

**PENGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI  
INTERPERSONAL MAHASISWA  
(STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA ANGGARAN 2022)**

THE USE OF INSTAGRAM SECOND ACCOUNTS IN BUILDING STUDENTS' INTERPERSONAL  
COMMUNICATION

(A Study on Communication Science Students of Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Class of 2022)

**Fina Farkha Imamah<sup>1</sup>, Fransisca Benedicta Avira Citra<sup>2</sup>, Muchamad Rizqi<sup>3</sup>**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

**Email Correspondence:** finafarkha2903@gmail.com

**Diterima:** 31-12-2025 | **Direvisi:** 15-01-2026 | **Publikasi:** 20-02-2026

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan *second account* Instagram dalam membangun komunikasi interpersonal pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2022. Fenomena *second account* dipilih karena menunjukkan adanya pemisahan ruang komunikasi antara akun utama yang bersifat publik dan akun kedua yang lebih privat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi terhadap lima informan perempuan berusia 22–25 tahun yang aktif menggunakan *second account* Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* digunakan sebagai ruang digital yang lebih aman, nyaman, dan personal untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas tanpa tekanan penilaian sosial. Dalam konteks komunikasi interpersonal, *second account* membantu mahasiswa membangun hubungan yang lebih dekat melalui keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Interaksi yang terjadi melalui komentar, direct message, reaction, dan story reply menciptakan hubungan yang lebih suportif dan emosional. Selain itu, penggunaan *second account* juga menunjukkan adanya pengelolaan identitas diri antara front stage dan back stage sebagaimana dijelaskan dalam teori dramaturgi Erving Goffman. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *second account* Instagram tidak hanya berfungsi sebagai akun tambahan, tetapi juga menjadi ruang privat bagi mahasiswa perempuan untuk membangun komunikasi interpersonal yang lebih intim dan autentik di era digital.

**Kata kunci:** *second account Instagram, komunikasi interpersonal, mahasiswa, media sosial, identitas diri.*

**Abstract**

*This study aims to describe the use of Instagram second accounts in building interpersonal communication among Communication Science students of Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, class of 2022. The phenomenon of second accounts was chosen because it reflects the separation between public and private communication spaces within the same social media platform. This research employed a descriptive qualitative method with Alfred Schutz's phenomenological approach. Data were collected through in-depth interviews and documentation involving five female informants aged 22–25 years who actively use Instagram second accounts. The findings show that second accounts function as a safer, more comfortable, and personal digital space where students can express themselves more freely without fear of social judgment. In the context of interpersonal communication, second accounts help students develop closer relationships through openness, empathy, supportiveness, positivity, and equality. Interactions through comments, direct messages, reactions, and story replies create more supportive and emotionally connected relationships. Furthermore, the use of second accounts reflects identity management between front stage and back stage, as explained in Erving Goffman's dramaturgy theory. This study concludes that Instagram second accounts are not merely additional accounts, but also serve as private digital spaces for female students to build more intimate and authentic interpersonal communication in the digital era.*

**Keywords:** *Instagram second account, interpersonal communication, students, social media, self-identity.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu berkomunikasi dan membangun hubungan interpersonal di era digital. Salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh generasi muda adalah Instagram, yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi dan hiburan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas diri serta interaksi sosial. Dalam praktik penggunaannya, banyak pengguna, khususnya mahasiswa, tidak lagi hanya memiliki satu akun utama (*first account*), melainkan juga menggunakan akun kedua atau *second account* sebagai ruang komunikasi yang lebih privat dan personal. Fenomena ini menunjukkan adanya pemisahan antara identitas publik dan identitas pribadi dalam aktivitas bermedia sosial.

*Second account* pada Instagram berkembang sebagai bentuk strategi komunikasi digital yang memungkinkan pengguna membatasi audiens tertentu agar dapat mengekspresikan diri secara lebih bebas. Pada akun utama, pengguna cenderung menampilkan citra diri yang lebih terkontrol karena audiensnya bersifat luas dan heterogen, seperti teman kampus, keluarga, dosen, maupun relasi lainnya. Sebaliknya, *second account* biasanya hanya diikuti oleh lingkaran pertemanan yang lebih dekat sehingga pengguna merasa lebih aman untuk membagikan pengalaman pribadi, emosi, keluh kesah, maupun opini secara lebih autentik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk membangun eksistensi sosial, tetapi juga sebagai ruang interpersonal yang memungkinkan terciptanya kedekatan emosional dan keterbukaan diri.

