

## STRATEGI KOMUNIKASI DAN MANAJEMEN PRIVASI PENGGUNA SECOND ACCOUNT INSTAGRAM: STUDI KUALITATIF

Revina Handayani<sup>1</sup>, Siti Masitoh<sup>2</sup>

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma<sup>1</sup>

Akademi Komunikasi Media Radio dan Tv Jakarta<sup>2</sup>

Email: [revinahndyn12@gmail.com](mailto:revinahndyn12@gmail.com)<sup>1</sup>, [smasitoh089@gmail.com](mailto:smasitoh089@gmail.com)<sup>2</sup>

| Informasi                                                                          | Abstract                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Volume : 3<br>Nomor : 9<br>Bulan : September<br>Tahun : 2026<br>E-ISSN : 3062-9624 | <p><i>The use of Instagram second accounts has become increasingly common among university students as a more personal, selective, and restricted communication space than primary accounts. This study aims to understand communication strategies and privacy management practices among university students who use Instagram second accounts in the Jabodetabek area. The study employed a descriptive qualitative approach within a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews with six active student users and one supporting informant working as a Social Media Specialist at Cretivox, complemented by participatory observation and documentation. Data were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldaña model, while data validity was strengthened through source triangulation. The findings show that students differentiate the functions of primary and second accounts according to audience characteristics and communication purposes. Primary accounts tend to be used to construct a more formal and controlled self-image, whereas second accounts are used to share daily activities, opinions, humor, personal experiences, and more spontaneous content. Communication strategies involve audience selection and analysis, message adjustment, a more casual communication style, and the use of private-account settings and Close Friends. In terms of privacy management, students control information, restrict access, select followers, filter content, and configure privacy settings. Although the possibility of information leakage remains, users attempt to reduce the risk by screening content and audiences. These findings indicate that Instagram second accounts function as a back-stage space that enables freer self-expression while maintaining personal privacy boundaries.</i></p> <p><b>Keyword:</b> second account, communication strategy, privacy management, Instagram, dramaturgy, CPM</p> |

### Abstrak

Penggunaan second account Instagram semakin berkembang di kalangan mahasiswa sebagai ruang komunikasi yang lebih personal, selektif, dan terbatas dibandingkan akun utama. Penelitian ini bertujuan memahami strategi komunikasi dan manajemen privasi yang diterapkan mahasiswa pengguna second account Instagram di wilayah Jabodetabek. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap enam mahasiswa pengguna aktif second account dan satu informan pendukung yang bekerja sebagai Social Media Specialist Cretivox, serta melalui observasi partisipatif dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña, sedangkan keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa membedakan fungsi akun utama dan second account berdasarkan karakteristik audiens dan tujuan komunikasi. Akun utama cenderung digunakan untuk membangun citra diri yang lebih formal dan terkontrol, sedangkan second account

*digunakan untuk berbagi aktivitas sehari-hari, opini, humor, pengalaman personal, serta konten yang lebih spontan. Strategi komunikasi dilakukan melalui penentuan dan analisis audiens, penyesuaian pesan, gaya bahasa yang lebih santai, serta pemanfaatan akun privat dan fitur Close Friends. Dari sisi manajemen privasi, mahasiswa melakukan kontrol informasi, pembatasan akses, seleksi pengikut, pemilihan konten, serta pengaturan akun. Risiko penyebaran informasi tetap diakui, sehingga pengguna melakukan penyaringan konten dan audiens. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa second account berfungsi sebagai ruang back stage yang memungkinkan ekspresi diri lebih bebas sekaligus tetap mempertahankan batas privasi.*

**Kata Kunci :** *second account, strategi komunikasi, manajemen privasi, Instagram, dramaturgi, CPM*

---

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari interaksi yang dominan tatap muka menjadi komunikasi yang berlangsung melalui ruang digital. Instagram menjadi salah satu platform yang penting dalam perubahan tersebut karena menggabungkan fungsi berbagi informasi, ekspresi diri, pembentukan identitas digital, dan interaksi interpersonal secara real-time. Dalam penelitian ini, fenomena tersebut menjadi semakin menarik karena sebagian mahasiswa tidak hanya menggunakan satu akun Instagram, tetapi juga membuat second account sebagai ruang komunikasi dengan audiens yang lebih terbatas.

Berdasarkan skripsi yang menjadi dasar artikel ini, second account umumnya digunakan untuk membagikan konten yang lebih personal, spontan, dan ekspresif dibandingkan akun utama. Akun utama cenderung menjadi ruang untuk membangun image diri, menjaga estetika, serta menampilkan identitas yang lebih formal. Sebaliknya, second account memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan orang-orang yang dianggap dekat, akrab, dan dapat dipercaya. Perbedaan fungsi tersebut memperlihatkan bahwa mahasiswa tidak menggunakan Instagram secara seragam, tetapi menyesuaikan komunikasi dengan situasi sosial dan karakteristik audiens.

