di akun utama (Amelia, 2024).

Penelitian sebelumnya dan penelitian ini memiliki kesamaan dalam memahami bagaimana generasi Z menggunakan akun kedua sebagai medium pengungkapan diri. Namun, penelitian sebelumnya hanya berfokus pada apa yang ada di balik penggunaan akun kedua. Oleh karena itu, penelitian ini akan lebih mendalam mengeksplorasi bagaimana generasi Z membedakan antara kehidupan mereka di akun utama dan akun

sekunder sebagai media pengungkapan diri, serta bagaimana mereka memilih informasi mana yang pantas dibagikan di akun utama dan mana yang harus dibagikan di akun kedua. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan baru tentang bagaimana generasi Z memanfaatkan media sosial sebagai medium pengungkapan diri dan mengendalikan identitas mereka secara online dengan memilih informasi yang tepat sebelum mengunggahnya ke akun utama dan akun kedua mereka di Instagram, sehingga dapat meminimalkan dan bahkan mencegah dampak negatif.

METODE

Metode penelitian yang digunakan untuk memahami “fenomena penggunaan akun utama dan akun kedua Instagram sebagai media pengungkapan diri (self-disclosure) di kalangan Generasi Z biasanya menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif”. Pendekatan ini dipilih karena kompleksitas fenomena yang diteliti memerlukan interpretasi yang mendalam dan menyeluruh. Metode

kualitatif dianggap mampu menjawab rumusan masalah penelitian yang menekankan pada pemahaman makna, narasi pengalaman, serta representasi identitas digital Generasi Z, di mana praktik penggunaan Instagram bersifat sangat personal dan beragam antar individu sehingga butuh metode yang responsif terhadap keberagaman data. “Metode ini biasanya melibatkan pengumpulan data primer melalui observasi dan wawancara mendalam, serta data sekunder dari sumber pustaka seperti buku, tesis, dan artikel jurnal” (Lincoln dan Guba, 2000).

“Analisis data dilakukan dengan cara mengorganisir, mereduksi, dan menafsirkan data untuk menggambarkan fenomena sosial secara utuh tanpa memecahnya menjadi variabel-variabel terpisah. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan penelitian kualitatif untuk memahami kejadian sosial secara menyeluruh daripada sekadar menguji hubungan antar variabel tertentu” (Wada et al., 2024). Studi terkait penggunaan akun kedua Instagram oleh Generasi Z secara konsisten menggunakan metode

kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara mendalam sebagai cara utama menggali pengalaman, motivasi, dan strategi pengelolaan identitas online. Penelitian etnografi virtual menggabungkan observasi dan wawancara untuk memahami perbedaan representasi diri di akun utama dan akun kedua, serta dampaknya bagi pengguna dan pengikutnya. Studi lain menggunakan paradigma konstruktivisme yang menekankan narasi dan interpretasi subjektif pengguna terhadap praktik self-disclosure mereka pada akun ganda. Dengan metode ini, peneliti dapat mengeksplorasi sisi autentik dan selektif dari pengungkapan diri di media sosial, serta menilai bagaimana Generasi Z menyeimbangkan privasi dan eksposur sosial dalam dua jenis akun tersebut.

Referensi dari jurnal-jurnal terkini mendukung bahwa metode kualitatif deskriptif menjadi pilihan ideal untuk memahami dinamika sosial dan psikologis di balik fenomena ini. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data sebagai berikut: (1)

reduksi data melalui proses seleksi, pemusatan, dan penyederhanaan informasi yang diperoleh (2) penyajian informasi di mana data disusun secara relasional sehingga informasi kompleks dapat dikurangi menjadi komponen atau kombinasi yang mudah dipahami dan disederhanakan secara selektif untuk memudahkan pemahaman selanjutnya (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi guna memastikan hasil reduksi data tetap relevan dengan masalah dan tujuan penelitian. Untuk menjaga validitas data, “peneliti menerapkan empat kriteria dari Lincoln dan Guba (2000) yaitu Kredibilitas, Transferability, Dependability, dan Confirmability”. Berdasarkan prinsip-prinsip tersebut, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan mahasiswa laki-laki dan perempuan dari berbagai kampus untuk memperoleh perspektif yang luas dan beragam terkait fenomena tersebut. Informasi yang diperoleh juga dikonfirmasi melalui observasi terhadap kedua akun Instagram serta hasil wawancara untuk memastikan integritas dan kebenaran data sehingga

temuan penelitian dapat dipercaya dan dijelaskan dengan baik. Kutipan langsung dari informan dan catatan lapangan digunakan sebagai bukti bahwa hasil penelitian didasarkan pada data asli dan bukan bias peneliti, sehingga membantu mempertahankan konfirmabilitas hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis harus menjelaskan hasil penelitian “Komunikasi Bertopeng: Ketika Akun Kedua Jadi Pelarian dari Realita Sosial Perjuangan Jaga Image di Akun Utama” secara detail. Sub-bagian ini berisi hasil temuan dan diskusi. Temuan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan harus ditulis dengan dukungan data yang memadai. Hasil dan temuan penelitian harus dapat menyelesaikan atau memberikan penjelasan atas pertanyaan yang dinyatakan dalam pendahuluan.

