

Pemanfaatan *Second Account* Instagram sebagai Sarana Ekspresi *True Self* Pada Generasi Z

Vincent Lianindra¹, Gregorius Genep Sukendro^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: vincent.915220148@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: geneps@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 11-01-2025, revisi tanggal : 05-02-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-03-2025

Abstract

This study aims to explore how Instagram second accounts function as a space for Gen Z to express their true selves. The research employs the theories of self-disclosure, the Johari Window, and dramaturgy. A descriptive qualitative approach was used, with data collected through interviews, observations, and documentation. The findings indicate that second accounts genuinely serve as a space for Gen Z to represent their true selves. In a digital environment that is less pressured, more private, and free from social expectations and normative demands, participants can present the most honest, emotional, and authentic aspects of themselves. Expert insights further confirm that social pressure is a major factor preventing individuals from fully expressing themselves in public spaces. Religious, social, and cultural norms—such as expectations to always appear well-behaved, polite, stable, or not overly emotional—often lead individuals to adjust their self-expression. However, second accounts provide a safer, smaller, and more controlled environment that allows individuals to detach from these standards. Thus, second accounts not only serve as an escape from social expectations but also provide a meaningful space for self-understanding and the expression of one's true self.

Keywords: *dramaturgy, johari window, second account Instagram, self disclosure, true self*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *second account* Instagram mampu menjadi ruang untuk menunjukkan *true self* pada Gen Z. Penelitian ini menggunakan teori *self-disclosure*, jendela Johari, dan dramaturgi. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* benar-benar menjadi ruang representasi *true self* bagi Gen Z. Dalam lingkungan digital yang minim tekanan, lebih privat, dan tidak dipenuhi tuntutan citra dan norma, para narasumber dapat menampilkan sisi diri yang paling jujur, emosional, dan apa adanya. Hal ini dikonfirmasi oleh ahli, yaitu bahwa tekanan sosial merupakan faktor terbesar yang sering menahan seseorang untuk menampilkan dirinya secara utuh di ruang publik. Norma agama, norma sosial, dan norma budaya seperti harapan untuk selalu terlihat baik, sopan, stabil, atau tidak terlalu emosional membuat individu menyesuaikan ekspresinya. Namun, *second account* memberi ruang yang lebih aman, kecil, dan terkendali sehingga individu dapat melepaskan diri dari standar tersebut. Dengan demikian, *second account* tidak hanya berfungsi sebagai tempat pelarian dari ekspektasi sosial, tetapi juga sebagai ruang untuk memahami diri dan mengekspresikan *true self* mereka.

Kata Kunci: *dramaturgi, jendela johari, second account Instagram, self disclosure, true self*

1. Pendahuluan

Media sosial seperti Instagram kini tidak hanya digunakan untuk berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai ruang menampilkan identitas, opini, dan gaya hidup. Menurut Data Reportal, pada awal 2025 terdapat 103 juta pengguna Instagram di Indonesia, dengan 45,9% berusia 13 tahun ke atas. Hal ini menempatkan Indonesia di peringkat keempat pengguna Instagram terbanyak. Instagram juga menjadi platform ketiga yang paling sering digunakan setelah YouTube dan WhatsApp (Widyaputri et al., 2022). Beragam fitur baru maupun lama menjadikan Instagram tetap populer terutama bagi Gen Z.

Salah satu fenomena yang berkembang ialah penggunaan akun kedua (*second account*), yaitu akun personal yang digunakan sebagai ruang ekspresi diri yang lebih bebas (Prihantoro et al., 2020) Akun ini umumnya privat, hanya diikuti orang terdekat, serta memberi kesempatan pengguna untuk menyamarkan identitas (Setiawan et al., 2024). Berbeda dengan *first account* yang berfungsi menjaga citra (Safitri & Harianto, 2023), *second account* memiliki ciri seperti *username* tidak asli, jumlah *following* lebih sedikit, serta minim lawan jenis menurut Astuti (dalam Paramesti & Nurdiarti, 2022). Selain itu, akun ini sering bersifat lebih frontal, agresif, dan tidak memakai foto profil pribadi menurut Noviana (dalam Nathania & Nurhaqiqi, 2024).

