

Info Artikel

Diterima: 07-02-2026	Direvisi: 07-04-2026	Disetujui : 23-04-2026
-----------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna sosiologis penggunaan lebih dari satu akun media sosial di kalangan Generasi Z. Perkembangan media sosial mendorong individu untuk membangun dan mengelola identitas digital secara strategis dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena kepemilikan akun ganda, yaitu akun utama dan akun kedua, menunjukkan adanya pemisahan antara ruang publik dan ruang privat dalam interaksi daring. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap informan berusia 17–25 tahun. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana serta didukung teori dramaturgi dari Erving Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akun ganda merupakan bentuk pengelolaan kesan (impression management) dan negosiasi identitas sosial di media digital. Akun utama digunakan sebagai ruang publik untuk menampilkan citra diri ideal, profesional, dan dapat diterima secara sosial, sedangkan akun kedua dimanfaatkan sebagai ruang privat untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas, personal, dan autentik. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa Generasi Z secara aktif membangun batas antara identitas publik dan identitas privat sebagai strategi adaptasi sosial di era digital.

Kata Kunci: Generasi Z, media sosial, akun ganda, identitas digital, dramaturgi

***Abstracts** This study aims to analyze the sociological meaning of the use of multiple social media accounts among Generation Z. The development of social media has encouraged individuals to strategically construct and manage their digital identities in everyday life. The phenomenon of owning multiple accounts, namely primary and secondary accounts, indicates a separation between public and private spaces in online interactions. This research employed a descriptive qualitative approach with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and documentation involving informants aged 17–25 years. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana, supported by the dramaturgical theory of Erving Goffman. The findings reveal that the use of multiple accounts represents a form of impression management and social identity negotiation in digital media. The primary account functions as a public space to present an ideal, professional, and socially acceptable self-image, while the secondary account serves as a private space for freer, more personal, and authentic self-expression. This study demonstrates that Generation Z actively constructs boundaries between public and private identities as a social adaptation strategy in the digital era.*

Keywords: Generation Z, social media, multiple accounts, digital identity, dramaturgy

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu berinteraksi dan membangun identitas sosial di era digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang representasi diri di mana individu dapat mengatur citra dan membangun hubungan sosial secara daring (Nasrullah, 2015). Platform seperti Instagram memungkinkan pengguna untuk menampilkan identitas yang dikonstruksi secara selektif melalui unggahan visual, teks, maupun interaksi dengan pengguna lain (Fajar Iqbal, 2025). Dalam konteks ini, identitas digital menjadi sesuatu yang fleksibel dan dapat dinegosiasikan sesuai dengan audiens yang dituju (Sari et al., 2025).



Di Indonesia, penggunaan media sosial didominasi oleh Generasi Z yang dikenal sebagai generasi digital native yang tumbuh bersama perkembangan teknologi internet (Nurlaila et al., 2024). Generasi ini memiliki kecenderungan untuk aktif dalam berbagai platform media sosial serta memiliki kesadaran tinggi terhadap citra diri yang ditampilkan di ruang publik digital (Agung Pribadi; Yenrizal; Fera Indasari, 2025). Hal ini mendorong munculnya berbagai strategi dalam mengelola identitas, salah satunya adalah penggunaan lebih dari satu akun dalam satu platform media sosial (Sokowati & Manda, 2022).

Fenomena penggunaan akun ganda (*multiple accounts*) menjadi praktik yang umum di kalangan Generasi Z, khususnya pada platform Instagram. Umumnya, pengguna memiliki akun utama (*main account*) yang digunakan untuk menampilkan citra diri yang ideal dan sesuai dengan norma sosial, serta akun kedua (*second account*) yang digunakan sebagai ruang ekspresi yang lebih bebas dan personal (Nurrachmah, 2025). Penggunaan akun ganda ini mencerminkan adanya pemisahan antara ruang publik dan ruang privat dalam interaksi digital (Aulia et al., 2025). Selain itu, fenomena ini juga menunjukkan bagaimana individu secara aktif mengelola audiens yang berbeda dalam kehidupan daring mereka (Sun et al., 2025).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan akun ganda berkaitan dengan strategi pengelolaan kesan (*impression management*), di mana individu secara sadar mengatur bagaimana dirinya dipersepsikan oleh orang lain. Dalam praktiknya, pengguna cenderung menampilkan konten yang lebih terkurasi dan estetis pada akun utama, sementara akun kedua digunakan untuk mengekspresikan emosi, opini, dan pengalaman yang lebih autentik tanpa tekanan sosial (Boyd, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga arena negosiasi identitas yang kompleks (Sari et al., 2025).