Hasil Wawancara

Penelitian ini melibatkan tiga informan. Informan 1 berinisial VL, seorang mahasiswa s1 yang menggunakan akun kedua untuk kebebasan berekspresi, informan 2 berinisial FA, seorang pekerja bumh sekaligus mahasiswa s2

yang memanfaatkannya untuk mencurahkan emosi pribadi, dan informan 3 berinisial AS, seorang siswi smp yang menggunakan akun utama sebagai ruang profesional sementara akun kedua sebagai ruang santai

“Akun pertama harus rapi dan terkontrol, tapi akun kedua tempat saya bebas posting apa saja” (VL, mahasiswa s1)

“Saya lebih nyaman curhat di akun kedua karena tidak banyak orang yang saya kenal” (FA, BUMN & mahasiswa s2)

“Akun kedua jadi ruang lepas dari tekanan menjaga image di akun utama” (AS, pelajar smp)

Strategi Manajemen Citra di Akun Utama

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa akun utama di Instagram berfungsi sebagai front stage dalam konsep dramaturgi Goffman (1959) yakni ruang di mana individu berupaya menampilkan citra terbaik dan terkontrol di hadapan publik. Responden VL dan FA, menekankan pentingnya menjaga kesan profesional

dan formal di akun utama karena audiens mereka terdiri dari dosen, keluarga, serta rekan kerja. Mereka memilih untuk menampilkan konten yang rapi, sopan, dan sesuai ekspektasi sosial agar reputasi mereka tetap terjaga. Sementara itu, responden AS yang masih berusia remaja menunjukkan kesadaran awal terhadap pengolahan citra digital, dengan menahan diri untuk tidak memposting hal-hal yang dianggap “alay” atau terlalu pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa bahkan pada usia muda, pengguna media sosial sudah mulai memahami pentingnya self-presentation dan pengendalian kesan di ruang digital.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sokowati dan Manda (2022) yang menyebut bahwa pengguna Instagram cenderung menciptakan “ilusi kebebasan” melalui pengelolaan citra di akun utama, di mana kebebasan berekspresi sebenarnya dibatasi oleh tuntutan sosial dan ekspektasi audiens. Selain itu, Widagdo (2024) menegaskan bahwa “akun utama menjadi simbol identitas sosial” yang penuh

pertimbangan strategis untuk membangun kredibilitas dan penerimaan sosial. Dalam konteks ini, strategi manajemen citra di akun utama bukan sekadar upaya estetika, tetapi juga bentuk komunikasi simbolik untuk mempertahankan posisi sosial dan nilai diri di dunia maya. Strategi manajemen citra di akun utama dapat dipahami sebagai upaya sadar individu dalam mengatur bagaimana dirinya ingin dilihat oleh orang lain di ruang digital.

Dalam konteks media sosial seperti Instagram, strategi ini mencakup pemilihan konten, gaya komunikasi, hingga pengaturan audiens agar citra diri yang tampil sesuai dengan identitas sosial yang diinginkan. Menurut teori dramaturgi Erving Goffman, hal ini merupakan bentuk impression management yakni ketika seseorang menampilkan versi terbaik dari dirinya di “panggung depan” (front stage) untuk menjaga reputasi dan memenuhi ekspektasi publik. Dengan kata lain, akun utama menjadi medium representasi diri yang dikurasi, di mana pengguna berusaha menampilkan kesan positif, profesional, dan ideal

agar diterima dalam lingkup sosialnya. Pengguna secara selektif menyembunyikan aspek-aspek tertentu dari kehidupan pribadinya yang dianggap tidak sesuai dengan citra ideal yang ingin dibangun. Hal ini mencerminkan proses kurasi identitas yang kompleks, di mana individu berperan sebagai “manajer citra” bagi dirinya sendiri. Mereka menyeleksi foto, caption, hingga interaksi di kolom komentar agar selaras dengan persona digital yang diinginkan.