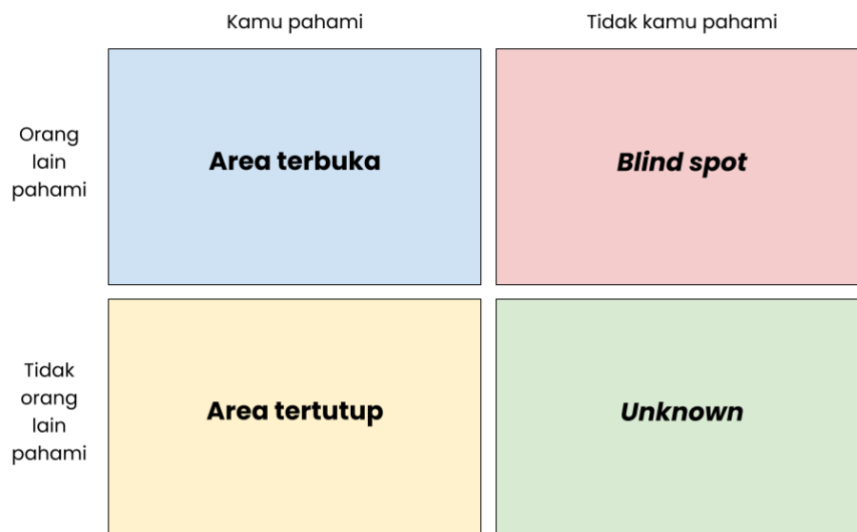
Fenomena ini berkaitan dengan kebutuhan individu menampilkan *true self*, yaitu identitas yang paling autentik, bermoral, dan bernilai positif (Jinhyung et al., 2022). Konsep ini menegaskan bahwa diri sejati bersifat konsisten lintas budaya dan tidak bergantung pada penilaian orang lain (Schlegel et al., 2009). Karena *true self* cenderung disimpan dan hanya ditampilkan pada lingkungan yang aman, *second account* menjadi ruang potensial untuk menampilkannya.

Gen Z yang lahir antara 1997–2012 tumbuh dalam perkembangan digital dan aktif menggunakan media sosial untuk berkomunikasi serta mengekspresikan diri (Nurlaila et al., 2024). Data Porch Group Media menunjukkan bahwa 73% Gen Z membutuhkan lebih banyak ruang untuk mengekspresikan diri. Survei APJII 2023–2024 juga menempatkan Instagram sebagai platform yang paling banyak digunakan oleh Gen Z. Dengan demikian, penelitian ini menyoroti bagaimana *second account* Instagram menjadi ruang bagi Gen Z untuk menampilkan *true self*.

Teori dramaturgi digunakan untuk memahami pembagian perilaku antara ruang publik dan privat. Goffman menggambarkan kehidupan sosial sebagai pertunjukan teater (Fitri, 2015) di mana individu “memainkan peran” dalam interaksi sosial (Nugroho, 2023) dan mengelola kesan untuk mempengaruhi cara audiens memandang dirinya (Mokos, 2025). Dramaturgi terbagi menjadi *front stage*, yaitu ruang publik tempat individu menampilkan perilaku yang sesuai norma, serta *back stage*, yaitu ruang privat tempat seseorang bersikap spontan dan lebih jujur (Goffman dalam Mokos, 2025). Dalam konteks Gen Z, perbedaan perilaku pada *first account* dan *second account* dapat dipahami melalui dua ranah ini.

