

MOTIF PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM GENERASI Z

Jessica Beatrix¹, Sugiharti Binastuti²
jessicabeatrix21@gmail.com¹
Universitas Gunadarma

ABSTRAK

Pada saat ini, Instagram banyak digunakan oleh generasi Z. Instagram menawarkan daya pikat melalui fitur unggah foto dan video. Seiring dengan perkembangan tren di media sosial, Instagram terus menambah fitur baru untuk membuatnya lebih mudah bagi penggunanya untuk berekspresi. Meskipun Instagram memberikan fitur close friend yang dapat mengatur postingan story atau fitur yang hanya bisa dilihat oleh pengikut yang dimasukkan kedalam list close friend, fitur tersebut kerap dirasa tidak memenuhi kepuasan atau kenyamanan oleh penggunanya, karena hal itu para pengguna Instagram memilih alternatif lain yaitu dengan cara membuat dan memiliki second account pada Instagram. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis motif penggunaan second account Instagram pada mahasiswa Gunadarma Depok. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang sifatnya deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan motif penggunaan second account Instagram oleh mahasiswa Gunadarma Depok dipicu oleh kebutuhan akan ruang pribadi dan ekspresi diri. Mereka menggunakan second account untuk berbagi konten secara bebas tanpa khawatir penilaian publik, menjaga privasi, dan membedakan antara konten profesional dan pribadi. Menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman, second account berfungsi sebagai "panggung belakang" di mana pengguna dapat mengekspresikan diri secara bebas dari penilaian publik, sementara akun utama adalah "panggung depan" untuk citra publik yang lebih terstruktur. Menurut teori Uses and gratifications, second account memenuhi lima kebutuhan utama: kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan hiburan.

Kata kunci: Dramaturgi, Generasi Z, Media Sosial, Second Account Instagram, Uses and Gratifications.

ABSTRACT

Currently, Instagram is widely used by Generation Z. Instagram offers appeal through its photo and video upload features. As social media trends evolve, Instagram continually adds new features to make it easier for users to express themselves. Although Instagram provides the Close Friends feature, which allows users to manage story posts visible only to followers on the Close Friends list, this feature often fails to meet user satisfaction or comfort. As a result, Instagram users opt for an alternative by creating and maintaining a second Instagram account. The aim of this study is to understand and analyze the motives behind the use of second Instagram accounts among Gunadarma University students in Depok. This research employs a descriptive qualitative approach. The findings indicate that the motive for using second Instagram accounts among Gunadarma students in Depok is driven by the need for personal space and self-expression. They use second accounts to share content freely without worrying about public judgment, maintain privacy, and distinguish between professional and personal content. Using Erving Goffman's dramaturgical theory, the second account functions as the "backstage," where users can express themselves freely from public scrutiny, while the main account serves as the "front stage" for a more structured public image. According to Uses and Gratifications theory, the second account fulfills five main needs: cognitive, affective, personal integration, social integration, and entertainment.

Keywords: Dramaturgy, Generation Z, Social Media, Second Instagram Account, Uses and Gratifications.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah memberikan kemudahan dalam komunikasi interpersonal tanpa adanya batasan ruang, jarak, serta waktu. Contohnya, dengan

menghubungi melalui telepon, seseorang bisa berkomunikasi dengan orang lain tanpa harus bertemu langsung. Selain itu, internet juga memainkan peran penting dalam memfasilitasi komunikasi manusia. Dengan teknologi komunikasi yang semakin maju, individu dapat berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia secara cepat dan efisien, yang memungkinkan pengiriman informasi yang lebih cepat dan mudah. Hal ini telah mengubah cara manusia berkomunikasi, dengan teknologi yang memudahkan akses informasi dan berkomunikasi tanpa batasan ruang dan waktu. Kehadiran internet juga menandai era masuknya media baru. Media baru menggambarkan zaman di mana segalanya menjadi digital dan mengandung sifat yang dapat dimanipulasi, padat, interaktif, dan netral. Secara sederhana, media baru adalah media yang melibatkan komunikasi antara manusia dengan komputer, smart phone, dan internet. Salah satu hasil dari adanya media baru adalah media sosial. Pada saat ini, Instagram banyak digunakan oleh generasi Z (Zain & Dwivayani, 2024). Instagram menawarkan daya pikat melalui fitur unggah foto dan video. Foto dan video yang dibagikan akan dikonsumsi oleh orang lain (Iksandy, 2022). Hal ini membuat Instagram juga menjadi media untuk berbagi informasi dan komunikasi, tetapi juga dimanfaatkan oleh pengguna untuk mengelola kesan, citra, dan gambaran diri yang baik di mata public (Zain & Dwivayani, 2024).