Data We Are Social yang digunakan dalam skripsi menunjukkan tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, dengan Instagram berada pada posisi kedua setelah WhatsApp pada data yang dikutip penelitian. Sementara itu, data demografi Instagram tahun 2023 yang digunakan dalam penelitian menunjukkan kelompok usia 18–24 tahun sebagai kelompok pengguna terbesar, yaitu 30,8%. Kondisi tersebut memperkuat relevansi mahasiswa sebagai kelompok yang aktif berinteraksi di ruang digital. Namun, tingginya intensitas penggunaan media sosial juga membawa persoalan mengenai bagaimana pengguna mengatur informasi pribadi dan batas keterbukaan.

Penggunaan second account dapat dipahami sebagai bentuk penyesuaian pengguna terhadap karakteristik new media. Instagram menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna mengatur audiens dan distribusi pesan, antara lain private account, Close Friends, Stories, Direct Message, dan fitur berbagi konten lainnya. Melalui fitur tersebut, pengguna dapat memilih siapa yang dapat mengakses informasi tertentu. Dengan demikian, second account bukan sekadar akun tambahan, tetapi dapat menjadi ruang komunikasi yang sengaja dirancang untuk mencapai tingkat kenyamanan dan kontrol tertentu.

Kajian terdahulu yang dirangkum dalam skripsi menunjukkan bahwa penelitian tentang second account Instagram telah membahas motif penggunaan, ekspresi diri, presentasi diri, self-disclosure, dan pemisahan kehidupan publik dengan privat. Syaefulloh (2023), misalnya, mengkaji motif penggunaan second account mahasiswa di Kota Bandung melalui perspektif dramaturgi. Maulidya et al. (2024) membahas motif penggunaan second account sebagai media interaksi diri, sedangkan Lisa dan Irma (2025) menyoroti second account sebagai media ekspresi diri remaja. Penelitian Aulia et al. (2025) juga menunjukkan fungsi second account sebagai ruang aman untuk presentasi diri Gen Z.

Meskipun penelitian terdahulu telah memberikan gambaran mengenai alasan dan fungsi second account, penelitian ini menempatkan fokus yang lebih spesifik pada proses komunikasi dan pengelolaan privasi yang dilakukan mahasiswa. Fokus tersebut mencakup bagaimana pengguna menentukan audiens, menyesuaikan pesan dan gaya bahasa, mengontrol informasi yang dibagikan, membatasi akses, serta mengantisipasi risiko penyebaran informasi. Dengan demikian, state of the art penelitian berada pada penggabungan perspektif strategi komunikasi dengan manajemen privasi dalam satu fenomena penggunaan second account di kalangan mahasiswa Jabodetabek.

Teori Dramaturgi Erving Goffman digunakan untuk memahami perbedaan presentasi diri pada akun utama dan second account. Akun utama dipahami sebagai front stage karena pengguna cenderung lebih menjaga citra, estetika, dan kesesuaian dengan ekspektasi sosial. Sementara itu, second account lebih dekat dengan back stage karena pengguna dapat menampilkan sisi diri yang lebih santai, spontan, dan personal. Perspektif ini membantu menjelaskan mengapa mahasiswa mengembangkan pola komunikasi yang berbeda pada dua akun.

Di sisi lain, Communication Privacy Management (CPM) digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu mengontrol informasi pribadi, menetapkan batas privasi, menentukan pihak yang memperoleh akses, dan mempertimbangkan risiko ketika informasi dibagikan.

Penggunaan akun privat, seleksi followers, pemanfaatan Close Friends, serta penyaringan konten merupakan praktik yang dapat dibaca sebagai bentuk pengelolaan batas privasi. Kedua perspektif tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan hubungan antara ekspresi diri, strategi komunikasi, dan kontrol informasi.

Berdasarkan uraian tersebut, pertanyaan penelitian yang dijawab dalam artikel ini adalah bagaimana strategi komunikasi dan manajemen privasi pada pengguna second account Instagram di kalangan mahasiswa Jabodetabek? Penelitian bertujuan memahami secara mendalam strategi komunikasi dan manajemen privasi tersebut, sekaligus menunjukkan bagaimana mahasiswa menyeimbangkan kebutuhan untuk berkomunikasi secara bebas dengan kebutuhan untuk mempertahankan privasi.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman, persepsi, dan makna yang dibangun mahasiswa ketika menggunakan second account Instagram. Penelitian tidak diarahkan untuk melakukan generalisasi statistik, tetapi untuk memahami proses komunikasi dan pengelolaan privasi berdasarkan pengalaman informan dalam konteks sosialnya.