Konsep *self-disclosure* sangat relevan dalam melihat bagaimana Gen Z membuka diri di *second account*. Jourard mendefinisikan *self-disclosure* sebagai proses individu mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain (Azis & Irwansyah, 2021), termasuk pengalaman, pikiran, dan emosi. Dengan audiens yang terbatas dan dekat, *second account* memberi ruang *self-disclosure* yang lebih aman dibandingkan dengan *first account*. Teori Jendela Johari oleh Joseph Luft dan Harry Ingham terdiri dari empat area, yaitu area terbuka, tertutup, *blind spot*, dan *unknown area* (Lumbanraja et al., 2024).

Gambar 1. Jendela Johari



Sumber: Glints (2022)

Konsep *true self* juga relevan untuk menjelaskan ekspresi diri di *second account*. Winnicott (Ehrlich, 2021) menyebut bahwa *true self* muncul melalui ekspresi spontan, konsistensi identitas, kemampuan berkreasi, dan kebebasan dari ekspektasi eksternal. *True self* tumbuh dalam lingkungan yang mendukung dan memungkinkan individu merespons emosi secara autentik. Karakteristik ini menunjukkan bahwa ruang yang privat, aman, dan minim penilaian sosial seperti *second account* mampu memfasilitasi kemunculan diri sejati pada Gen Z.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Zulkarmain (Wulandari et al., 2024), pendekatan kualitatif bertujuan memahami fenomena subjek secara mendalam berdasarkan tindakan, motivasi, persepsi, dan pengalaman dalam konteks yang alami. Pendekatan ini dipilih karena penggunaan *second account* oleh Gen Z tidak dapat dijelaskan melalui angka, tetapi melalui narasi personal dan dinamika interaksi di media sosial. Metode yang digunakan adalah wawancara, yang merupakan teknik umum dalam penelitian kualitatif karena memberikan pemahaman yang lebih kaya mengenai pengalaman dan motivasi subjek (Yusra et al., 2021).

Subjek penelitian adalah Gen Z pengguna *second account* Instagram. Jumlah partisipan mengikuti prinsip kejenuhan data, sehingga tiga narasumber dipilih dengan kemungkinan penambahan jika diperlukan (Bekele & Ago, 2022). Objek penelitian adalah *second account* Instagram sebagai ruang untuk mewujudkan *true self*. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data mengikuti konsep Miles & Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

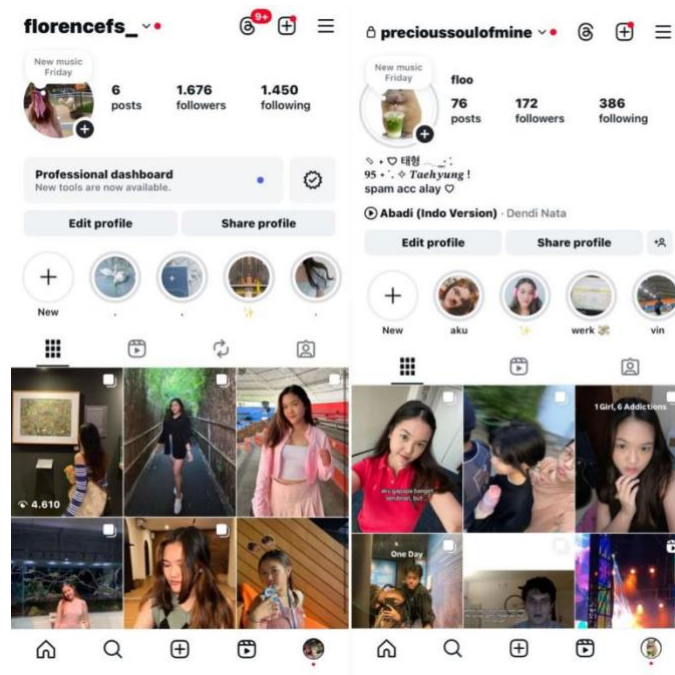
Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber. Moleong (dalam Cecariyani & Sukendro, 2018) menjelaskan bahwa triangulasi memeriksa kebenaran

data melalui perbandingan dari luar sumber utama. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa narasumber menurut Alfansyur & Andarusni (dalam Susanto et al., 2023), serta melibatkan seorang psikolog klinis dari Halodoc untuk memvalidasi temuan mengenai dramaturgi, *self-disclosure*, *hidden self*, dan *true self* dalam penggunaan *second account*.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana akun kedua (*second account*) Instagram menjadi ruang bagi Gen Z untuk menampilkan *true self*. Temuan diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam, kemudian divalidasi dengan triangulasi ahli untuk memastikan validitas hasil penelitian.

