

REALITAS PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM (STUDI FENOMENOLOGI PADA GEN Z DI KOTA BANDUNG)

Prayoga Putra Pratama¹, Ahmad Zakiyuddin², Veny Purba³

prayogaputra844@gmail.com¹, zakibangkit@gmail.com², boyveny@gmail.com³

Universitas Langlangbuana

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan Generasi Z, terutama Instagram yang tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk menampilkan identitas diri. Salah satu fenomena menarik yang muncul adalah penggunaan second account atau akun kedua, di mana pengguna, khususnya Gen Z, memanfaatkan akun ini untuk mengekspresikan sisi diri yang lebih autentik, bebas, dan privat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui realitas penggunaan second account Instagram oleh Generasi Z di Kota Bandung melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Teori yang digunakan adalah teori dramaturgi Erving Goffman yang membagi panggung interaksi sosial menjadi front stage dan back stage. Dalam konteks ini, akun utama diasosiasikan dengan front stage, sementara akun kedua menjadi ruang back stage, tempat individu dapat menampilkan sisi diri yang lebih jujur dan tanpa tekanan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa second account digunakan untuk tujuan yang lebih personal, seperti mendokumentasikan kehidupan sehari-hari, menyalurkan emosi, berbagi cerita secara terbatas, hingga membangun alter ego.

Kata Kunci: Second Account, Generasi Z, Identitas Diri, Dramaturgi, Instagram.

ABSTRACT

Social media has become an integral part of Generation Z's life, especially Instagram which is not only used as a medium of communication, but also as a means to display self-identity. One interesting phenomenon that has emerged is the use of second accounts, where users, especially Gen Z, utilize these accounts to express a more authentic, free, and private side of themselves. This research aims to find out the reality of the use of Instagram second accounts by Generation Z in Bandung through a qualitative approach with phenomenological methods. The theory used is Erving Goffman's dramaturgy theory which divides the stage of social interaction into front stage and back stage. In this context, the main account is associated with the front stage, while the second account becomes a back stage space, where individuals can display a more honest side of themselves and without social pressure. The results show that second accounts are used for more personal purposes, such as documenting daily life, channeling emotions, sharing limited stories, and building alter egos.

Keywords: Second account, Generation Z, Self-identity, Dramaturgy, Instagram.

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan media berbasis online yang digunakan untuk berinteraksi dengan orang lain secara online. Saat ini, media sosial telah mengalami perkembangan pesat, dan ada banyak aplikasi yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. Saat ini, komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga dapat dilakukan secara tidak langsung. Aplikasi media sosial yang sering digunakan untuk berkomunikasi adalah Facebook, Instagram, YouTube, Telegram, Tiktok, dan lainnya. Aktivitas keseharian bersosial di masyarakat sangat dipengaruhi oleh kemampuan berkomunikasi melalui media sosial. Aplikasi media sosial ini sangat mempengaruhi banyak bidang, termasuk sosial, ekonomi, pendidikan, dan lainnya.

Instagram yaitu aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya dapat mengambil foto, maupun video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan sosial, termasuk milik instagram itu sendiri

(Nindita dkk., 2023). Platform ini juga memiliki potensi untuk menginspirasi pengguna untuk menjadi lebih kreatif karena fiturnya yang dapat membuat foto menjadi lebih indah dan artistik.



Data yang dirilis oleh NapoleonCat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada Agustus 2024 mencapai 90.183.200 orang, yang merepresentasikan sekitar 31,6% dari total populasi nasional. Dari jumlah tersebut, pengguna perempuan mendominasi dengan persentase sebesar 54,2%. Sementara itu, kelompok usia dengan jumlah pengguna terbanyak berada pada rentang usia 25 hingga 34 tahun, dengan total sekitar 36 juta orang.

Melihat begitu banyaknya pengguna Instagram di Indonesia, sangat mungkin jika Instagram dipakai banyak orang dalam melakukan komunikasi. Instagram juga sangat mudah untuk akses semua orang dan juga memberikan penawaran bagi penggunanya untuk membagikan foto ataupun video dengan cepat. Pengguna Instagram didominasi oleh perempuan, dan menariknya, banyak dari kalangan perempuan khususnya generasi milenial memiliki lebih dari satu akun di platform tersebut. Di kalangan pengguna aktif, istilah akun utama dan akun kedua sudah menjadi hal yang umum.

Seiring berjalaninya waktu Instagram tidak hanya digunakan untuk sekedar melakukan komunikasi saja namun Instagram lebih banyak digunakan untuk mengekspresikan diri penggunanya kepada para pengikutnya sehingga mereka mampu menciptakan kesan yang pengguna tampilkan, seperti perempuan yang suka mengunggah foto dirinya atau pria yang sering mengunggah fotonya saat berkumpul di tempat kopi modern bersama teman-temannya.