Subjek penelitian adalah mahasiswa di wilayah Jabodetabek yang memiliki dan aktif menggunakan second account Instagram. Kriteria informan meliputi mahasiswa yang berada pada rentang usia sekitar 18–24 tahun, menggunakan second account untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri dengan lingkaran terbatas, serta memanfaatkan fitur privasi seperti private account atau Close Friends. Objek penelitian adalah strategi komunikasi dan manajemen privasi yang dilakukan mahasiswa dalam penggunaan second account Instagram. Penelitian melibatkan enam informan utama dan satu informan pendukung sekaligus triangulator yang bekerja sebagai Social Media Specialist Cretivox. Informan dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian dan kebutuhan memperoleh data yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung maupun melalui Google Meet/Zoom sesuai kondisi informan. Pertanyaan diarahkan pada alasan penggunaan second account, strategi komunikasi, penentuan audiens, kontrol informasi, batas privasi, risiko penyebaran informasi, serta perbedaan fungsi akun utama dan akun kedua. Dokumentasi digunakan untuk

mendukung data wawancara, sedangkan observasi digunakan untuk memahami konteks penggunaan akun dan fitur yang relevan.

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara dan observasi direduksi dengan memusatkan perhatian pada pola yang berkaitan dengan strategi komunikasi dan manajemen privasi. Data kemudian disajikan dalam bentuk uraian dan tabel tematik untuk memudahkan peneliti menemukan pola dan hubungan antartemuan. Kesimpulan ditarik secara bertahap dan diperiksa kembali berdasarkan bukti yang diperoleh.

Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi. Penelitian menggunakan triangulasi dengan membandingkan informasi dari enam informan utama dengan keterangan Informan 7 sebagai informan pendukung. Perbandingan dilakukan untuk melihat konsistensi temuan mengenai alasan penggunaan second account, strategi komunikasi, penentuan audiens, kontrol informasi, dan manajemen privasi. Hasil triangulasi menunjukkan pola jawaban yang relatif konsisten dengan temuan utama penelitian.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa second account Instagram digunakan mahasiswa bukan hanya sebagai akun alternatif, tetapi sebagai ruang komunikasi yang memiliki fungsi, audiens, dan aturan berbeda dari akun utama. Pola tersebut muncul secara konsisten dalam wawancara dengan enam informan utama dan diperkuat oleh triangulasi dengan informan pendukung. Temuan dapat dikelompokkan ke dalam alasan penggunaan, strategi komunikasi, penentuan audiens, manajemen informasi dan privasi, risiko privasi, serta perbedaan front stage dan back stage.

#### **3.1. Alasan Penggunaan Second Account**

Alasan mahasiswa membuat second account menunjukkan kebutuhan yang beragam. Informan 1 menggunakan akun kedua untuk spam story dan memposting hal-hal yang tidak ingin ditempatkan pada akun utama. Informan 2 menggunakan akun kedua untuk fotografi, hasil editing, dan portofolio pribadi. Informan 3 memanfaatkannya untuk berbagi hal yang lebih personal kepada orang tertentu. Informan 4 pada awalnya terdorong oleh FOMO karena melihat teman-temannya menggunakan second account, tetapi kemudian menemukan fungsi akun kedua sebagai ruang berbagi privasi dengan orang terdekat. Informan 5 dan Informan 6 menggunakan akun kedua agar dapat mengekspresikan diri dengan lebih bebas dan intim.

Ragam alasan tersebut memperlihatkan bahwa second account memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar memisahkan akun. Akun kedua menjadi ruang yang memungkinkan pengguna mengatur tingkat keterbukaan sesuai kebutuhan. Temuan ini sejalan dengan Syaefulloh (2023) dan Maulidya et al. (2024) yang menunjukkan bahwa second account berkaitan dengan kebutuhan personal dan pola interaksi pengguna. Penelitian ini memperluas fokus tersebut dengan menunjukkan bahwa alasan penggunaan berhubungan langsung dengan cara mahasiswa menyusun strategi komunikasi dan menjaga privasi.

Keterangan Informan 7 selaku informan pendukung memperkuat temuan bahwa alasan penggunaan second account tidak tunggal. Menurutnya, akun kedua dapat digunakan untuk spamming, memposting foto yang belum dipublikasikan di tempat lain, maupun mengekspresikan diri secara lebih bebas. Dengan demikian, second account dapat dipahami sebagai ruang yang dibentuk berdasarkan kebutuhan komunikasi pengguna dan karakteristik audiens yang dipilih.

### **3.2. Strategi Komunikasi pada Second Account**

Strategi komunikasi terlihat dari cara informan membedakan isi dan gaya komunikasi pada akun utama dan second account. Informan 1 menyatakan bahwa ia lebih bebas pada akun kedua dan tidak terlalu kaku atau formal. Informan 3 menggunakan akun kedua untuk meme dan daily life dengan gaya bahasa yang lebih santai dan menyenangkan. Informan 4 dan Informan 5 juga menjelaskan bahwa mereka menggunakan bahasa yang lebih bebas serta membagikan konten yang lebih personal. Informan 6 tetap mempertimbangkan agar konten yang dibagikan tidak menyinggung orang lain. Sementara itu, Informan 2 tetap berhati-hati karena akun kedua juga digunakan untuk portofolio fotografi.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi tidak berarti pengguna menghilangkan seluruh pertimbangan ketika berada di second account. Kebebasan komunikasi tetap disesuaikan dengan karakteristik audiens. Pengguna memilih bahasa yang lebih santai ketika audiensnya merupakan teman dekat, tetapi tetap melakukan penyaringan apabila konten memiliki potensi menimbulkan masalah. Dengan demikian, strategi komunikasi pada second account bersifat fleksibel, tetapi tidak sepenuhnya tanpa aturan.