Gambar 2. Perbedaan *First Account* & *Second Account* Narasumber Pertama



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2025)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh narasumber merasakan bahwa akun kedua memberi mereka ruang untuk menampilkan diri secara lebih otentik dibandingkan akun pertama. Mereka cenderung menunjukkan sisi emosional, keseharian, kerentanan, maupun opini personal yang tidak berani ditampilkan pada akun utama. Hal ini terjadi karena lingkungan sosial pada akun kedua lebih kecil, lebih intim, dan terdiri dari audiens yang telah dipilih secara selektif. Dengan demikian, tekanan untuk mempertahankan citra atau memenuhi ekspektasi sosial jauh berkurang.

Dalam kerangka karakteristik *true self*, para narasumber menunjukkan aspek-aspek yang mencerminkan kejujuran emosional, spontanitas, keberanian mengekspresikan kelemahan, dan ekspresi diri tanpa rekayasa. Mereka mempresentasikan diri mereka dengan cara yang lebih apa adanya, tanpa perlu mempertahankan citra sosial tertentu yang melekat pada akun pertama (*first account*). Selain itu, faktor privasi, kenyamanan, dan minimnya evaluasi sosial membuat narasumber semakin berani mengungkapkan sisi diri yang sebelumnya tersembunyi.

Dengan menggunakan pendekatan dramaturgi Goffman, hasil penelitian memperlihatkan bahwa Gen Z memperlakukan dua jenis akun mereka sebagai dua panggung yang berbeda. *First account* berfungsi sebagai panggung depan (*front stage*), tempat individu menampilkan performa sosial yang telah dikurasi secara cermat. Di ruang ini, mereka memilih konten yang dianggap layak diperlihatkan kepada audiens luas, menjaga citra profesional, mengatur estetika konten, dan menampilkan kesan positif yang konsisten. Sebaliknya, *second account* berperan sebagai panggung belakang (*backstage*), yaitu ruang di mana individu dapat melepas peran dan tampil sebagaimana dirinya. Pada *backstage*, ekspresi diri tidak lagi dikendalikan oleh tuntutan norma sosial atau citra tertentu. Para narasumber merasa bebas untuk mengekspresikan keluh kesah, humor pribadi, kemarahan, perasaan rapuh, atau pendapat kontroversial. Mereka juga menunjukkan kebiasaan yang lebih natural seperti *yapping*, curhat spontan, atau memposting momen kehidupan sehari-hari tanpa proses kurasi.

Penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan *second account* menyebabkan perubahan signifikan dalam struktur diri menurut model Jendela Johari. Pada *first account*, area terbuka relatif kecil karena individu berbagi informasi yang aman dan telah disaring dengan ketat. Namun, pada akun kedua (*second account*), *open area* menjadi jauh lebih luas karena individu lebih berani mengungkapkan informasi pribadi, perasaan, maupun opini sebenarnya. Di sisi lain, area tersembunyi menyempit karena bagian diri yang biasanya disembunyikan di akun utama kini lebih bebas dibagikan di akun kedua. Para narasumber mengaku merasa lebih aman karena audiens akun kedua terdiri dari orang dekat yang telah melewati proses seleksi, sehingga mereka percaya tidak akan dihakimi. Selain itu, narasumber turut menyatakan bahwa akun kedua membuat mereka menemukan hal-hal baru tentang diri mereka yang sebelumnya tidak disadari. Hal ini berkaitan dengan *unknown area*, yaitu bagian diri yang belum diketahui oleh diri sendiri maupun orang lain. Ketika berada di ruang yang lebih jujur dan privat, mereka menemukan bahwa mereka memiliki pola ekspresi, kebiasaan, atau cara berpikir tertentu yang tidak pernah muncul di ruang publik. Dengan demikian, *second account* mampu menjadi ruang refleksi diri yang memungkinkan individu memahami sisi-sisi pribadinya secara lebih mendalam, termasuk preferensi, pola emosi, dan kebiasaan yang bahkan tidak disadari sebelumnya.