Pertumbuhan yang signifikan pada aplikasi platform berbagi foto dan video ini telah memunculkan dinamika baru dalam mengungkapkan dan mengekspresikan diri, hal ini ditandai dengan munculnya akun kedua atau yang dikenal dengan second account. Umumnya, akun kedua dimanfaatkan untuk kepentingan tertentu, dan perempuan menjadi kelompok yang paling banyak memiliki lebih dari satu akun Instagram.

Banyaknya pengguna Instagram tersebut memungkinkan seseorang memiliki lebih dari satu akun, mengingat fitur dari Instagram yang mampu membuat akun lebih dari satu. Oleh sebab itu banyak pengguna yang memanfaatkan fitur tersebut sehingga memiliki lebih dari satu akun yang biasanya disebut akun kedua (Second Account) (Permana & Sutedja, 2021).

Second Account merupakan akun yang digunakan untuk membagikan postingan di luar akun utama, dan biasanya digunakan untuk menjalin hubungan sosial dengan pengguna akun lainnya (Kang & Wei, 2020). Hal ini menjadi menarik karena biasanya akun kedua digunakan menjadi dirinya yang lain. Pengguna akun kedua biasanya lebih

privasi, dalam artian orang-orang yang mampu mengakses akun tersebut hanya yang diizinkan untuk mengikuti penggunanya saja.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui front stage (panggung depan) pengguna media sosial instagram di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui back stage (panggung belakang) pengguna media sosial instagram di Kota Bandung.

Dengan menelusuri dinamika pengguna second account instagram Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan mengenai media sosial khususnya second account instagram sebagai wadah untuk mengekspresikan diri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode metode fenomenologi untuk memahami pengalaman dalam membentuk dan mengekspresikan identitas mereka. Selain itu metode fenomenologi dapat membantu mengungkap makna yang diberikan pengguna terhadap penggunaan second account sebagai ruang untuk menampilkan sisi lain dari diri mereka. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi pada pengguna second account instagram. Penelitian ini melihat bagaimana pengguna instagram menampilkan diri mereka pada first account dan second account.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini akan membahas mengenai realitas penggunaan second account instagram khususnya pada Gen Z di kota Bandung yang statusnya akan menjadi informan bagi pengguna aktif second account instagram. Karena pada masing-masing informan memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam memanfaatkan second account tersebut.

1. Pengguna Media Sosial Instagram Pada First Account (Front Stage)

Penggunaan akun utama (first account) Instagram oleh Gen Z di Kota Bandung dapat dipahami sebagai bentuk dari front stage atau panggung depan. Di sinilah para pengguna menampilkan versi terbaik dari diri mereka kepada publik, dengan penuh kesadaran dan pengaturan citra. Akun utama menjadi ruang representasi identitas ideal yang ingin mereka sampaikan kepada audiens yang lebih luas, baik itu teman, keluarga, rekan kerja, maupun publik secara umum.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pengguna cenderung menampilkan konten yang telah dipilih secara estetis dan emosional, seperti momen liburan, pertemuan dengan teman, pencapaian akademik atau profesional, serta aktivitas yang menunjukkan gaya hidup tertentu. Penampilan (appearance) dan gaya (manner) dalam unggahan menjadi sangat penting, karena keduanya berfungsi untuk membentuk impresi positif dari pengikut mereka. Pengguna memperhatikan filter foto, caption yang dipilih, hingga waktu unggahan agar sesuai dengan standar estetika dan norma sosial yang berlaku di lingkungan mereka.

Pengguna akun utama cenderung berhati-hati dalam mengunggah konten karena menyadari adanya tekanan sosial yang tinggi di ruang publik digital. Mereka mempertimbangkan bagaimana audiens akan menanggapi setiap unggahan, sehingga proses kurasi konten menjadi bagian penting dari manajemen kesan (impression management). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna berada dalam posisi “memainkan peran sosial” yang sesuai dengan ekspektasi lingkungan daring mereka.

Kerangka setting dan front personal menurut Goffman, setting pada akun utama dapat terlihat dari visualisasi tempat yang “instagramable”, berpakaian rapi, serta simbol

status sosial tertentu seperti gadget, kendaraan, atau aktivitas mewah. Sementara itu, front personal mencerminkan bagaimana pengguna menyusun gaya komunikasi, pilihan kata dalam caption, serta interaksi di kolom komentar untuk memperkuat identitas yang ingin dibentuk.

Penggunaan first account oleh Gen Z di Instagram bukan semata-mata sebagai sarana berbagi, tetapi sebagai arena performatif yang dikonstruksi untuk menunjukkan versi terbaik diri mereka kepada dunia. Fenomena ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi panggung modern di mana identitas sosial dinegosiasikan dan dipertontonkan.