Akun Kedua sebagai Ruang “Backstage” dan Pelarian dari Tekanan Sosial

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, akun kedua di Instagram berfungsi sebagai ruang “backstage” yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik dan bebas dari tekanan sosial yang dominan di akun utama. Konsep “backstage” ini, yang diadopsi dari teori Goffman tentang performa sosial (Goffman, 1959), menggambarkan akun kedua sebagai area pribadi di mana individu dapat melepas topeng

sosial dan menunjukkan sisi diri yang tidak terkurasi.

Fenomena ini mencerminkan pelarian dari realitas sosial yang menuntut kesempurnaan di akun utama, di mana pengguna merasa terbebani oleh ekspektasi untuk tampil ideal. Data observasi menunjukkan bahwa konten di akun kedua lebih spontan dan emosional, seperti story tentang kehidupan sehari-hari atau playlist lagu, yang jarang muncul di akun utama karena risiko penilaian negatif.

Responden 1 menekankan bahwa akun kedua membantu merasa lebih lega dan jujur, sementara Responden 2 melihatnya sebagai cara menjaga kewarasan di era “serba sempurna” media sosial. Namun, tantangan muncul ketika pengguna menjadi terlalu nyaman di ruang ini, seperti yang diakui Responden 3, yang kadang kebablasan curhat, atau Responden 1 yang enggan membagikan hal positif di akun utama.

Temuan ini sejalan dengan studi tentang self-disclosure di media sosial, di mana akun kedua memfasilitasi ekspresi autentik sebagai respons

terhadap tekanan identitas digital (Watusuke et al., 2023). Selain itu, penelitian terkini menunjukkan bahwa generasi Z menggunakan akun kedua untuk membangun kepercayaan diri melalui interaksi intim dengan pengikut terdekat (Nabiilah & Jayanti, 2024), yang didukung oleh data APJII 2024 yang menempatkan Instagram sebagai platform favorit generasi ini untuk eksistensi diri. Dengan demikian, akun kedua bukan hanya pelarian, tetapi juga strategi adaptasi terhadap dinamika sosial daring yang menuntut dualitas persona.

Aktor Sosial, Audiens, dan Perbedaan Konten Antara Akun Utama dan Akun Kedua

Pada umumnya, seseorang menggunakan akun utama sebagai tempat untuk memberikan informasi umum terkait data pribadi seperti hobi, aktifitas, dan hal lainnya, yang menggambarkan rangkaian pribadi dirinya dan menggunakan akun kedua sebagai tempat lain untuk lebih memperlihatkan sifat ekspresif dirinya yang bersifat privat atau hanya orang

tertentu yang diizinkan seperti teman dekat, pasangan, sahabat atau anggota keluarga. Namun, bagi beberapa golongan lainnya, mereka justru menggunakan akun kedua sebagai media utama untuk dapat beraktifitas lebih dan mengizinkan semua orang melihatnya dengan fungsi lain sebagai portofolio, hasil karya, skill dan keterampilan dan sebagai akun bisnis. Mereka justru menomorduakan akun utama mereka karena mereka lebih fokus menggunakan akun kedua untuk membangun branding yang mereka inginkan. Jadi, tak ada ketentuan khusus antara penggunaan akun utama dengan penggunaan akun kedua. karena, kedua hal itu memiliki perspektif tujuan masing-masing dalam fungsi pemakaiannya.



Gambar 1. Media Sosial Penggunaan Second Account (Sumber: [Jakpat.net](https://www.jakpat.net))



Gambar 2. Tujuan Penggunaan Second Account (Sumber: [Jakpat.net](https://jakpat.net))

Implikasi Psikososial dan Risiko dari Dualitas Akun (Image vs Realita)

Fenomena kualitas akun di media sosial, yang ditandai dengan keberadaan akun utama dan akun kedua, mencerminkan dinamika psikososial yang kompleks dalam kehidupan digital individu. Akun utama umumnya digunakan untuk menampilkan citra diri yang ideal, profesional, dan dapat diterima secara sosial. Sementara itu, akun kedua berfungsi sebagai ruang pribadi yang lebih bebas, di mana individu dapat mengekspresikan perasaan dan opini tanpa tekanan sosial yang signifikan.

Dualitas ini menunjukkan adanya perbedaan antara image yang dikonstruksi untuk konsumsi publik dan

realita diri yang sebenarnya. Ketegangan antara kedua aspek tersebut dapat menimbulkan implikasi psikologis, seperti kecemasan sosial, stres, hingga kebingungan identitas. Individu berpotensi mengalami tekanan untuk terus mempertahankan citra ideal yang telah dibangun di akun utama, meskipun hal tersebut tidak sepenuhnya merepresentasikan kondisi dirinya.

Secara sosial, dualitas akun juga dapat memunculkan risiko tertentu, seperti kebocoran informasi pribadi, salah tafsir atas konten, serta potensi stigma sosial ketika konten dari akun kedua diketahui publik. Ketidaksesuaian antara persona publik dan privat dapat berdampak terhadap reputasi, hubungan sosial, bahkan kesejahteraan psikologis individu.