Jika dilihat dari unsur strategi komunikasi, mahasiswa berperan sebagai komunikator yang menentukan tujuan dan isi pesan, sedangkan followers yang dipilih menjadi komunikan. Media yang digunakan adalah Instagram melalui akun kedua beserta fitur pendukungnya. Efek yang diharapkan tidak selalu berupa perubahan sikap, tetapi dapat berupa terciptanya komunikasi yang nyaman, kedekatan relasional, dan kesempatan mengekspresikan diri secara

lebih bebas. Pola tersebut sesuai dengan konsep strategi komunikasi yang digunakan dalam skripsi, yaitu penentuan audiens, analisis audiens, penentuan pesan, dan pemilihan media.

Strategi tersebut juga tampak pada pemisahan jenis konten. Informan dapat membagikan kegiatan sehari-hari, humor, inside jokes, opini pribadi, foto, video, maupun pengalaman tertentu di second account. Namun, tidak semua informasi personal dibagikan. Nadia, misalnya, tetap tidak membagikan seluruh keluhan kesahnya dan lebih memilih konten yang menyenangkan, keseharian, serta inside jokes. Artinya, kebebasan ekspresi tetap disertai proses seleksi.

### **3.3. Penentuan Audiens sebagai Strategi Komunikasi**

Penentuan audiens menjadi temuan penting karena pengguna second account tidak menerima pengikut secara sembarangan. Informan 1 cenderung menerima orang yang dikenal dan dapat merasa cocok atau sefrekuensi. Informan 2 memilih orang yang sangat akrab. Informan 3 memilih teman yang dekat, akrab, dan dipercaya. Informan 5 menekankan kedekatan dan keakraban, sedangkan Informan 4 membedakan teman yang dekat dengan teman yang benar-benar akrab melalui Close Friends. Informan 5 masih dapat menerima beberapa orang yang tidak terlalu akrab, tetapi membatasi konten personal melalui Close Friends.

Pola tersebut menunjukkan bahwa audiens bukan hanya penerima pesan, tetapi bagian dari strategi komunikasi itu sendiri. Pengguna mempertimbangkan siapa yang dapat menerima pesan sebelum menentukan apa yang akan dibagikan. Kedekatan dan kepercayaan menjadi dasar utama dalam proses seleksi. Dengan demikian, second account berfungsi sebagai ruang komunikasi yang sengaja dibatasi agar pesan personal dapat disampaikan dengan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi.

Dalam perspektif Dramaturgi, selektivitas audiens membantu membentuk perbedaan antara front stage dan back stage. Ketika akun utama dihadapkan pada audiens yang luas dan beragam, pengguna lebih terdorong untuk mengelola kesan. Ketika audiens second account lebih terbatas, ruang interaksi menjadi lebih dekat dengan back stage. Temuan ini mendukung penelitian Putri dan Apriadi (2023) serta Syaefulloh (2023) mengenai perbedaan fungsi dan presentasi diri pada akun Instagram.

### **3.4. Kontrol Informasi dan Batasan Privasi**

Manajemen privasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari penggunaan second account. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki kesadaran bahwa tidak semua informasi perlu dibagikan kepada semua orang. Kontrol informasi dilakukan

dengan menentukan jenis konten yang boleh dipublikasikan, membatasi akses, memilih pengikut, dan memanfaatkan fitur privasi Instagram.

Informan 4, 5, dan 6 menunjukkan kontrol informasi dengan tidak membagikan seluruh aktivitas maupun persoalan pribadi. Informan 5 memilih membagikan keseharian, hal yang menyenangkan, dan inside jokes, tetapi tidak seluruh keluh kesah. Informan 4 lebih terbuka membagikan daily life, kekonyolan, humor, dan opini pribadi, tetapi tetap membedakan dengan konten personal branding pada akun utama. Sementara itu, Informan 1, 2 dan 3 lebih berhati-hati ketika informasi dianggap sensitif.

Dalam perspektif CPM, praktik tersebut menunjukkan bahwa informasi pribadi diperlakukan sebagai sesuatu yang berada dalam kendali individu. Pengguna menentukan batas siapa yang dapat mengakses informasi dan sejauh mana keterbukaan dilakukan. Batas tersebut tidak selalu sama untuk semua followers karena sebagian pengguna kembali membedakan audiens melalui Close Friends. Dengan kata lain, pengguna membangun beberapa lapisan akses di dalam second account.