2. Pengguna Media Sosial Instagram Pada Second Account (Back Stage)

Dalam kerangka teori Dramaturgi Erving Goffman, second account atau akun kedua Instagram dapat dipahami sebagai back stage (panggung belakang), yaitu ruang privat tempat individu bebas mengekspresikan dirinya tanpa tekanan sosial yang ada di front stage. Jika pada akun utama pengguna berusaha menampilkan citra diri yang ideal dan dapat diterima oleh khalayak luas, maka pada akun kedua mereka lebih jujur, autentik, dan lepas dari ekspektasi publik.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap informan penelitian, ditemukan bahwa penggunaan akun kedua umumnya dilandasi oleh kebutuhan akan ruang yang lebih personal dan aman untuk berekspresi. Pada akun ini, pengguna lebih terbuka dalam membagikan cerita pribadi, perasaan emosional, keresahan, keluhan, atau bahkan hal-hal yang dianggap tidak pantas jika diunggah pada akun utama. Konten yang dibagikan tidak lagi dikurasi secara estetika, melainkan didasarkan pada kenyataan atau kejujuran emosi saat itu.

Panggung belakang ini tidak hanya digunakan sebagai tempat “beristirahat” dari tekanan sosial, tetapi juga sebagai sarana membangun alter ego atau sisi lain dari diri yang biasanya tidak ditampilkan di hadapan publik. Identitas pengguna sering kali disamarkan, baik melalui nama akun yang tidak mencantumkan nama asli, penggunaan foto profil anonim, maupun pembatasan jumlah pengikut yang hanya terdiri dari orang-orang terdekat dan terpercaya. Hal ini menciptakan ruang yang lebih intim dan eksklusif.

Para pengguna mengaku merasa lebih nyaman dan bebas dalam mengelola second account dibandingkan first account. Mereka tidak perlu khawatir akan penilaian atau komentar dari orang lain, dan tidak merasa dituntut untuk menampilkan pencapaian, estetika, atau kesempurnaan. Sebaliknya, akun ini menjadi tempat “bernafas”, mencerahkan perasaan, dan bahkan menjalin hubungan yang lebih autentik dengan orang lain yang memiliki pemahaman dan kepekaan yang sama.

Dalam konteks ini, akun kedua menjadi simbol dari identitas yang lebih jujur sebuah ruang digital yang memungkinkan individu menampilkan sisi manusiawinya yang sering kali tersembunyi di balik layar pertunjukan. Penggunaan akun ini menjadi bagian dari strategi peran sosial yang kompleks, di mana individu mampu memisahkan antara representasi publik dan representasi pribadi mereka secara sadar.

Penggunaan second account pada Instagram oleh Gen Z di Kota Bandung berfungsi sebagai back stage yang memungkinkan mereka melonggarkan peran sosial yang dimainkan di front stage. Fenomena ini mencerminkan realitas identitas digital yang cair dan kontekstual, di mana pengguna dapat berpindah peran tergantung pada ruang sosial yang mereka tempati di media sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki beberapa simpulan yang dapat peneliti ambil terkait fenomena yang terjadi pada pengguna second account instagram, antara lain:

1. Front stage pada Instagram tercermin melalui penggunaan akun utama (first account). Di ruang ini, pengguna secara sadar membentuk dan menampilkan citra diri yang ideal, estetis, positif, serta sesuai dengan ekspektasi sosial. Mereka melakukan seleksi konten dengan pemilihan visual yang estetik dan memperhatikan impresi dari audiens yang luas, seperti keluarga, teman, rekan kerja, maupun publik secara umum. Identitas yang dibangun di first account merepresentasikan sisi yang ingin ditunjukkan kepada publik, dan umumnya bersifat formal serta terkelola dengan baik.
2. Back stage direpresentasikan melalui akun kedua (second account) yang berfungsi sebagai ruang ekspresi diri yang lebih bebas, jujur, dan privat. Di akun ini, pengguna merasa tidak perlu membentuk citra atau memenuhi ekspektasi audiens karena pengikutnya terbatas hanya pada orang-orang terdekat dan terpercaya. Pengguna lebih leluasa membagikan konten emosional, keseharian yang spontan, hingga momen pribadi tanpa kurasi estetika. Selain sebagai sarana ekspresi, second account juga digunakan sebagai arsip digital personal, tempat menyimpan kenangan dan dokumentasi yang bersifat reflektif dan otentik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kang, J., & Wei, L. (2020). Let me be at my funniest: Instagram users' motivations for using Finsta (aka, fake Instagram). *The Social Science Journal*, 57(1), 58–71.
- Nindita, C., Kirana, R. C., Fesenrey, M. N., Trianggraini, L., Siskandar, R., & Lestari, H. (2023). Kepribadian Narsistik dan Perilaku Hate Comment Pengguna Media Sosial. *Jurnal Kajian Islam Modern*, 9(01), 42–51.
- 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.