Meskipun demikian, keberadaan dua akun seringkali berfungsi sebagai mekanisme koping terhadap tekanan sosial dan ekspektasi lingkungan digital. Akun kedua memberi ruang bagi individu untuk mengekspresikan diri secara autentik, sehingga dapat menjadi sarana pelepasan emosional

dan refleksi diri. Namun, dalam jangka panjang, pemisahan antara citra ideal dan realitas diri berpotensi menimbulkan disonansi identitas, yaitu ketidakharmonisan antara diri yang ditampilkan dan diri yang sebenarnya.

Dengan demikian, kualitas akun di media sosial tidak hanya menggambarkan strategi adaptif terhadap tekanan sosial, tetapi juga menunjukkan paradoks digital media sosial menjadi sarana ekspresi diri sekaligus sumber tekanan psikososial yang baru.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena penggunaan akun kedua di media sosial merupakan bentuk komunikasi bertopeng yang mencerminkan upaya individu untuk menyeimbangkan antara citra publik dan ekspresi diri yang autentik. Di kalangan mahasiswa dan generasi muda, akun utama sering digunakan sebagai ruang pencitraan yang menampilkan sisi ideal, sedangkan akun kedua menjadi tempat pelarian

dari tekanan sosial, di mana pengguna dapat mengekspresikan emosi, opini, dan sisi personal yang tidak dapat ditunjukkan secara terbuka. Kualitas ini menggambarkan adanya tekanan sosial terhadap konstruksi identitas digital, sekaligus bentuk perlawanan halus terhadap tuntutan kesempurnaan di ruang publik. Melalui penelitian ini, ditegaskan pentingnya memahami media sosial sebagai ruang komunikasi yang berlapis antara realita dan citra serta perlunya literasi digital agar individu mampu menggunakan media sosial secara sehat dan reflektif. Serta menunjukkan bahwa keberadaan akun kedua di media sosial merupakan bentuk strategi komunikasi dan pengelolaan identitas yang muncul akibat tekanan sosial dalam menjaga citra di ruang publik digital. Akun utama berfungsi sebagai media pencitraan yang menampilkan sisi ideal dan terkontrol, sedangkan akun kedua menjadi ruang ekspresi yang lebih jujur, spontan, dan emosional. Fenomena ini menggambarkan adanya dualitas identitas antara kebutuhan untuk diterima secara sosial dan keinginan

untuk menjadi diri sendiri yang mencerminkan dinamika komunikasi bertopeng di era digital. Penelitian ini merekomendasikan agar kajian selanjutnya menelusuri dampak psikologis dan sosial dari fenomena ini dengan pendekatan interdisipliner yang menggabungkan perspektif komunikasi, psikologi, dan sosiologi digital. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada para narasumber, dosen pembimbing, pihak kampus yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini dan seluruh pihak yang telah berkontribusi dan memberikan dukungan selama proses penelitian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, A. G., Ardelisma, A., Nugraha, A., & Jannah, M. (2025). *Second Instagram accounts: A study of Generation Z's self-identity in Medan. Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 9(1), 62-77

Daniella, N., & Nurhaqiqi, H. (2024). Second account Instagram sebagai sarana pengungkapan diri pada generasi Z laki-laki. *JIP – Jurnal Ilmiah*

Ilmu Pendidikan, 7(9), 9601–9609.

Dwi, A., Ramadhani, S.P., & Kartika, P.A. (2025). Pengguna Second Account Instagram Sebagai Ruang Aman Untuk Presentasi Diri Gen Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15 (2), 84-93

Nabilah, R., & Jayanti, D. (2024). Penggunaan akun kedua Instagram sebagai peningkat kepercayaan diri pada generasi Z. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 13(2), 45-58.

Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). ‘Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram’. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195–1204. ISSN 2722-9475 (Cetak), 2722-9467 (Online).

Putri, M., Fitri, W., Nasril, N., & Elvina, S. N. (2023). ‘Pengaruh Media Sosial terhadap Identitas Diri Remaja’. *Al Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 14 (1), 75-85, 2023

Sokowati, M. E., & Manda, S. (2022). Multiple Instagram Accounts and the Illusion of Freedom. *Jurnal Komunikator* 14 (2), 127-136, 2022

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.

Setiawan, A., & Audie, M. (2020). Second Account Instagram sebagai ruang aman ekspresi diri. *Jurnal Psikologi Komunikasi*, 12 (2), 99-108

Woro, H., & Idama, N., (2021). Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5 (1), Maret 2021, 20-28