Pengaturan private account menjadi mekanisme utama untuk membatasi akses. Selain itu, Close Friends digunakan untuk membuat lingkaran yang lebih kecil di dalam akun kedua. Penggunaan kedua fitur tersebut memperlihatkan bahwa manajemen privasi tidak hanya dilakukan melalui keputusan psikologis mengenai apa yang ingin dibagikan, tetapi juga melalui pemanfaatan affordance teknologi yang tersedia di Instagram. Temuan ini sejalan dengan Paramesti dan Nurdiarti (2022) mengenai pengelolaan pseudonym dan privasi pada second account serta dengan Lisa dan Irma (2025) mengenai fungsi akun kedua sebagai ruang yang lebih privat.

### **3.5. Risiko Privasi dan Upaya Antisipasi**

Meskipun second account dirancang sebagai ruang yang lebih terbatas, informan menyadari bahwa risiko privasi tetap ada. Informan 3 pernah mengalami informasi yang dibagikan tersebar sehingga menjadi lebih selektif dalam menyetujui permintaan pertemanan. Informan 4 pernah mengalami isi Close Friends tersebar akibat kesalahan mengunggah story ke ruang publik dan setelah itu menjadi lebih berhati-hati sebelum memposting. Informan 5 juga pernah mengalami informasi Close Friends tersebar sehingga memperketat pemilihan anggota Close Friends dan mengingatkan pengikut agar tidak menyebarkan konten.

Informan 2 mengantisipasi risiko dengan menghapus pengikut yang dianggap bermasalah, sedangkan Informan 6 memilih memfilter konten dan orang yang diikuti. Informan 1 belum mengalami penyebaran konten menurut pengalamannya dan cenderung tidak terlalu

khawatir karena tetap menjaga image meskipun berada di akun kedua. Perbedaan respons tersebut menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak seragam, tetapi seluruh informan tetap menerapkan bentuk pengendalian tertentu.

Informan 7 sebagai triangulator menegaskan bahwa risiko privasi tetap ada dalam penggunaan second account. Menurutnya, pengguna perlu memilah kembali konten yang dibagikan dan memastikan bahwa konten tidak menyinggung atau merugikan pihak lain. Keterangan tersebut menguatkan temuan bahwa manajemen privasi tidak berhenti pada pengaturan teknis akun, tetapi juga membutuhkan kesadaran pengguna dalam menilai isi pesan.

Temuan ini memperlihatkan adanya keseimbangan antara keterbukaan dan perlindungan. Second account memang memberi ruang untuk ekspresi yang lebih bebas, tetapi pengguna tetap menyadari bahwa informasi digital dapat disebarkan di luar konteks awal. Oleh karena itu, praktik manajemen privasi meliputi seleksi audiens, seleksi konten, penggunaan fitur pembatasan, serta kehati-hatian sebelum mengunggah.

### **3.6. Perbedaan Front Stage dan Back Stage**

Perbedaan fungsi akun utama dan second account merupakan temuan yang paling jelas dalam perspektif Dramaturgi. Pada akun utama, informan cenderung menampilkan citra diri yang lebih terkontrol. Informan 1 menjaga image dan estetika profil, Informan 3 menekankan personal branding, sedangkan Informan 2 menggunakan akun utama untuk entertainment dan membangun image positif. Informan 5 juga menyebut akun utama sebagai ruang untuk membangun image yang rapi dan formal. Pola tersebut memperlihatkan karakteristik front stage, yaitu ruang ketika individu mengelola penampilan diri di hadapan audiens.

Sebaliknya, second account lebih sering digunakan sebagai back stage. Di dalamnya, mahasiswa merasa lebih bebas membagikan aktivitas sehari-hari, humor, opini, maupun konten yang tidak dianggap sesuai untuk akun utama. Kedekatan audiens membuat pengguna tidak harus mempertahankan citra yang sama seperti pada akun utama. Namun, back stage dalam konteks digital tidak berarti bebas dari semua aturan, karena pengguna tetap menentukan batasan informasi dan audiens.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa front stage dan back stage dalam penggunaan Instagram dapat hadir melalui dua akun yang berbeda. Akun utama menjadi ruang presentasi diri yang lebih publik, sedangkan second account menjadi ruang dengan kontrol audiens yang lebih kuat. Hal ini sejalan dengan Goffman (1959) dan penelitian Aulia et al. (2025) yang

menempatkan second account sebagai ruang yang memungkinkan presentasi diri lebih aman bagi Gen Z.

Dengan demikian, Teori Dramaturgi menjelaskan sisi presentasi identitas dan strategi komunikasi, sedangkan CPM menjelaskan mekanisme pengelolaan batas informasi. Kedua teori tidak berdiri sendiri, tetapi saling melengkapi. Ketika mahasiswa menentukan audiens dan membedakan pesan untuk akun utama dan second account, mereka sekaligus sedang mengelola kesan dan batas privasi.