Seiring dengan perkembangan tren di media sosial, Instagram terus menambah fitur baru untuk membuatnya lebih mudah bagi penggunanya untuk berekspresi. Selain itu, Instagram memiliki fitur yang membatasi privasi agar pengguna dapat menggunakannya dengan aman dan nyaman. Namun, beberapa pengguna sering merasa tidak cukup puas dengan fitur-fiturnya, karena mereka tidak sesuai dengan tujuan mereka, fitur tersebut salah satunya adalah fitur close friend. Meskipun Instagram memberikan fitur close friend yang dapat mengatur postingan story atau fitur yang hanya bisa dilihat oleh pengikut yang dimasukkan ke dalam list close friend. Fitur tersebut kerap dirasa tidak memenuhi kepuasan atau kenyamanan oleh penggunanya, karena pengguna harus menyaring terlebih dahulu followers mana yang akan ditambahkan ke dalam close friend dari banyaknya jumlah pengikut. Karena hal itu, para pengguna Instagram memilih alternatif lain yaitu dengan cara membuat dan memiliki second account pada Instagram.

METODOLOGI

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang sifatnya deskriptif. Riset kualitatif bertujuan menjelaskan tentang fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Fadli, 2021).

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Berikut merupakan uraian pengumpulan data yang digunakan:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati. Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan bagaimana motif penggunaan second account media sosial pada mahasiswa Gunadarma

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi melalui tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan penyelidikan pendahuluan untuk menemukan suatu konflik yang perlu diselidiki, dan ketika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam atau lebih luas dan

jumlah respondennya sedikit.

Triangulasi adalah teknik untuk memeriksa keabsahan data dengan menggunakan sesuatu yang berbeda dari data itu sendiri untuk pengecekan atau sebagai perbandingan dengan data itu sendiri. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah penelitian yang menggunakan pengumpulan data guna mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama untuk menguji kredibilitas data melalui pengecekan data (Ule et al., 2023). Triangulasi dapat digunakan untuk memaksimalkan konsistensi metode silang seperti observasi, dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori Dramaturgi

Teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana Generasi Z memanfaatkan second account di Instagram. Dalam konteks ini, teori dramaturgi menyoroti bagaimana individu mempersembahkan diri mereka kepada orang lain dalam "pertunjukan" sosial yang berbeda, yaitu front stage dan back stage.

Berdasarkan hasil wawancara, pada panggung depan, para informan menunjukkan bagaimana mereka mengatur dan memilih konten yang akan dipublikasikan untuk menciptakan citra tertentu. Informan 1, 2, dan 3 menggambarkan first account sebagai tempat untuk membangun branding diri dan mengunggah konten yang lebih terstruktur, estetik, dan dipilih dengan cermat. Mereka berhati-hati dalam memilih konten yang dianggap menarik, proper, dan tidak menyinggung orang lain, mengingat pengikut di first account lebih umum dan mencakup orang-orang yang tidak mereka kenal secara pribadi.

Informan 4 dan 5 juga mengungkapkan hal yang sama, di mana mereka memilih konten yang positif dan berkualitas untuk menjaga reputasi dan citra diri. Informan 6 menambahkan bahwa konten yang diunggah di first account harus baik dan tidak menyinggung untuk menghindari penilaian negatif dari pengikutnya. Informan 7, sebagai seorang content creator, menggunakan first account untuk mengunggah konten kerjaan dan menjaga personal branding yang baik.

Sebaliknya, di panggung belakang atau second account, para informan merasa lebih bebas untuk mengekspresikan diri tanpa perlu memikirkan penilaian orang lain. Informan 1 merasa nyaman mengunggah konten yang lebih personal dan tidak terstruktur di second account, seperti foto kucing, cerita sehari-hari, dan momen-momen yang lebih autentik. Hal ini juga dialami oleh Informan 2, yang menggunakan second account untuk berbagi momen pribadi, curhat, dan kegiatan sehari-hari tanpa khawatir dihakimi oleh orang lain.

Informan 3 dan 4 menggambarkan second account sebagai tempat untuk berbagi karya kreatif dan momen kebersamaan dengan teman dekat. Mereka merasa lebih bebas dan tidak terikat oleh norma sosial yang ada di first account. Informan 5 menggunakan second account untuk membagikan hiburan dan momen lucu, sementara Informan 6 merasa lebih nyaman mengunggah foto-foto random dan kegiatan sehari-hari tanpa khawatir tentang penilaian orang lain. Informan 7 menjelaskan bahwa second account adalah tempat untuk berekspresi lebih bebas dan menjaga kesehatan mental tanpa mengganggu personal branding di first account.

