

## **Penggunaan Akun Second Instagram Sebagai Media Ekspresi Diri Remaja Di Era Digital**

**Hayatul Lisa<sup>1</sup>, Ade Irma<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Aceh, Indonesia  
Email: [hayatullisa77@gmail.com](mailto:hayatullisa77@gmail.com)<sup>1</sup>, [ade.irma@ar-raniry.ac.id](mailto:ade.irma@ar-raniry.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Komunikasi merupakan bagian esensial dalam kehidupan manusia, yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi. Salah satu wujud perkembangan tersebut adalah hadirnya media sosial yang memungkinkan komunikasi tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Di antara berbagai platform yang ada, Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling populer, terutama karena kekuatannya dalam menyampaikan pesan melalui konten visual. Dalam praktiknya, banyak pengguna Instagram yang tidak hanya memiliki satu akun, tetapi juga membuat akun kedua (*second account*) untuk tujuan tertentu. Fenomena ini menunjukkan adanya dinamika baru dalam perilaku komunikasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi individu dalam menggunakan *second account* di Instagram. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap lima informan yang memenuhi kriteria tertentu, seperti aktif menggunakan Instagram dan memiliki akun kedua selama minimal dua tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* digunakan sebagai ruang personal yang lebih privat dan bebas dari tekanan sosial. Para informan merasa lebih leluasa mengekspresikan diri, membagikan cerita emosional, serta berinteraksi dengan lingkungan yang lebih terbatas dan aman. Namun demikian, fenomena ini juga membawa konsekuensi sosial, seperti meningkatnya kecenderungan untuk menutup diri dari lingkungan luas serta potensi penyalahgunaan identitas anonim. Dengan demikian, keberadaan *second account* tidak hanya menjadi bentuk ekspresi diri yang lebih otentik, tetapi juga mencerminkan tantangan baru dalam menjaga etika dan tanggung jawab dalam komunikasi digital. Studi ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika penggunaan media sosial dan memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih sadar dan inklusif di era digital.

**Kata kunci:** Media Sosial, Instagram, Remaja, Ekspresi Diri, Era Digital

### **Pendahuluan**

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berlangsung sangat cepat. Istilah “Teknologi Informasi” mulai dikenal pada akhir tahun 1970-an dan merujuk pada suatu bidang ilmu yang memanfaatkan perangkat elektronik, seperti komputer, untuk menyimpan, menganalisis, serta mendistribusikan berbagai jenis informasi, baik berupa teks, angka, maupun gambar (Fauzi et al., 2023). Kemajuan ini mendorong internet menjadi sarana komunikasi utama yang digemari oleh



Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0  
International License.

Published by Fanshur Institute: Research and Knowledge Sharing in Aceh

masyarakat. Fenomena tersebut mendorong terjadinya transformasi teknologi komunikasi dari yang bersifat konvensional menuju era digital yang serba modern, salah satunya melalui penggunaan internet. Selain mengalami perkembangan dalam ranah komunikasi antarpribadi, teknologi juga turut memengaruhi cara manusia berkomunikasi dengan khalayak luas (Noorikhsan et al., 2023). Komunikasi massa, yang pada dasarnya bertujuan untuk menyebarluaskan informasi kepada publik, kini semakin berkembang seiring kemajuan teknologi. Jika dahulu informasi disampaikan melalui media tradisional seperti surat kabar, pidato di hadapan warga yang dikumpulkan, atau melalui penyampaian dari mulut ke mulut, kini media sosial hadir sebagai sarana modern dalam menyampaikan pesan secara lebih cepat dan luas. Kehadiran media sosial menjadikan proses penyampaian informasi jauh lebih efisien, praktis, dan mudah diakses (Indrawan et al., 2023). Ditambah lagi dengan dampak globalisasi, penyebaran informasi kini tidak hanya terbatas pada wilayah lokal, tetapi dapat dengan cepat menjangkau audiens global melalui platform media sosial yang terhubung secara digital.