### **3.7. Sintesis Temuan**

Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dan manajemen privasi berjalan secara bersamaan. Penentuan audiens memengaruhi pesan yang dipilih; karakteristik pesan memengaruhi tingkat keterbukaan; sedangkan tingkat keterbukaan menentukan kebutuhan terhadap pengaturan privasi. Pola ini membentuk sebuah proses yang saling berkaitan, bukan dua aktivitas yang terpisah.

Strategi komunikasi mahasiswa dapat diringkas sebagai proses memilih siapa yang akan menerima pesan, menyesuaikan isi dan gaya komunikasi dengan audiens, menggunakan fitur Instagram yang relevan, kemudian mengevaluasi kenyamanan dan risiko dari interaksi tersebut. Manajemen privasi berjalan melalui kontrol informasi, penetapan batas, seleksi audiens, pengaturan akun, dan antisipasi risiko. Kedua proses tersebut memungkinkan second account berfungsi sebagai safe space yang relatif lebih nyaman daripada akun utama.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penjelasan mengenai hubungan operasional antara strategi komunikasi dan manajemen privasi pada second account mahasiswa Jabodetabek. Penelitian tidak berhenti pada alasan mahasiswa memiliki akun kedua, tetapi menunjukkan bagaimana keputusan komunikasi dibuat dan bagaimana keputusan tersebut sekaligus menjadi mekanisme perlindungan privasi. Temuan juga memperlihatkan bahwa tingkat kebebasan pada second account tetap bersifat kontekstual karena dipengaruhi oleh ukuran dan kualitas audiens.

### **3.8. Implikasi Temuan terhadap Komunikasi Digital**

Temuan penelitian memiliki implikasi pada pemahaman mengenai komunikasi digital mahasiswa. Second account menunjukkan bahwa pengguna media sosial tidak selalu menginginkan ruang komunikasi yang sepenuhnya publik. Mereka justru dapat membangun ruang komunikasi bertingkat berdasarkan kedekatan dan kepercayaan. Akun utama, second account, dan Close Friends dapat dipahami sebagai lapisan audiens yang memiliki tingkat keterbukaan berbeda. Pilihan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi digital berlangsung

melalui proses seleksi yang terus menerus, baik terhadap orang yang menerima pesan maupun terhadap isi pesan yang dibagikan.

Dalam praktiknya, mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan apakah suatu konten menarik untuk dipublikasikan, tetapi juga apakah konten tersebut sesuai dengan karakteristik audiens. Karena itu, strategi komunikasi pada second account bersifat kontekstual. Gaya bahasa yang santai, penggunaan humor, meme, daily life, dan opini pribadi muncul karena pengguna merasa memiliki kedekatan dengan audiens. Namun, ketika terdapat kemungkinan konten menyinggung pihak tertentu atau mengandung informasi sensitif, pengguna tetap melakukan penyaringan. Hal ini memperlihatkan bahwa rasa aman pada second account dibangun melalui kombinasi antara kepercayaan interpersonal dan kontrol teknis.

Implikasi lain terlihat pada hubungan antara kebebasan berekspresi dan manajemen identitas. Second account memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menunjukkan sisi diri yang tidak selalu ditampilkan pada akun utama. Akan tetapi, perbedaan tersebut bukan berarti terdapat dua identitas yang sepenuhnya terpisah. Sebaliknya, pengguna tetap melakukan pengelolaan kesan sesuai dengan audiens yang berbeda. Dalam perspektif Dramaturgi, perubahan ruang dan audiens menyebabkan perubahan cara individu memainkan peran. Dengan demikian, front stage dan back stage dalam media sosial bersifat dinamis dan dapat terbentuk melalui pengaturan akun serta distribusi audiens.

Dari perspektif CPM, penggunaan fitur private account dan Close Friends menunjukkan bahwa aturan privasi diterapkan secara konkret dalam platform digital. Informasi pribadi diperlakukan sebagai informasi yang memiliki batas kepemilikan dan akses. Ketika informasi dibagikan kepada followers, pengguna secara tidak langsung bergantung pada kemampuan pihak lain untuk menjaga batas tersebut. Pengalaman beberapa informan yang pernah menghadapi penyebaran informasi menunjukkan bahwa batas privasi tidak sepenuhnya dapat dijamin oleh teknologi. Karena itu, kemampuan memilih informasi dan membangun kesadaran privasi tetap menjadi bagian penting dalam penggunaan second account.

Temuan tersebut juga memberikan implikasi praktis bagi literasi digital mahasiswa. Penggunaan akun privat tidak seharusnya dipahami sebagai jaminan mutlak bahwa informasi akan tetap berada dalam lingkaran terbatas. Mahasiswa perlu mempertimbangkan konsekuensi dari setiap unggahan, termasuk kemungkinan tangkapan layar, penyebaran ulang, kesalahan pemilihan fitur, maupun perubahan hubungan dengan followers. Kesadaran tersebut penting agar fungsi second account sebagai ruang komunikasi yang nyaman tidak berubah menjadi sumber konflik atau pelanggaran privasi.