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa individu secara sadar memanfaatkan second account untuk mengelola perbedaan antara citra publik yang ingin mereka proyeksikan di panggung depan dan ekspresi pribadi yang lebih autentik di panggung belakang. Penggunaan akun kedua ini memungkinkan mereka untuk menjaga keseimbangan antara identitas publik dan pribadi, serta untuk mengatasi tantangan sosial yang mungkin timbul dari penggunaan media sosial.

Dengan demikian, teori dramaturgi Goffman dapat diterapkan untuk memahami bagaimana individu menavigasi ruang sosial digital mereka, berusaha menjaga citra yang diinginkan di panggung depan sambil menikmati kebebasan berekspresi di panggung belakang.

Teori Uses and Gratifications

Dalam penelitian ini, penggunaan second account Instagram oleh generasi Z dapat dianalisis melalui perspektif teori Uses and gratifications untuk memahami motivasi dan kebutuhan yang mendasari penggunaan akun kedua ini. Teori Uses and gratifications mengajukan bahwa individu aktif memilih media yang mereka gunakan berdasarkan kebutuhan spesifik yang ingin mereka penuhi. Dalam konteks second account, tampak jelas bahwa pengguna mencari pemenuhan berbagai kebutuhan yang berbeda dibandingkan dengan first account mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, penggunaan second account ternyata berfungsi untuk memenuhi semua kategori kebutuhan menurut teori Uses and gratifications:

1. **Kebutuhan Kognitif:** Second account digunakan oleh beberapa informan untuk berbagi dan mengakses informasi yang lebih mendalam dan spesifik yang tidak diunggah di first account. Misalnya, Informan 3 menggunakan second account untuk berbagi tugas kuliah dan konten edukatif lainnya yang mungkin tidak sesuai untuk audiens yang lebih luas di first account. Hal ini menunjukkan bahwa second account memenuhi kebutuhan kognitif dengan menyediakan ruang untuk konten yang lebih informatif dan bermanfaat secara akademis atau profesional.
2. **Kebutuhan Afektif:** Penggunaan second account juga memenuhi kebutuhan afektif, yaitu kebutuhan akan pengalaman emosional yang memuaskan. Informan 1 dan Informan 6 mengungkapkan bahwa mereka menggunakan second account untuk berbagi momen pribadi, seperti foto kucing atau curhatan tentang kehidupan sehari-hari, yang memberikan kepuasan emosional dan rasa kedekatan dengan teman-teman dekat yang mengikuti akun tersebut. Konten yang lebih personal dan autentik ini membantu pengguna dalam mengekspresikan dan mengelola emosi mereka.
3. **Kebutuhan Integrasi Personal:** Kebutuhan integrasi personal berkaitan dengan keinginan individu untuk memperkuat identitas diri dan citra pribadi mereka. Banyak informan, seperti Informan 2 dan Informan 7, menggunakan second account untuk memisahkan konten yang bersifat lebih pribadi dan kasual dari konten yang mereka tampilkan di first account yang lebih profesional. Dengan cara ini, mereka dapat menjaga citra diri yang diinginkan di akun utama sambil tetap memiliki ruang untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas di second account. Hal ini menunjukkan bahwa second account membantu dalam mengelola identitas dan membangun citra pribadi yang beragam.
4. **Kebutuhan Integrasi Sosial:** Second account juga berperan dalam memenuhi kebutuhan integrasi sosial, yaitu kebutuhan untuk membangun dan memelihara hubungan sosial. Informan 4 dan Informan 5 menggunakan second account untuk berinteraksi dengan teman-teman dekat dan berbagi konten yang mungkin tidak sesuai untuk audiens yang lebih luas di first account. Dengan mengunggah video lucu, cerita sehari-hari, dan momen kebersamaan dengan teman, mereka dapat memperkuat hubungan sosial dan merasa lebih terhubung dengan komunitas yang lebih intim.
5. **Kebutuhan Hiburan:** Kebutuhan hiburan adalah salah satu motivasi utama di balik penggunaan second account. Informan 1, Informan 4, dan Informan 6 menyebutkan bahwa mereka menggunakan second account untuk mengunggah konten yang bersifat menghibur, seperti foto-foto dump, video lucu, dan cerita-cerita ringan yang tidak mereka bagikan di first account. Penggunaan second account sebagai platform untuk

konten hiburan ini memberikan pengguna kesempatan untuk bersantai dan menikmati momen-momen yang menyenangkan tanpa tekanan untuk mempertahankan citra yang terkontrol.