Kehadiran internet sebagai media komunikasi modern telah membuat dunia terasa semakin dekat dan mudah dijangkau. Kini, hampir setiap orang memiliki perangkat komunikasi yang memungkinkan mereka untuk terhubung dengan siapa saja di seluruh dunia melalui berbagai platform media sosial. Dalam kehidupan manusia, kemajuan teknologi sering kali dikaitkan dengan konsep modernitas yang erat hubungannya dengan perkembangan dan kemajuan zaman. Istilah modernitas sendiri berasal dari kata “modern” yang berakar dari bahasa Latin *modernus*, gabungan dari kata *modo* yang berarti cara, dan *ernus* yang merujuk pada masa kini atau periode waktu saat ini (Dewi & Wikrama, 2023). Oleh karena itu, modernitas mencerminkan suatu pergeseran sosial dari masyarakat tradisional menuju masyarakat yang lebih maju. Pergeseran ini ditandai oleh berbagai perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, dan salah satu wujud paling nyata dari modernitas tersebut adalah transformasi dalam bidang teknologi.

Komunikasi adalah kegiatan manusia yang sudah dilakukan mulai dari bayi hingga dia menutup usia, semua tidak terlepas dari proses penerimaan dan penyampaian pesan yang sering disebut komunikasi (Panuju, 2018). Seiring berkembangnya zaman sekarang, proses komunikasi yang biasa digunakan sudah tidak sama lagi, yaitu tidak harus bertatap muka langsung, tetapi sudah bisa dengan jarak jauh. Media sosial sudah banyak mengubah cara pandang dunia.

Saat ini media sosial sudah berkembang sangat pesat, sudah banyak aplikasi yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. Aplikasi sosial media yang sering dijadikan sebagai alat komunikasi adalah Instagram, Facebook, YouTube, Telegram, WhatsApp, TikTok, dan lainnya. Media sosial memiliki peran penting sebagai wadah bagi pengguna untuk mengekspresikan diri (Shidiqie et al., 2023). Media ini mendorong partisipasi siapa saja yang berminat dengan memungkinkan mereka memberikan umpan balik secara terbuka, menyampaikan komentar, serta membagikan informasi secara cepat tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu.

Perkembangan teknologi komunikasi telah mendorong terjadinya pergeseran signifikan dalam cara konsumen mengakses dan menikmati konten di media sosial. Salah satu perubahan paling mencolok adalah transisi dari komunikasi berbasis teks ke arah komunikasi visual yang lebih menarik secara estetika dan emosional. Dalam konteks ini, platform media sosial yang mengedepankan konten visual seperti gambar dan video menjadi semakin populer di kalangan pengguna. Salah satu contoh paling menonjol dari platform semacam itu adalah Instagram. Diluncurkan pada tahun 2010, Instagram hadir sebagai platform jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, serta berinteraksi melalui fitur-fitur seperti unggahan, berbagi, dan memberi tanda suka pada konten visual (Walmarwa & Rizal, 2024). Tingkat keterlibatan atau interaksi pengguna di Instagram tercatat jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan platform media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter.

Popularitas Instagram yang terus meningkat dari waktu ke waktu menjadikannya sebagai salah satu media yang sangat potensial dalam bidang pemasaran digital di era modern. Karakter visual yang dominan pada platform

ini menjadikannya sangat efektif untuk menarik perhatian audiens dan menciptakan komunikasi yang lebih personal dan emosional antara brand dan konsumen (Putra & Darmawan, 2025). Tidak mengherankan jika Instagram kini menjadi ladang ekonomi yang sangat menjanjikan. Semakin banyak akun yang bermunculan di platform ini, baik yang berfokus pada hiburan, pendidikan, sosial, hingga aktivitas komersial seperti promosi produk atau jasa.

Namun demikian, pertumbuhan jumlah akun ini juga disertai dengan munculnya fenomena akun anonim, yakni akun yang tidak menampilkan identitas asli pengelolanya. Banyak di antara akun-akun tersebut dikelola oleh individu atau kelompok yang tidak diketahui secara jelas latar belakangnya. Kondisi ini menimbulkan tantangan tersendiri dalam dunia media sosial, khususnya dalam konteks penyebaran informasi. Akun anonim yang aktif menyebarkan konten berita atau informasi sering kali sulit diverifikasi kebenarannya, sehingga menyulitkan publik dalam memilah mana informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Bahkan, keberadaan akun-akun anonim yang saling berbagi konten pemberitaan dapat menimbulkan keresahan sosial karena berpotensi menyebarkan hoaks atau informasi yang bersifat provokatif. Jika dilihat dari perspektif jurnalistik, praktik semacam ini mencerminkan suatu bentuk kemunduran dalam fungsi media sebagai penyaji informasi yang objektif dan bertanggung jawab.