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek psikologis dan komunikasi interpersonal, seperti self-presentation dan perilaku pengguna media sosial. Kajian yang secara khusus menyoroti makna sosiologis dari penggunaan akun ganda, terutama dalam konteks Generasi Z di Indonesia, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan menggunakan pendekatan sosiologis.

Penelitian ini menggunakan perspektif teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Goffman, yang memandang interaksi sosial sebagai suatu pertunjukan yang melibatkan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) (Goffman, 1959). Dalam konteks media sosial, akun utama dapat dipahami sebagai ruang publik untuk menampilkan citra diri yang ideal, sedangkan akun kedua sebagai ruang privat untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan autentik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana makna sosiologis penggunaan lebih dari satu akun media sosial oleh Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana praktik tersebut mencerminkan pengelolaan identitas, pembagian ruang publik dan privat, serta dinamika interaksi sosial di era digital. Adapun kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan sosiologis yang menekankan pada proses negosiasi identitas digital Generasi Z dalam penggunaan akun ganda, yang belum banyak dikaji secara mendalam dalam penelitian sebelumnya.

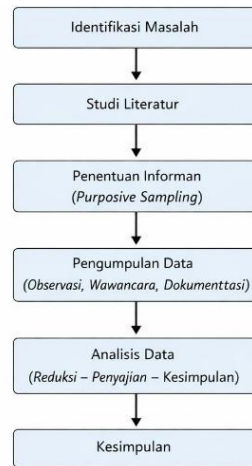
II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif interpretatif untuk memahami fenomena penggunaan akun ganda dalam media sosial serta implikasinya terhadap makna sosiologis di kalangan Generasi Z. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, dan makna yang dibangun oleh individu dalam interaksi sosial digital (Creswell, 2014).

Subjek penelitian adalah Generasi Z dengan rentang usia 17–25 tahun yang memiliki lebih dari satu akun media sosial. Penelitian ini melibatkan 10 informan berusia 19–22 tahun yang berstatus mahasiswa aktif dari berbagai kota di Indonesia. Teknik pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu dengan memilih informan berdasarkan kriteria tertentu, antara lain aktif menggunakan media sosial (Instagram) dan memiliki minimal dua akun aktif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode, yaitu: (1) wawancara mendalam semi-terstruktur, (2) observasi non-partisipan terhadap aktivitas dan konten akun media sosial informan, dan (3) dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) unggahan dan profil akun yang relevan dengan penelitian. Wawancara dilakukan untuk menggali alasan penggunaan akun ganda, pola interaksi, serta makna yang dibangun oleh informan, sedangkan observasi dan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian.

Prosedur penelitian dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi masalah dan studi literatur untuk memahami fenomena penggunaan akun ganda serta teori yang relevan, seperti teori dramaturgi. Tahap kedua adalah penentuan informan penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Tahap ketiga adalah proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap keempat adalah analisis data menggunakan model interaktif Miles et al., (2014) yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Tahap terakhir adalah penyusunan laporan penelitian berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.



Gambar 1. Alur Penelitian

Untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode dengan membandingkan data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan memiliki tingkat validitas yang tinggi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki dua akun Instagram aktif dengan fungsi yang berbeda. Secara umum, akun utama memiliki rata-rata 2.048 pengikut (rentang 221–8.932), sedangkan akun kedua hanya memiliki rata-rata 63 pengikut (rentang 23–104). Perbedaan jumlah pengikut ini menunjukkan adanya segmentasi audiens yang disengaja oleh pengguna dalam mengelola interaksi sosial di media digital.