Secara akademis, penelitian ini memperlihatkan bahwa kajian second account dapat dikembangkan tidak hanya melalui pertanyaan mengenai motif, tetapi juga melalui proses pengambilan keputusan komunikasi. Penentuan audiens, pemilihan pesan, penggunaan fitur, dan pengelolaan risiko merupakan rangkaian yang saling berhubungan. Pendekatan ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan yang membandingkan pengguna berdasarkan usia, pekerjaan, platform, atau tingkat keterbukaan informasi. Namun, sebagaimana batasan penelitian, temuan ini tetap berada pada konteks enam mahasiswa pengguna second account di Jabodetabek sehingga tidak dimaksudkan sebagai generalisasi statistik.

Jika dilihat dari keseluruhan informan, terdapat pola bahwa kualitas hubungan lebih penting daripada jumlah followers dalam menentukan kenyamanan komunikasi. Informan tidak menjadikan banyaknya pengikut sebagai ukuran utama keberhasilan second account. Sebaliknya, kedekatan, rasa percaya, dan kemampuan memahami batas menjadi pertimbangan ketika seseorang diizinkan mengikuti akun. Pola tersebut memperlihatkan bahwa second account berfungsi sebagai ruang komunikasi berbasis relasi, bukan sekadar ruang publikasi konten.

Pemanfaatan Close Friends memperlihatkan bentuk pengelolaan audiens yang lebih spesifik. Pada beberapa informan, private account menjadi batas pertama untuk menentukan siapa yang dapat masuk ke ruang kedua, sedangkan Close Friends menjadi batas kedua untuk konten yang dianggap lebih personal. Struktur tersebut menunjukkan adanya tingkatan privasi. Pengguna tidak hanya membuat keputusan antara membagikan dan tidak membagikan informasi, tetapi juga menentukan kepada kelompok mana informasi tertentu dapat disampaikan. Dalam konteks CPM, praktik ini menunjukkan bahwa batas privasi dapat dibentuk secara bertahap sesuai dengan tingkat kepercayaan.

Pengalaman informan mengenai risiko penyebaran informasi juga menunjukkan bahwa kontrol privasi bersifat dinamis. Ketika terjadi pengalaman tidak menyenangkan, pengguna melakukan penyesuaian seperti memperketat followers, mengurangi informasi sensitif, menggunakan Close Friends secara lebih selektif, atau memeriksa kembali konten sebelum dipublikasikan. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa aturan privasi tidak bersifat statis. Pengalaman komunikasi sebelumnya dapat memengaruhi keputusan pengguna pada interaksi berikutnya.

Pada saat yang sama, terdapat variasi tingkat keterbukaan antar informan. Informan 1 cenderung lebih santai terhadap kemungkinan penyebaran konten karena merasa tetap menjaga image, sedangkan Informan 3, 4, dan 5 menunjukkan kehati-hatian yang lebih kuat

setelah mengalami atau mengantisipasi risiko. Variasi ini penting karena menunjukkan bahwa penggunaan second account tidak menghasilkan perilaku yang seragam. Setiap pengguna membentuk aturan privasi berdasarkan pengalaman, karakter audiens, tujuan penggunaan, serta persepsi terhadap risiko.

Temuan mengenai perbedaan antara akun utama dan akun kedua juga menunjukkan bahwa identitas digital mahasiswa bersifat situasional. Pengguna dapat menampilkan sisi yang lebih formal dan positif ketika berhadapan dengan audiens luas, tetapi dapat menggunakan bahasa dan konten yang lebih santai ketika berinteraksi dengan kelompok kecil. Perubahan tersebut bukan semata-mata pertentangan antara identitas asli dan identitas palsu, melainkan penyesuaian presentasi diri terhadap konteks komunikasi. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa Teori Dramaturgi relevan dalam membaca fenomena second account.

Secara praktis, mahasiswa dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai refleksi untuk mengembangkan kebiasaan komunikasi digital yang lebih bertanggung jawab. Kebebasan berekspresi tetap perlu disertai pertimbangan mengenai jejak digital, kemungkinan penyebaran ulang, dan dampak terhadap hubungan interpersonal. Pengguna juga perlu memahami bahwa private account dan Close Friends merupakan alat pembatas akses, bukan perlindungan absolut. Kesadaran terhadap batas tersebut dapat membantu mahasiswa menggunakan second account sebagai ruang komunikasi yang nyaman tanpa mengabaikan keamanan informasi pribadi.