Konsep *self-disclosure* memiliki peran penting dalam temuan penelitian ini. Para narasumber menunjukkan tingkat keterbukaan diri yang jauh lebih tinggi pada *second account* dibandingkan dengan *first account*. Mereka lebih nyaman untuk menceritakan pengalaman pribadi, perasaan emosional, masalah yang sedang dihadapi, hingga pandangan pribadi mengenai topik sensitif. Peningkatan *self-disclosure* ini dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu:

- a) Audiens yang terbatas dan telah dipilih,
- b) Suasana interaksi yang lebih intim,
- c) Rasa aman dari penilaian sosial,
- d) Rendahnya tekanan estetika dan citra.

Dengan berkurangnya tekanan tersebut, individu berani menampilkan konten yang lebih autentik. *Self-disclosure* yang tinggi inilah yang memfasilitasi munculnya *true self*, karena individu dapat mengekspresikan bagian diri yang sebelumnya ditutupi pada akun utama. Temuan ini memperjelas bahwa ruang digital privat memiliki kemampuan untuk memicu pengungkapan diri yang lebih jujur, terutama bagi Gen Z yang sangat akrab dengan komunikasi berbasis media sosial.

Triangulasi ahli dilakukan dengan mewawancarai seorang psikolog klinis dari aplikasi HaloDoc bernama Sandy Ajizah, M.Psi. Psikolog menyatakan bahwa fenomena merasa “lebih menjadi diri sendiri” di ruang digital yang privat adalah wajar dan dapat dijelaskan secara psikologis. Menurutnya, *second account* memberikan kondisi yang dibutuhkan individu untuk menunjukkan ekspresi diri yang autentik, karena individu tidak lagi harus mematuhi tuntutan citra, norma sosial, atau ekspektasi audiens yang biasanya melekat pada akun utama. Psikolog juga menekankan bahwa *self-disclosure* yang meningkat terjadi karena rasa aman dan kepercayaan pada audiens yang terbatas. Dalam situasi tersebut, individu merasa bebas mengekspresikan pendapat, humor, maupun perasaannya tanpa khawatir dipersepsikan negatif. Validasi ahli ini memperkuat temuan penelitian bahwa *second account* benar-benar menjadi ruang representasi *true self* bagi Gen Z.

4. Simpulan

Penggunaan *second account* Instagram oleh Generasi Z menjadi fenomena yang wajar dan dapat dipahami secara psikologis. Akun ini berfungsi sebagai ruang privat yang memungkinkan individu menampilkan sisi diri yang lebih autentik karena terbebas dari tuntutan sosial dan citra yang biasa melekat pada *first account*. Keterbatasan audiens membuat mereka merasa lebih aman untuk mengekspresikan perasaan, opini, dan diri mereka secara spontan. Temuan ini selaras dengan konsep *self-disclosure*, teori dramaturgi Goffman, serta jendela Johari, yang menunjukkan bahwa *second account* menjadi ruang *backstage* tempat individu dapat mengenali dan menampilkan diri secara jujur. Meski demikian, kebebasan tersebut tetap memerlukan kontrol etis agar tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain. Secara keseluruhan, *second account* berperan penting sebagai ruang ekspresi yang mendukung pengungkapan *true self* pada Gen Z, serta membantu mereka memahami diri tanpa tekanan sosial yang biasanya muncul di akun utama.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Azis, M. R. Al, & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Self-Disclosure Dalam Penggunaan Platform Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130. <https://doi.org/10.47233/JTEKSIS.V3I1.189>
- Bekele, W. B., & Ago, F. Y. (2022). Sample Size for Interview in Qualitative Research in Social Sciences: A Guide to Novice Researchers. *Research in Educational Policy and Management*, 4(1), 42–50. <https://doi.org/10.46303/REPAM.2022.3>
- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495–502. <https://doi.org/10.24912/PR.V2I2.3735>