Fenomena penggunaan *second account* menjadi relevan untuk diteliti karena berkaitan dengan perubahan pola komunikasi interpersonal di kalangan generasi muda. Kemudahan akses komunikasi melalui media sosial memang memperluas jaringan sosial, namun tidak selalu menghasilkan hubungan yang mendalam. Banyak interaksi digital berlangsung secara singkat dan permukaan sehingga kurang mencerminkan keterbukaan, empati, dan dukungan emosional yang menjadi karakteristik komunikasi interpersonal yang efektif. Dalam konteks ini, *second account* hadir sebagai ruang alternatif yang memungkinkan pengguna membangun hubungan yang lebih intim dan suportif dengan kelompok sosial tertentu.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2022. Mahasiswa dipilih karena berada pada fase dewasa awal yang ditandai dengan proses pembentukan identitas diri, kebutuhan akan kedekatan emosional, serta intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Selain itu, mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki keterkaitan erat dengan praktik komunikasi digital sehingga dinilai relevan untuk memahami dinamika penggunaan *second account* dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini secara khusus melibatkan mahasiswa perempuan karena perempuan cenderung memiliki tingkat keterbukaan diri yang lebih tinggi dalam komunikasi interpersonal, termasuk melalui media sosial.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana *second account* Instagram digunakan dalam membangun komunikasi interpersonal mahasiswa. Penelitian ini ingin memahami bagaimana mahasiswa memanfaatkan *second account* sebagai ruang untuk menciptakan keterbukaan, empati, dukungan sosial, serta hubungan yang lebih dekat dengan lingkungan pertemanannya. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat bagaimana *second account* digunakan sebagai sarana pengelolaan identitas diri di media sosial.

Secara teoritis, penelitian ini penting karena dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi interpersonal dan komunikasi digital. Penelitian ini juga memberikan pemahaman mengenai bagaimana media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media publik, tetapi juga sebagai ruang privat yang memengaruhi kualitas hubungan antarindividu. Dalam konteks yang lebih luas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi mengenai perilaku komunikasi generasi muda di era digital serta menjadi referensi dalam memahami dinamika penggunaan media sosial secara lebih reflektif dan kontekstual.

## TINJAUAN PUSTAKA

Fenomena penggunaan Instagram *second account* telah menjadi bagian dari perkembangan komunikasi digital di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Penggunaan *second account* tidak hanya berkaitan dengan aktivitas bermedia sosial, tetapi juga berhubungan dengan cara individu mengelola identitas diri, membangun privasi, melakukan keterbukaan diri, serta menciptakan hubungan interpersonal di ruang digital. Oleh karena itu, berbagai penelitian terdahulu telah membahas fenomena *second account* dari sudut pandang yang beragam.

Penelitian oleh (Nanda & Asih, 2025) membahas *second account* Instagram sebagai strategi komunikasi generasi Z dalam mengelola identitas digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun utama digunakan untuk menjaga citra diri yang lebih terkontrol, sedangkan *second account* dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi yang lebih privat dan spontan. Temuan ini memperlihatkan bahwa pengguna media sosial secara sadar membedakan audiens dan bentuk komunikasi pada masing-masing akun. Penelitian tersebut berkontribusi dalam memahami praktik manajemen identitas di media sosial, namun belum secara spesifik membahas bagaimana interaksi pada *second account* membentuk komunikasi interpersonal antar pengguna.

Kajian mengenai pengelolaan identitas digital juga ditemukan dalam penelitian (Dewi & Janitra, 2018) yang menggunakan perspektif dramaturgi Erving Goffman. Penelitian ini menjelaskan bahwa *second account* berfungsi sebagai back stage, yaitu ruang bagi pengguna untuk menampilkan sisi diri yang lebih autentik, sementara akun utama menjadi front stage untuk mempertahankan citra sosial di hadapan audiens luas. Penelitian ini memperluas pemahaman mengenai pemisahan ruang publik dan privat dalam media sosial. Akan tetapi, fokus penelitian masih berada pada konsep presentasi diri dan alter ego sehingga belum menggambarkan secara mendalam hubungan interpersonal yang terbentuk melalui *second account*.