Sebelum media sosial berkembang pesat seperti sekarang, kita terbiasa membangun hubungan dan berinteraksi secara langsung, bertatap muka dalam komunitas nyata. Pertemanan, kerja sama, dan relasi bisnis dijalankan lewat pertemuan fisik. Dari pertemuan langsung itu, kita bisa lebih mudah mengenali siapa saja yang benar-benar sejalan dengan kita, baik secara pribadi maupun profesional. Kita juga bisa mengetahui dengan jelas siapa saja teman kita yang sesungguhnya.

Namun kini, ukuran pertemanan dan eksistensi seolah bergeser. Banyak orang mulai menilai hubungan sosial berdasarkan jumlah *followers* dan *likes* di media sosial. Kita memang masih berkomunikasi dengan teman, kolega, dan rekan bisnis, tapi sebagian besar dilakukan lewat dunia digital.

Pertemuan langsung mulai jarang terjadi. Bahkan, saat ada ajakan bertemu secara nyata, tak sedikit dari kita yang membatalkan atau tidak bisa hadir karena berbagai alasan.

Menariknya, saat acara itu dibagikan lewat foto atau video di media sosial, kita tetap memberi tanda *like* seakan-akan itu menjadi bentuk kehadiran digital kita. *Like* kini bagaikan tanda absensi, sebagai cara kita menunjukkan bahwa kita masih “ada” dan aktif di dunia maya. Padahal, jika dibandingkan dengan dulu, kita justru lebih antusias saat menerima undangan acara teman. Kita menyiapkan waktu, bahkan menabung untuk membawa hadiah. Sekarang, tanpa kita sadari, kita lebih aktif hadir secara digital daripada secara nyata.

Salah satu media yang dapat di lakukan interaksi dengan jarak jauh saat ini adalah media Instagram. Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua lulusan Stanford University di Amerika Serikat, mereka resmi meluncurkan Instagram pada Oktober 2010 (Chandra, 2021). Awalnya hanya tersedia sebagai aplikasi untuk smartphone, Instagram dengan cepat meraih popularitas, mencatat lebih dari 100 juta pendaftar dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan pada Januari 2013. Artinya, dalam waktu kurang dari tiga tahun, jumlah pengguna Instagram sudah mencapai ratusan juta.

Instagram adalah aplikasi yang berfungsi untuk mengambil foto, menerapkan filter, dan membagikan foto ke berbagai jejaring sosial, termasuk ke platform Instagram itu sendiri (Hakim et al., 2024). Selain itu, Instagram juga menginspirasi penggunanya untuk meningkatkan kreativitas melalui fitur-fitur yang memperindah dan mempercantik foto agar tampak lebih artistik. Selain memperkaya tampilan foto, Instagram juga menyediakan fitur multiple account, yakni fitur yang memungkinkan pengguna membuat dan mengelola lebih dari satu akun dalam satu perangkat smartphone. Banyak pengguna yang memiliki lebih dari satu akun, yang umumnya dikenal sebagai *Second account* atau akun kedua.

Akun kedua biasanya dibuat untuk tujuan tertentu, dan mayoritas pengguna akun kedua ini adalah perempuan. Akun tambahan ini sering kali

digunakan untuk menjaga privasi, membangun ruang yang lebih pribadi, serta menyembunyikan identitas asli. Di akun kedua, pengguna merasa lebih bebas dalam mengekspresikan diri tanpa tekanan untuk tampil sempurna, sehingga membuat mereka lebih nyaman. Biasanya, akun kedua hanya diikuti oleh orang-orang terdekat.

Namun, kehadiran *second account* ini juga membawa dampak sosial, yakni kecenderungan pengguna menjadi lebih tertutup terhadap orang lain. Hal ini terjadi karena pengguna lebih sering membagikan cerita di akun kedua yang bersifat privat, dibandingkan di akun utama yang bersifat publik.