1. Karakteristik Informan Penelitian

Karakteristik informan dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, status, dan asal universitas. Informan yang terlibat berjumlah 10 orang dengan rentang usia 19–22 tahun dan berasal dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Seluruh informan merupakan pengguna aktif Instagram yang memiliki lebih dari satu akun.

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

No	Nama (Disamarkan)	Usia	Jenis Kelamin	Status	Asal Universitas	Platform
1	RY	20 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Universitas Bengkulu	Instagram
2	DR	20 tahun	Perempuan	Mahasiswi	Universitas Bengkulu	Instagram
3	IS	20 tahun	Perempuan	Mahasiswi	Universitas Bengkulu	Instagram
4	VK	19 tahun	Perempuan	Mahasiswi	Universitas Bengkulu	Instagram
5	AS	20 tahun	Perempuan	Mahasiswi	Universitas Bengkulu	Instagram
6	R	21 tahun	Perempuan	Mahasiswi	Universitas Bengkulu	Instagram
7	F	22 tahun	Perempuan	Mahasiswi	Universitas Negeri Medan	Instagram
8	S	21 tahun	Perempuan	Mahasiswi	Universitas Negeri Surabaya	Instagram
9	K	21 tahun	Perempuan	Mahasiswi	Universitas Sam Ratulangi	Instagram
10	G	21 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Universitas HKBP Nommensen	Instagram

Sumber: Data Penelitian, 2025

2. Pola Penggunaan Akun Ganda

Akun utama (*main account*) berfungsi sebagai ruang publik (*front stage*) di mana informan menampilkan citra diri yang ideal, terkontrol, dan sesuai dengan norma sosial. Hal ini terlihat dari cara informan mengkurasi konten yang diunggah. RY menyatakan, “Kalau di akun first itu biasanya khalayak yang lihat itu orang-orang penting, jadi lebih dijaga gaya komunikasinya.” Pernyataan ini diperkuat oleh DR yang mengungkapkan bahwa “di akun utama saya hanya memposting foto atau video yang estetik.”

Sebaliknya, akun kedua (*second account*) berfungsi sebagai ruang privat (*back stage*) yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas. Informan tidak terlalu mempertimbangkan norma sosial dalam mengunggah konten. RY menjelaskan bahwa ia merasa lebih leluasa dalam mengekspresikan diri di akun kedua, sementara IS menyatakan bahwa akun kedua digunakan untuk membagikan hal-hal yang bersifat spontan seperti curahan hati, meme, dan pikiran sehari-hari. Perbedaan ini menunjukkan bahwa penggunaan akun ganda bukan hanya praktik teknis, tetapi merupakan strategi sosial dalam membagi ruang publik dan privat di media digital.

Tabel 2. Perbedaan Karakteristik Akun Utama dan Akun Kedua

Aspek	Akun Utama	Akun Kedua
Tujuan penggunaan	Membangun citra diri	Ekspresi diri
Audiens	Umum (keluarga, teman, publik)	Terbatas (teman dekat)
Konten	Formal, rapi, terkurasi	Bebas, spontan
Frekuensi posting	Jarang dan selektif	Lebih sering
Gaya komunikasi	Dijaga	Lebih santai dan jujur

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat adanya perbedaan yang jelas dalam cara individu menampilkan diri di masing-masing akun. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z secara sadar melakukan segmentasi identitas dalam interaksi digital

3. Pengelolaan Kesan dan Makna Sosiologis

Strategi pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan informan meliputi beberapa aspek, yaitu kurasi konten visual pada akun utama, pembatasan audiens pada akun kedua, serta perbedaan gaya komunikasi antara formal dan santai. Pola ini ditemukan secara konsisten pada seluruh informan, meskipun terdapat variasi dalam frekuensi unggahan dan tingkat keterbukaan emosional.

Berdasarkan analisis menggunakan teori dramaturgi, penggunaan akun ganda dapat dipahami sebagai manifestasi konsep *front stage* dan *back stage* dalam konteks digital. Akun utama berfungsi sebagai panggung depan yang menampilkan identitas ideal, sedangkan akun kedua menjadi panggung belakang yang memungkinkan individu menampilkan diri yang lebih autentik.