- Ehrlich, R. (2021). Winnicott's Idea OF The False Self: Theory as Autobiography. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 69(1), 75–108. <https://doi.org/10.1177/00030651211001461>
- Fitri, A. (2015). Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 101–108. <https://doi.org/10.14710/INTERAKSI.4.1.101-108>
- Jinhyung, K., Chen, K., Rivera, G. N., Hong, E. K., Kamble, S., Scollon, C. N., Sheldon, K. M., Zhang, H., & Schlegel, R. J. (2022). True-self-as-guide lay theory endorsement across five countries. *Self and Identity*, 21(8), 939–962. <https://doi.org/10.1080/15298868.2022.2028670>;REQUESTEDJOURNAL:JOURNAL:PSAI20;WGROU:STRING:PUBLICATION
- Lumbanraja, P., Lubis, A. S., & Nadapdap, K. M. N. (2024). A review of the Johari window theory as grand theory of human resource competence. *Multidisciplinary Reviews*, 7(1), 2024002–2024002. <https://doi.org/10.31893/MULTIREV.2024002>
- Mokos, I. E. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 638–649. <https://doi.org/10.54259/MUKASI.V4I3.4690>
- Nathania, D., & Nurhaqiqi, H. (2024). Second Account Instagram Sebagai Sarana Pengungkapan Diri pada Generasi Z Laki-Laki. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9601–9609. <https://doi.org/10.54371/JIIP.V7I9.5079>
- Nugroho, L. S. (2023). Teori Dramaturgi Dalam Komunikasi Guru Di Yayasan Penitipan Anak Berkebutuhan Khusus. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(1), 341–346. <https://doi.org/10.26623/JDSB.V25I1.4511>
- 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), 95–102. <https://doi.org/10.62383/KONSENSUS.V1I6.464>
- Paramesti, A. R., & Nurdiarti, R. P. (2022). Penggunaan Pseudonym di Second Account Instagram dalam Perspektif Etika Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 89–102. <https://doi.org/10.35508/JIKOM.V11I1.5184>
- 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>
- Safitri, M. W., & Harianto, S. (2023). Eksistensi diri remaja di Instagram First Account sebagai media dalam pengelolaan kesan. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian Dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(1), 40–49. <https://doi.org/10.26858/SOSIALISASI.V1I1.40085>
- Schlegel, R. J., Hicks, J. A., Arndt, J., & King, L. A. (2009). Thine Own Self: True Self-Concept Accessibility and Meaning in Life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(2), 473. <https://doi.org/10.1037/A0014060>
- Setiawan, J. V. N., Kusmawati, M. A., & Nadia, H. L. (2024). Motif Penggunaan Second Account Media Sosial Instagram sebagai Konten Humor di Kalangan Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)*, 3, 1067–1076. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/3836>
- Susanto, D., Risnita, R., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM : Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/JQ.V1I1.60>

- Widyaputri, N., Suwu, E. A. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop Di Kota Manado. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 2(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/41776>
- Wulandari, T., Sari, D. P., & Nasution, A. R. (2024). Deskripsi mendalam untuk memastikan keteralihan temuan penelitian kualitatif. *Jurnal Literasiologi*, 11(2). <https://doi.org/10.47783/LITERASIOLOGI.V11I2.674>
- Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino, S. (2021). Pengelolaan Lkp Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.33369/JOLL.4.1.15-22>