Telah banyak penelitian yang telah mengkaji fenomena penggunaan akun kedua (*second account*) di Instagram, seperti dalam studi tentang Identitas Virtual di Media Sosial, Penggunaan *Second account* pada Instagram, *Second account* Instagram sebagai Alter Ego, dan berbagai penelitian lainnya. Berbagai hasil penelitian tersebut mendorong peneliti untuk lebih mendalami dan memahami secara rinci alasan-alasan di balik pembuatan *second account* oleh pengguna Instagram (Iksandy, 2022). Peneliti melakukan penelitian dengan melakukan survey secara langsung dengan pengguna Instagram akun kedua Instagram melalui wawancara langsung, dan menemukan berbagai macam alasan yang diberikan oleh pemilik akun.

Alasan-alasan tersebut nantinya akan dihimpun dari hasil wawancara langsung, kemudian dianalisis untuk menemukan pola atau tema umum yang dapat menggambarkan motivasi pengguna dalam membentuk akun kedua (*second account*).

## **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dimana hasil pembahasannya nanti akan disusun menggunakan gambaran dalam bentuk kata-kata. Penelitian deskriptif adalah cara meneliti dengan menggambarkan apa yang ada, tanpa diubah-ubah. Jadi penelitian deskriptif adalah sebuah kajian yang memuat sebuah peristiwa atau situasi yang terjadi. Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang mengumpulkan informasi dengan mempelajari data yang sudah

tersedia. Data ini tidak sepenuhnya bisa dihitung dengan angka, melainkan lebih fokus pada uraian tentang ide, pendapat, persepsi, dan kepercayaan dari objek yang diteliti (Wijaya et al., 2025).

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari maret, melalui wawancara langsung. Pada penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara langsung. Wawancara atau interview adalah salah satu bentuk komunikasi antarpribadi yang terjadi secara langsung tanpa bantuan media. Dalam proses ini, dua orang saling berbicara dan mendengarkan secara bergantian, bahkan terkadang peran tersebut saling menyatu. Peneliti melakukan wawancara terhadap 5 (lima) informan yang diambil Berdasarkan Teknik pengumpulan data *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel secara sengaja, di mana sampel dipilih karena memiliki karakteristik tertentu yang dibutuhkan. Metode ini bisa diterapkan pada berbagai populasi, namun lebih cocok untuk sampel yang kecil dan populasi yang seragam. Teknik ini membantu peneliti untuk fokus dan mendalami data yang relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi individu dalam menggunakan akun kedua di Instagram. Pendekatan yang digunakan adalah metode deskriptif, di mana peneliti mewawancarai lima pemilik akun kedua guna menggali alasan dan pertimbangan mereka dalam menjalankan akun tersebut. Maka dari itu peneliti menentukan subjek dalam penelitian ini Berdasarkan kriteria, yaitu:

1. Pengguna aktif media sosial Instagram
2. Sudah menggunakan second akun Instagram selama kurang lebih 2 tahun
3. Aktif menggunakan Instagram dan frekuensi dalam membuka akun dengan Jumlah 5 kali dalam seminggu
4. Aktif dalam mengunggah konten

## **Pembahasan/hasil**

Berdasarkan hasil penelitian, Di era digital yang semakin maju seperti saat ini, penggunaan media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Hampir setiap individu, mulai dari remaja

hingga orang dewasa, memiliki setidaknya satu akun di platform media social (Marchellia & Siahaan, 2022). Kepemilikan akun ini tidak hanya didorong oleh kemudahan penggunaan platform tersebut, tetapi juga oleh beragam manfaat yang ditawarkan. Media sosial telah berevolusi dari sekadar alat untuk hiburan atau ajang eksistensi diri menjadi sarana multifungsi yang sangat berperan dalam berbagai aspek kehidupan.

Salah satu daya tarik utama dari media sosial adalah kemampuannya untuk mempercepat dan mempermudah proses komunikasi. Individu yang berada di lokasi geografis yang berbeda dapat terhubung dalam hitungan detik melalui pesan teks, panggilan suara, maupun video. Ini menjadikan media sosial sebagai jembatan komunikasi yang efisien dan hemat biaya, menggantikan metode komunikasi konvensional yang sebelumnya memerlukan waktu dan biaya lebih besar.