#### **D. KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan second account Instagram di kalangan mahasiswa Jabodetabek merupakan strategi komunikasi sekaligus praktik manajemen privasi. Mahasiswa membedakan akun utama dan second account berdasarkan tujuan, karakteristik audiens, dan tingkat keterbukaan informasi. Akun utama cenderung menjadi ruang front stage untuk membangun image yang lebih formal dan terkontrol, sedangkan second account berfungsi sebagai back stage yang memungkinkan komunikasi lebih santai, personal, spontan, dan ekspresif. Strategi komunikasi diterapkan melalui penentuan serta analisis audiens, penyesuaian pesan dan gaya bahasa, serta pemilihan media dan fitur Instagram yang sesuai. Pada saat yang sama, manajemen privasi dilakukan melalui kontrol informasi, pembatasan akses, seleksi followers, penggunaan private account dan Close Friends, serta penyaringan konten. Risiko penyebaran informasi tetap muncul meskipun audiens telah dibatasi, sehingga pengguna perlu mempertahankan kesadaran terhadap isi konten dan pihak yang memperoleh

akses. Temuan ini menegaskan bahwa second account bukan sekadar akun alternatif, melainkan ruang komunikasi digital yang memungkinkan mahasiswa menyeimbangkan kebutuhan ekspresi diri dengan kebutuhan menjaga privasi.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr. Siti Masitoh, S.E., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing, enam informan penelitian serta satu informan pendukung yang membantu memperkuat keabsahan data penelitian. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Universitas Gunadarma yang menjadi institusi tempat penelitian ini disusun.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

| No. | Informan   | Institusi                        | Usia | Peran                               |
|-----|------------|----------------------------------|------|-------------------------------------|
| 1   | Informan 1 | UHAMKA                           | 20   | Mahasiswa                           |
| 2   | Informan 2 | Universitas Ibn<br>Khaldun Bogor | 22   | Mahasiswa                           |
| 3   | Informan 3 | Universitas<br>Gunadarma         | 22   | Mahasiswa                           |
| 4   | Informan 4 | Universitas<br>Indonesia         | 21   | Mahasiswa                           |
| 5   | Informan 5 | Universitas Negeri<br>Jakarta    | 22   | Mahasiswa                           |
| 6   | Informan 6 | Universitas<br>Indonesia         | 21   | Mahasiswa                           |
| 7   | Informan 7 | Politeknik Negeri<br>Jakarta     | 24   | Social Media<br>Specialist Cretivox |

Sumber: Peneliti, 2026.

Tabel 2. Ringkasan Strategi Komunikasi Informan

| Informan | Fokus konten                | Audiens                    | Gaya komunikasi     | Media/fitur                |
|----------|-----------------------------|----------------------------|---------------------|----------------------------|
| 1        | Konten sehari-hari dan spam | Kenalan/cocok              | Lebih bebas         | Akun kedua + Close Friends |
| 2        | Fotografi/portofolio        | Sangat akrab               | Tetap hati-hati     | Akun kedua                 |
| 3        | Meme dan daily life         | Dekat dan dipercaya        | Santai/menyenangkan | Akun kedua                 |
| 4        | Daily life, humor, opini    | Dekat; lebih akrab di CF   | Lebih bebas         | Private + Close Friends    |
| 5        | Keseharian, inside jokes    | Dekat dan akrab            | Santai/personal     | Private account            |
| 6        | Konten personal yang pantas | Akrab; konten privat di CF | Bebas namun terukur | Private + Close Friends    |

Sumber: Diolah dari hasil wawancara penelitian, 2026.

### E. DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, K. P., Ramadhani, S. P., & Agitashera, D. (2025). Penggunaan second account Instagram sebagai ruang aman untuk presentasi diri Gen Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 84–93.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Lisa, H., & Irma, A. (2025). Penggunaan akun second Instagram sebagai media ekspresi diri remaja di era digital. *ARINI: Jurnal Ilmiah dan Karya Inovasi Guru*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.71153/arini.v2i1.277>
- Maulidya, S., Alfando, J., & Nurliah, S. P. (2024). Motif penggunaan second account Instagram sebagai media interaksi diri (Studi kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun 2019 Universitas Mulawarman). *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 830–840.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Nabilah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Motif penggunaan second account Instagram bagi pelajar SMK Negeri 1 Gempol. *Jurnal Nomosleca*, 9(1), 105–122.
- Nasrullah, R. (2022). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- 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>
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*. State University of New York Press.
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self-disclosure generasi milenial melalui second account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312–323.
- Putri, S. M., & Apriadi, D. W. (2023). Dramaturgi dalam motif sharing di Instagram pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 31–42.
- Restu, E. E., & Triyono, A. (2025). Motif oversharing sebagai bentuk self-disclosure pada second account Instagram di kalangan Generasi Z. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(4), 1236–1242.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syaefulloh, I. (2023). Motif penggunaan second account Instagram mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 49–62.
- Syahrizad, M. (2025). Motif penggunaan second account di Instagram pada mahasiswa Ilmu

Komunikasi Universitas Islam Riau. *Journal of Communication Management and Organization*, 4(2), 61–70.

Watuseke, C., Warouw, D. M., & Mingkid, E. (2023). Motif Generasi Z dalam berekspresi diri melalui second account di Instagram. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(3), 7–7.

We Are Social. (2024). Daftar media sosial paling banyak digunakan di Indonesia. Digital 2024: Indonesia. We Are Social.

Yonatan, A. Z. (2023, May 29). Pengguna Instagram berdasarkan rentang usia 2023. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>