Selain aspek identitas digital, beberapa penelitian juga membahas *second account* dalam konteks *self-disclosure* dan privasi. Penelitian (Zahrah, 2025) menunjukkan bahwa penggunaan *second account* memiliki hubungan positif dengan keterbukaan diri dan manajemen privasi pengguna. Individu cenderung lebih terbuka dalam menyampaikan pengalaman pribadi ketika merasa aman dengan audiens terbatas. Temuan serupa juga ditemukan oleh (Zahrah, 2025) yang menunjukkan bahwa interpersonal trust memengaruhi tingkat keterbukaan diri mahasiswa pengguna *second account* Instagram. Semakin tinggi rasa percaya terhadap *followers*, semakin besar kecenderungan pengguna untuk membagikan pengalaman pribadi mereka. Kedua penelitian tersebut memberikan kontribusi dalam memahami hubungan antara privasi, rasa aman, dan keterbukaan diri dalam komunikasi digital. Namun, penelitian tersebut masih menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menggali pengalaman komunikasi interpersonal pengguna secara lebih mendalam.

Penelitian lain oleh (Chantyca, 2025) mengkaji penggunaan *second account* dari sisi psikologis, khususnya terkait *self-esteem* pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* menjadi ruang yang lebih nyaman bagi pengguna untuk mengekspresikan diri tanpa tekanan sosial seperti yang sering muncul pada akun utama. Interaksi yang terjadi pada *second account* juga memberikan dukungan emosional dan meningkatkan rasa percaya diri pengguna. Penelitian ini memperlihatkan bahwa *second account* memiliki fungsi emosional dan sosial bagi penggunanya. Meskipun demikian, penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada dampak psikologis penggunaan media sosial dan belum membahas bagaimana komunikasi interpersonal terbentuk melalui interaksi antar pengguna.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa kajian mengenai *second account* Instagram masih banyak berfokus pada aspek manajemen identitas digital, presentasi diri, *self-disclosure*, interpersonal trust, dan dampak psikologis pengguna media sosial. Penelitian sebelumnya telah memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan alasan pengguna memanfaatkan *second account* sebagai ruang privat dan aman untuk mengekspresikan diri. Namun, masih terdapat celah penelitian terkait bagaimana *second account* digunakan sebagai ruang komunikasi interpersonal yang mampu membangun keterbukaan, empati, dukungan emosional, serta kedekatan hubungan antar pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi gap tersebut dengan menitikberatkan pada penggunaan *second account* Instagram dalam membangun komunikasi interpersonal mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2022. Penelitian ini tidak hanya melihat *second account* sebagai media presentasi diri atau pengelolaan privasi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan terbentuknya hubungan interpersonal yang lebih dekat, personal, dan suportif di era digital.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman dan makna yang diberikan mahasiswa terhadap penggunaan Instagram *second account* dalam membangun komunikasi interpersonal. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk menggali pengalaman subjektif informan terkait cara mereka memanfaatkan *second account* sebagai ruang komunikasi yang lebih privat, personal, dan emosional dibandingkan akun utama.

Desain penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu berupaya menggambarkan fenomena penggunaan *second account* Instagram secara sistematis berdasarkan realitas yang dialami informan. Penelitian tidak berfokus pada pengujian hipotesis, melainkan pada pemahaman mengenai bentuk interaksi, keterbukaan diri, dan hubungan interpersonal yang terbentuk melalui *second account*.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2022 yang aktif menggunakan Instagram dan memiliki *second account*. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan fokus penelitian. Informan penelitian berjumlah lima orang mahasiswa perempuan berusia 20–22 tahun yang aktif menggunakan *second account* Instagram untuk berinteraksi dengan lingkaran pertemanan tertentu. Pemilihan informan perempuan dilakukan karena perempuan cenderung memiliki tingkat keterbukaan diri yang lebih tinggi dalam komunikasi interpersonal. Selain itu, informan juga diklasifikasikan berdasarkan latar

belakang kelas sosial, yaitu kelas bawah, menengah bawah, menengah, menengah atas, dan atas untuk memperoleh variasi pengalaman penggunaan *second account*.

Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap aktivitas penggunaan *second account* Instagram oleh informan. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang fleksibel agar peneliti dapat menggali pengalaman, alasan penggunaan *second account*, bentuk interaksi, serta makna komunikasi interpersonal yang dirasakan informan. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas komunikasi digital informan, seperti bentuk unggahan, interaksi dengan *followers*, dan penggunaan fitur Instagram dalam *second account*. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka berupa buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan dokumen lain yang relevan dengan komunikasi interpersonal, media sosial, dan fenomena *second account*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan catatan penelitian, rekaman wawancara, serta tangkapan layar aktivitas *second account* yang telah mendapatkan persetujuan informan.

Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan mengelompokkan data yang relevan berdasarkan tema penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar hubungan antar data lebih mudah dipahami. Tahap akhir dilakukan dengan menginterpretasikan data menggunakan perspektif fenomenologi Alfred Schutz untuk memahami makna penggunaan *second account* dalam membangun komunikasi interpersonal mahasiswa.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan kesesuaian data sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *second account* Instagram pada mahasiswa perempuan tidak hanya berfungsi sebagai akun tambahan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi interpersonal yang lebih privat, aman, dan personal. *Second account* digunakan untuk menampilkan sisi diri yang lebih bebas, spontan, dan autentik dibandingkan *first account* yang cenderung digunakan untuk menjaga citra diri di ruang publik. Dalam penelitian ini, penggunaan *second account* dipengaruhi oleh pengalaman sosial, kebutuhan emosional, serta keinginan mahasiswa untuk membangun interaksi yang lebih nyaman dengan lingkaran pertemanan terdekat.

### Penggunaan *Second account* bagi Mahasiswa Perempuan

Penelitian menemukan bahwa penggunaan *second account* dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor interpersonal dan faktor motivasional. Faktor interpersonal terlihat pada informan yang membuat *second account* karena ajakan teman atau saudara. Sementara itu, faktor motivasional muncul karena adanya kebutuhan pribadi untuk mengekspresikan diri, mencari kenyamanan, serta mengurangi rasa takut terhadap penilaian sosial.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ketut et al., 2024) yang menyebutkan bahwa pengungkapan diri di media sosial dipengaruhi oleh kedekatan sosial, rasa percaya, dan motivasi personal. Dalam konteks penelitian ini, *second account* menjadi ruang alternatif yang memungkinkan mahasiswa perempuan membangun komunikasi yang lebih nyaman dibandingkan *first account*.

Peneliti juga menunjukkan adanya perbedaan fungsi antara *first account* dan *second account*. *First account* digunakan untuk unggahan yang lebih estetik, rapi, dan terkurasi, sedangkan *second account* digunakan untuk unggahan random, curhat, aktivitas sehari-hari, hingga ekspresi emosi pribadi.



**Gambar 1.** Bentuk curhatan melalui story di *second account*

Temuan ini mendukung teori dramaturgi Erving Goffman yang menjelaskan adanya front stage dan back stage dalam kehidupan sosial. *First account* berfungsi sebagai front stage untuk menjaga citra diri, sementara *second account* menjadi back stage tempat individu menampilkan sisi autentiknya (Zahrah, 2025).

### **Second account dan Komunikasi Interpersonal**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* mendorong terbentuknya komunikasi interpersonal yang lebih terbuka. Informan merasa lebih nyaman membagikan pengalaman sedih, kecewa, lelah, maupun aktivitas personal karena audiens akun tersebut terbatas pada orang-orang yang dipercaya. Bentuk keterbukaan tersebut terlihat melalui story, repost lagu, tulisan, hingga foto yang menggambarkan kondisi emosional mereka. Temuan ini sesuai dengan konsep keterbukaan dalam komunikasi interpersonal DeVito yang menekankan pentingnya rasa aman dan kepercayaan dalam proses komunikasi. (Emilia, 2025) juga menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal yang suportif dan empatik mampu meningkatkan keberanian individu untuk melakukan *self-disclosure*.

Selain keterbukaan, penelitian ini menemukan adanya empati dari *followers second account*. Empati muncul melalui perhatian, pertanyaan kabar, kata-kata penyemangat, hingga tindakan nyata seperti memberi dukungan ketika informan mengalami masalah. Respons tersebut membuat informan merasa diperhatikan dan tidak sendirian. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Nur & Islami, 2025) yang menjelaskan bahwa empati dalam komunikasi interpersonal dapat membangun

kedekatan emosional dan rasa saling memahami. Dalam konteks *second account*, empati muncul karena hubungan antar pengguna sudah dibangun berdasarkan kedekatan dan rasa percaya.