KESIMPULAN

Motif penggunaan second account Instagram oleh mahasiswa Gunadarma Depok didorong oleh kebutuhan akan ruang pribadi dan ekspresi diri. Mereka menggunakan second account untuk berbagi konten secara bebas tanpa khawatir penilaian publik, menjaga privasi, dan membedakan antara konten profesional dan pribadi. Fenomena ini menunjukkan akun kedua sebagai alternatif untuk mengatasi batasan di akun utama. Menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman, penggunaan second account Instagram dapat dipahami sebagai upaya pengguna untuk mengelola citra publik mereka di "panggung depan" (akun utama) dan ekspresi pribadi di "panggung belakang" (akun kedua). Akun utama berfungsi sebagai platform untuk menampilkan citra publik yang terstruktur, sementara akun kedua memberi kesempatan untuk berbagi sisi kehidupan yang lebih asli dan bebas dari penilaian publik.

Dari perspektif teori Uses and Gratifications, penggunaan second account memenuhi lima kebutuhan utama. Kebutuhan kognitif dipenuhi dengan menggunakan second account untuk berbagi dan mengakses informasi mendalam yang tidak sesuai untuk audiens di first account. Kebutuhan afektif juga tercapai karena second account memenuhi kebutuhan akan pengalaman emosional yang memuaskan, seperti berbagi momen pribadi dan curhatan. Selanjutnya, kebutuhan integrasi personal dipenuhi karena second account membantu memperkuat identitas diri dan citra pribadi, memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri lebih bebas. Kebutuhan integrasi sosial juga hadir dalam penggunaan second account, yang digunakan untuk membangun dan memelihara hubungan sosial yang lebih intim dengan teman-teman dekat. Terakhir kebutuhan hiburan terpenuhi karena second account menjadi platform untuk konten menghibur yang tidak dapat dibagikan di first account, memberikan kesempatan untuk bersantai dan menikmati momen menyenangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aqilla, S. N., & Sudrajat, R. H. (2022). Analisis Citra Diri Pada Penggunaan Second Account Aplikasi Instagram Self-Image Analysis On The Use Of Second Account Instagram Application. *E-Proceeding of Management*, 9(2), 908–913.
- Ardiesty, M., Arindawati, W., & Nayiroh, L. (2022). NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial MOTIF DAN MAKNA SECOND ACCOUNT INSTAGRAM BAGI MAHASISWA DI KOTA KARAWANG 1. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 3118–3126. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Firdausi, T. I., & Putri, K. Y. S. (2021). MOTIF DAN KEPUASAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNJ ANGKATAN 2019 DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM E-mail: media untuk membantu kegiatan sehari-hari mudah diakses dimanapun , kapanpun yang beragam membuat penggunaanya setiap tahun media sosial di Ind. *Jurnal Common*, 5(1), 67–76. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/4033>
- Harahap, G. R., & Alfikri, M. (2023). Fenomena Bahasa Gaul Sebagai Komunikasi Generasi Z Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Bandar Perdagangan. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(2), 600–606. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.259>
- Iksandy, D. Y. (2022). Dramaturgi Pengguna Second Account Di Media Sosial Instagram. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 24. <https://doi.org/10.35308/source.v8i1.4546>
- Nabilah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Motif Penggunaan Second Account Instagram bagi Pelajar

- SMK Negeri 1 Gempol. *Jurnal Nomosleca*, 9(1), 105–122.
<https://doi.org/10.26905/nomosleca.v9i1.9610>
- Purnama Sari, W., & Irena, L. (2023). Model Self-Disclosure Generasi Z Pengguna Berat Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 146–164.
- Puspita, Y. (2015). The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 203–212.
- Putra, Y. S. (2016). THEORITICAL REVIEW : TEORI PERBEDAAN GENERASI. 1952, 123–134.
- Shinta, A., & Putri, ; K Y S. (2022). Penggunaan Multiple Account Media Social Instagram sebagai Dramaturgi Pada Perempuan Milenial. *Jurnal Communicology*, 10(2), 188–205.
<http://journal.unj.ac.id/>
- Ule, M. Y., Kusumaningtyas, L. E., & Widyaningrum, R. (2023). Studi Analisis Kemampuan Membaca dan Menulis peserta Didik Kelas II. *Widya Wacana*, 1(1), 1–28.
- Zain, A. A., & Dwivayani, K. D. (2024). Penggunaan Instagram pada Generasi Z Sebagai Media Komunikasi dalam Membangun Personal Branding Ilustrator @Indahoei. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 359–372.
<https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.478>.