Lebih lanjut, penelitian ini menemukan beberapa makna sosiologis dari penggunaan akun ganda, yaitu:

1. Negosiasi identitas antara diri ideal dan diri autentik.
2. Pengelolaan batas antara ruang publik dan privat.
3. Respons terhadap tekanan sosial di media digital.
4. Penciptaan ruang aman untuk ekspresi emosional.

Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya menjadi pengguna media sosial, tetapi juga aktor aktif yang secara sadar mengelola identitas digital mereka sesuai dengan konteks sosial yang dihadapi.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun ganda pada media sosial oleh Generasi Z merupakan bentuk strategi sosial dalam mengelola identitas digital. Seperti yang telah dirumuskan dalam pendahuluan, fenomena ini tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial dalam membangun dan menampilkan diri di ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun utama digunakan sebagai ruang publik untuk menampilkan citra diri yang ideal dan sesuai dengan norma sosial, sedangkan akun kedua berfungsi sebagai ruang privat yang memungkinkan individu mengekspresikan diri secara lebih bebas dan autentik.

Temuan ini memperkuat konsep teori dramaturgi yang menjelaskan adanya pembagian antara *front stage* dan *back stage* dalam interaksi sosial, yang dalam konteks ini dimediasi oleh media sosial. Dengan demikian, terdapat kesesuaian antara tujuan penelitian dengan hasil yang diperoleh, yaitu bahwa penggunaan akun ganda merupakan bentuk negosiasi identitas, pengelolaan kesan, serta upaya menjaga keseimbangan antara tuntutan sosial dan kebutuhan personal.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang konstruksi identitas yang kompleks dan dinamis. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku digital Generasi Z menjadi penting dalam kajian sosiologi komunikasi dan media digital.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat mengkaji fenomena ini dengan pendekatan yang berbeda, seperti pendekatan kuantitatif untuk melihat pola secara lebih luas, atau memperluas objek penelitian pada platform media sosial lainnya. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengkaji dampak psikologis dan sosial dari penggunaan akun ganda secara lebih mendalam.

V. REFERENSI

- Agung Pribadi; Yenrizal; Fera Indasari. (2025). Pengungkapan Diri Generasi Z Melalui Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa FISIP UIN Raden Fatah Palembang). *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 11(6).
- Aulia, K. P., Ramadhani, S. P., & Agitashera, D. (2025). PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM SEBAGAI RUANG AMAN UNTUK PRESENTASI DIRI GEN Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi (AKMRTV)*, 15(2), 84–93.
- Boyd, D. (2021). *It ' s Complicated : The Social Lives of Networked Teens it ' s complicated* (Issue January 2014). Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/9780300166439>

- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *Journal of Social and Administrative Sciences* (4th ed., Vol. 4, Issue June). SAGE Publications. https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?id=4uB76IC_pOQC
- Fajar Iqbal. (2025). *INSTAGRAM DAN BUDAYA PERSONAL BRANDING (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis - Matthew B. Miles (IND)*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*.
- 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.v1i6.433>
- Nurrachmah, S. (2025). Strategi Ekspresi Diri dan Identitas Digital Generasi Z di Media Sosial X: Studi Kuantitatif tentang Gaya Komunikasi dan Keterlibatan Audiens. *Riviera Publishing*, 4(7), 439–446. <https://doi.org/10.58344/jmi.v4i7.2411>
- Sari, R. P., Trenggono, N., Aryanti, N. Y., Ashaf, A. F., & Kartika, T. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas : Perspektif Cultural Studies. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5(4), 7282–7290.
- Sokowati, M. E., & Manda, S. (2022). Multiple Instagram Accounts and the Illusion of Freedom. *Komunikator*, 14(2), 127–136. <https://doi.org/10.18196/jkm.15914>
- Sun, J., Hayati, A., Ghazali, A., Saiful, R., & Abdul, N. (2025). Imagined Audiences and Social Media Fatigue Among Young Adults : The Mediating Role of Impression Management. *SAGE Open*, 15(4), 1–20. <https://doi.org/10.1177/21582440251397448>