Selain itu, media sosial juga menawarkan kemudahan akses terhadap informasi terkini dari berbagai sumber. Dengan hanya menggulir layar, pengguna dapat dengan cepat mengetahui berita lokal maupun global, tren terkini, hingga informasi edukatif dan profesional. Tidak hanya mengandalkan media massa konvensional, kini masyarakat juga menjadikan media sosial sebagai referensi utama untuk mendapatkan update informasi secara real-time.

Manfaat lainnya yang dirasakan adalah terbukanya peluang baru dalam bidang ekonomi, pendidikan, hingga aktivitas sosial. Banyak individu maupun pelaku usaha kecil yang memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk mempromosikan produk, membangun merek, hingga menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa memerlukan biaya besar. Dalam dunia pendidikan, media sosial menjadi sarana berbagi ilmu, diskusi akademis, serta memperluas jejaring profesional.

Dengan kata lain, media sosial tidak lagi dipandang sebagai alat komunikasi semata, melainkan sebagai ruang interaksi digital yang membawa dampak signifikan terhadap gaya hidup, pola pikir, dan cara masyarakat memaknai keterhubungan di era modern. Popularitas dan peran strategis media sosial dalam kehidupan masyarakat dewasa ini

mencerminkan pergeseran besar dalam cara manusia membangun relasi, mengakses informasi, dan menjalankan aktivitas sehari-hari.

Selain memiliki akun utama, tidak sedikit pengguna media sosial yang memutuskan untuk membuat akun tambahan atau yang dikenal dengan istilah *second account* atau *akun kedua*. Fenomena ini semakin marak terutama di kalangan anak muda, selebriti, influencer, hingga pengguna umum yang merasa perlu memisahkan konten atau identitas daring mereka untuk tujuan tertentu. Akun kedua biasanya digunakan sebagai ruang yang lebih privat, di mana pemiliknya bisa lebih bebas mengekspresikan diri tanpa tekanan dari publik yang lebih luas atau dari pengikut akun utama mereka.

Motivasi di balik pembuatan akun kedua sangat beragam. Beberapa orang menggunakannya sebagai tempat untuk berbagi cerita personal, curahan hati, atau aktivitas sehari-hari yang dirasa terlalu intim atau tidak relevan untuk dibagikan di akun utama. Di sisi lain, ada pula yang memanfaatkannya untuk mengamati aktivitas orang lain secara anonim, menjalankan akun bisnis kecil, atau bahkan mencoba membentuk persona digital yang berbeda dari identitas asli mereka. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya soal keterhubungan, tetapi juga menjadi arena untuk mengelola identitas diri secara strategis.

Namun, di balik fleksibilitas tersebut, keberadaan akun kedua juga menimbulkan tantangan tertentu, terutama terkait transparansi dan etika penggunaan media sosial. Ketika seseorang menyembunyikan identitas aslinya di balik akun tambahan, potensi penyalahgunaan menjadi lebih besar—misalnya untuk menyebarkan informasi palsu, melakukan perundungan (*cyberbullying*), atau menciptakan konflik (Paramesti & Nurdiarti, 2022). Hal ini menambah kompleksitas dalam mengelola ruang digital yang sehat dan bertanggung jawab. Maka dari itu, fenomena *second account* tidak hanya mencerminkan kebutuhan privasi, tetapi juga memperlihatkan dinamika baru dalam perilaku komunikasi digital yang perlu dikaji lebih dalam, baik dari sisi psikologis, sosial, maupun etis.

Keputusan untuk membuat akun kedua di Instagram lebih dipengaruhi oleh kebutuhan untuk memiliki ruang pribadi yang lebih

terlindungi dan bebas dari pengaruh sosial, serta untuk menjaga keseimbangan antara citra publik dan ekspresi pribadi. Meskipun akun kedua menawarkan kebebasan, penggunaannya juga menghadirkan tantangan dalam hal pengelolaan dan pemeliharaan identitas ganda di platform media sosial.

Peneliti menetapkan sejumlah informan yang dianggap memiliki kapasitas untuk memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian, dengan mempertimbangkan pengalaman pribadi mereka dalam menggunakan akun kedua (*second account*) di Instagram. Adapun berikut ini adalah profil dari keempat informan yang memiliki akun kedua di platform tersebut:

1. Az-zahra shalihah, merupakan lulusan dari program studi psikologi universitas islam negeri ar-raniry Angkatan 2020, ia telah menggunakan second akun Instagram selama 3 tahun 8 bulan
2. Siti sara, merupakan lulusan dari program studi fisioterapi universitah Muhammadiyah aceh Angkatan 2021, ia tela menggunakan second akun selama 3 tahun 2 bulan
3. Vatasya azura, Mahasiswa jurusan PKK universitas syiah kuala Angkatan 2021, ia telah menggunakan second akun selama 4 tahun
4. Yati novita via, lulusan dari program studi Bahasa Indonesia universitas abulyatama Angkatan 2020, ia telah menggunakan second akun selama 2 tahun lebih
5. Tika rahmayani, Mahasiswa magister agribisnis universitas syiah kuala Angkatan 2023, telah menggunakan second akun 5 tahun

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa keberadaan *second account* Instagram memiliki fungsi yang lebih kompleks dibandingkan dengan akun utama. Para informan memanfaatkan akun kedua ini tidak hanya sebagai pelengkap, tetapi sebagai ruang digital yang menawarkan kebebasan berekspresi, perlindungan privasi, serta kendali atas interaksi sosial yang mereka inginkan. *Second account* menjadi tempat yang dirancang secara personal, di mana informan merasa lebih aman untuk membagikan sisi kehidupan yang bersifat intim, emosional, atau tidak ingin diketahui oleh khalayak luas di akun utama mereka. Alasan

positif yang mendasari pembuatan *second account* antara lain adalah untuk menciptakan lingkungan virtual yang lebih nyaman dan terbebas dari tekanan sosial, menjalin hubungan yang lebih autentik dengan orang-orang terdekat, serta sebagai sarana untuk mengekspresikan pemikiran atau karya yang mungkin tidak sesuai dengan citra diri yang dibangun di akun utama.

Namun demikian, penggunaan *second account* juga tidak terlepas dari motivasi yang lebih bersifat defensif. Beberapa informan mengakui bahwa akun tersebut digunakan untuk menyaring siapa saja yang dapat mengakses konten mereka, sebagai bentuk perlindungan diri dari pengawasan lingkungan sosial seperti keluarga, rekan kerja, atau dosen, serta sebagai strategi untuk menghindari judgement, komentar negatif, atau ekspektasi tertentu dari followers mereka di akun utama. Dengan kata lain, *second account* mencerminkan bagaimana para informan merespons dinamika sosial di media digital dengan menciptakan batasan dan ruang yang lebih privat.

Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa *second account* Instagram berperan sebagai alat adaptif dalam menghadapi kompleksitas interaksi sosial di era media baru. Akun ini tidak hanya memperlihatkan sisi personalisasi dalam bermedia sosial, tetapi juga menunjukkan adanya kesadaran digital yang tinggi dari para pengguna dalam mengelola identitas, membangun ruang aman, serta mempertahankan otonomi atas narasi diri yang ingin mereka tampilkan di dunia maya

#### **A. Motivasi Penggunaan Akun Kedua**

Keputusan untuk membuat akun kedua di Instagram umumnya dipengaruhi oleh kebutuhan individu untuk memiliki ruang pribadi yang lebih aman dan terbebas dari pengaruh sosial yang sering kali hadir di akun utama. Akun kedua ini memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri dengan lebih bebas, tanpa khawatir tentang penilaian atau ekspektasi yang ada dari orang-orang di sekitar mereka. Selain itu, pembuatan akun kedua juga bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara citra yang ingin ditampilkan di ruang publik dan ekspresi pribadi yang lebih jujur dan tanpa batasan. Meskipun akun kedua memberikan kebebasan dalam berbagi konten yang lebih intim atau tidak terfilter, hal ini juga membawa tantangan

tersendiri, seperti kesulitan dalam mengelola dua identitas yang berbeda di platform yang sama, yang bisa menyebabkan kebingungan atau ketidakseimbangan dalam menjaga privasi dan eksistensi di media sosial.

### **B. Perbedaan konten**

Keputusan untuk membuat akun kedua di Instagram seringkali dipengaruhi oleh dorongan untuk menciptakan ruang pribadi yang lebih aman dan bebas dari tekanan sosial yang sering kali hadir pada akun utama. Pengguna merasa bahwa dengan memiliki akun kedua, mereka dapat mengekspresikan diri secara lebih leluasa tanpa perlu khawatir tentang penilaian dari orang lain, baik itu teman, keluarga, atau bahkan pengikut yang lebih luas. Akun kedua ini memberikan kebebasan untuk berbagi konten yang lebih pribadi, seperti pemikiran atau aktivitas yang tidak ingin dibagikan secara terbuka. Selain itu, penggunaan akun kedua memungkinkan pengguna untuk menjaga keseimbangan antara citra publik yang sering kali lebih terkontrol dan ekspresi pribadi yang lebih autentik dan tanpa batasan. Namun, meskipun akun kedua menawarkan kebebasan dalam hal berbagi dan mengekspresikan diri, hal ini juga membawa tantangan tersendiri, yaitu dalam pengelolaan dua identitas yang berbeda dalam satu platform sosial. Pengguna perlu menjaga pemisahan antara kedua akun tersebut untuk menghindari kebingungan atau pelanggaran privasi, yang bisa menjadi beban tersendiri dalam menjaga konsistensi dan integritas di dunia maya.

### **C. Perasaan Dan Kebebasan Dalam Berekspresi**

Penggunaan akun kedua memberikan individu kebebasan yang lebih luas untuk mengekspresikan diri secara autentik. Dengan adanya ruang terpisah ini, pengguna merasa lebih nyaman untuk berbagi aspek-aspek pribadi dari kehidupan mereka, seperti pemikiran, perasaan, atau aktivitas yang tidak ingin dibagikan di akun utama mereka. Akun kedua memberi mereka kesempatan untuk menampilkan sisi diri yang lebih jujur dan tanpa batasan, tanpa rasa takut akan penilaian atau kritik dari orang-orang yang

tidak mereka kenal. Pengguna merasa bahwa mereka dapat lebih bebas berbicara atau berinteraksi dengan teman-teman dekat, tanpa harus memikirkan ekspektasi sosial yang sering kali ada di dunia maya. Hal ini memberikan rasa aman, karena mereka hanya berbagi dengan orang-orang yang berada dalam lingkaran sosial yang lebih terbatas dan intim.

#### **D. Keuntungan Dan Kerugian Yang Didapatkan Pemilik Akun**

Keuntungan utama yang dirasakan oleh pengguna akun kedua di Instagram adalah kebebasan yang lebih besar untuk mengekspresikan diri dengan cara yang lebih terbuka dan tanpa tekanan. Dengan adanya akun kedua, pengguna merasa lebih bebas untuk berbagi berbagai hal yang lebih pribadi atau bahkan tidak terfilter, yang mungkin tidak dapat mereka unggah di akun utama karena keterbatasan sosial atau ekspektasi dari pengikut yang lebih luas. Ini memberi mereka ruang untuk menunjukkan sisi lain dari diri mereka yang lebih autentik dan jujur. Namun, meskipun kebebasan ini menjadi keuntungan yang signifikan, ada juga beberapa kerugian yang muncul, terutama terkait dengan pengelolaan dua akun secara bersamaan.

Beban tambahan ini mencakup waktu dan perhatian yang diperlukan untuk memelihara kedua akun dengan konten yang sesuai serta memastikan agar keduanya tetap berjalan dengan lancar. Selain itu, pengguna juga menghadapi tantangan dalam menjaga privasi antara akun utama dan akun kedua. Terkadang, batasan antara keduanya bisa menjadi kabur, dan ada potensi risiko kesalahan dalam berbagi informasi pribadi, yang bisa menyebabkan kebocoran data atau kebingungannya identitas yang seharusnya terpisah. Dengan demikian, meskipun ada kebebasan dalam menggunakan akun kedua, tantangan dalam pengelolaan dan privasi tetap menjadi pertimbangan yang perlu diperhatikan.

*Second account* pada Instagram kerap dijadikan sebagai ruang aman bagi pengguna untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan terbuka. Berdasarkan pengalaman masing-masing individu, mereka mengungkapkan bahwa sifat privat dari akun kedua ini memberikan kenyamanan tersendiri dalam berbagi tanpa rasa cemas atau takut akan penilaian dari orang lain.

Akun ini sering difungsikan sebagai tempat untuk mengunggah berbagai konten secara spontan, layaknya akun spam atau album digital pribadi. Umumnya, *second account* memiliki ciri khas seperti jumlah pengikut yang terbatas, nama pengguna yang unik, serta pengaturan privasi yang dikunci. Hal ini memungkinkan pengguna untuk lebih selektif dalam menentukan siapa saja yang dapat mengakses dan melihat aktivitas mereka di akun tersebut. Relasi yang terbangun melalui *second account* juga cenderung lebih dekat dan personal, sehingga menjadi alasan mengapa banyak pengguna menganggap penggunaan *second account* sebagai hal yang positif dan bermanfaat dalam menjaga kenyamanan serta keaslian diri di ruang digital.

## **Kesimpulan**

Perbedaan antara akun utama dan akun kedua muncul karena adanya kebutuhan yang berbeda untuk masing-masing akun. Akun kedua, yang biasanya dibuat dengan identitas samaran, menjadi sebuah kebutuhan pribadi bagi penggunanya. Berbeda dengan akun utama yang lebih difokuskan pada eksistensi publik, akun kedua tidak digunakan untuk menampilkan citra diri secara terbuka. Sebaliknya, tujuan utama dari akun samaran ini adalah untuk memberikan ruang pribadi yang lebih aman, sebagai bentuk eskapisme dari tekanan sosial yang ada di akun utama. Pengguna merasa bahwa akun utama mereka sering kali terlalu ramai, membosankan, atau penuh dengan tuntutan sosial yang tidak mereka inginkan. Oleh karena itu, akun kedua berfungsi sebagai pelarian atau tempat untuk bebas dari hiruk-pikuk dunia maya yang sering kali terasa membebani.

## **Daftar Pustaka**

- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing, Strategi Memaksimalkan Media Sosial*. Diva Press.
- Dewi, A. B., & Wikrama, A. A. N. A. W. B. (2023). Adaptasi Masyarakat Adat Terhadap Modernitas. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 6(1), 130–140. <https://doi.org/10.47532/jic.v6i1.810>
- Fauzi, A. A., Harto, B., Mulyanto, A., & Wulandari, R. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Hakim, H. I., Polin, I., & Irwansyah, I. (2024). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi dalam Masyarakat 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(13), 287–300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14564263>
- 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>
- Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 109–118. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519>
- Marchellia, R. I., & Siahaan, C. (2022). Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Remaja Penggemar KPOP. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 13(1), 65. <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i1.14737>
- Noorikhsan, F. F., Ramdhani, H., Sirait, B. C., & Khoerunisa, N. (2023). Dinamika Internet, Media Sosial, dan Politik di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat. *Journal of Political Issues*, 5(1), 95–109. <https://doi.org/10.33019/jpi.v5i1.131>
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Kencana.
- Paramesti, A. R., & Nurdyarti, 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>
- Putra, I. B. A., & Darmawan, I. M. D. H. (2025). Analisis Strategi Sosial Media Marketing Kopi Kenangan Melalui Instagram Feeds. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(1), 279–287. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i1.1044>
- Shidiqie, N. A., Akbarm, N. F., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram dalam Membentuk Identitas Diri Remaja. *Simpati*, 1(3), 98–112. <https://doi.org/10.59024/simpati.v1i3.225>
- Walmarwa, A. S., & Rizal, M. A. S. (2024). Strategi Kreatif Akun Instagram Ruang Nderes dalam Menjangkau Generasi Z dan Milenial. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(2), 151–164.
- Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A. B., & Efendi, S. (2025). *Metodologi Penelitian: Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methods*. PT. Media Penerbit Indonesia.