Karakteristik komunikasi interpersonal lainnya yang ditemukan adalah dukungan (*supportiveness*). Dukungan diberikan melalui komentar, direct message (DM), reply, reaction, maupun kesediaan *followers* untuk mendengarkan cerita informan. Kehadiran dukungan tersebut membuat pengguna merasa lega, nyaman, dan lebih percaya diri dalam mengekspresikan dirinya. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Nabilah, 2023) yang menyebutkan bahwa komunikasi suportif mampu menciptakan hubungan interpersonal yang lebih positif. *Second account* menjadi ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan pengguna memperoleh validasi emosional dari lingkaran sosialnya.

Penelitian ini juga menemukan adanya rasa positif (*positiveness*) dalam penggunaan *second account*. Informan merasa lebih aman, nyaman, dan bebas ketika berinteraksi di *second account* karena *followers* yang ada merupakan orang-orang yang telah diseleksi dan dipercaya. Kondisi ini membuat mereka tidak terlalu takut terhadap penilaian negatif maupun overthinking. Hal tersebut mendukung penelitian (Badawi & Rahadi, 2021) yang menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dapat menciptakan rasa nyaman, saling percaya, dan hubungan yang harmonis. Dengan demikian, *second account* tidak hanya menjadi media ekspresi diri, tetapi juga ruang sosial yang memberikan kenyamanan psikologis.

Selain itu, penelitian menemukan adanya unsur kesetaraan dalam interaksi *second account*. Pengikut yang diterima di akun tersebut memiliki kesempatan yang sama untuk melihat unggahan, membalas story, maupun terlibat dalam percakapan. Relasi yang terjalin tidak didasarkan pada popularitas atau jumlah *followers*, tetapi pada kedekatan personal dan rasa percaya.

### **Identitas Perempuan melalui *Second Account***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* Instagram tidak hanya digunakan sebagai ruang komunikasi interpersonal, tetapi juga sebagai media pembentukan dan penampilan identitas diri bagi mahasiswa perempuan. Melalui *second account*, informan dapat menampilkan sisi diri yang lebih autentik, personal, dan sesuai dengan nilai yang mereka miliki tanpa tekanan untuk selalu terlihat sempurna seperti pada *first account*. Dalam penelitian ini, identitas perempuan ditampilkan melalui gaya berpakaian, pilihan barang, gaya hidup, cara berkomunikasi, hingga bagaimana informan mempresentasikan dirinya kepada lingkaran sosial terdekat.

Berbeda dengan *first account* yang cenderung digunakan untuk membangun citra estetik dan formal, *second account* menjadi ruang yang lebih fleksibel bagi informan untuk menunjukkan identitas yang lebih jujur dan realistis. Beberapa informan menampilkan identitas melalui fashion dan preferensi barang tertentu, sedangkan informan lain lebih menekankan kenyamanan, kesederhanaan, dan rasa percaya diri dibandingkan penggunaan barang bermerek. Hal ini menunjukkan bahwa identitas perempuan dalam *second account* tidak bersifat seragam, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman hidup, kondisi ekonomi, serta cara masing-masing individu memaknai dirinya sendiri.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat informan yang membangun identitas dirinya melalui penampilan yang memperhatikan kualitas dan estetika. Pilihan fashion dan barang tertentu dipahami sebagai bagian dari cara merepresentasikan diri di media sosial. Namun, penggunaan barang tersebut tidak dimaksudkan sebagai bentuk flexing, melainkan sebagai ekspresi selera dan gaya personal. Selain itu, terdapat pula informan yang menampilkan identitas sebagai perempuan

yang memperhatikan penampilan dan kemampuan mix and match pakaian, tetapi tidak selalu bergantung pada barang branded. Bagi mereka, cara membawa diri dan rasa percaya diri lebih penting dibandingkan nilai merek suatu barang.

Di sisi lain, beberapa informan lebih menampilkan identitas yang sederhana dan realistis. Pilihan menggunakan brand lokal serta mengutamakan kenyamanan menunjukkan bahwa identitas diri tidak selalu dibangun melalui kemewahan atau konsumsi berlebihan. Informan cenderung menampilkan diri sesuai kondisi ekonomi dan kebutuhan pribadi tanpa merasa harus mengikuti standar gaya hidup tertentu di media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa *second account* menjadi ruang yang memungkinkan perempuan menampilkan identitas tanpa tekanan untuk memenuhi standar estetika maupun konsumtif yang sering muncul pada *first account*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Pajar Bahri, 2025) yang menjelaskan bahwa media sosial merupakan ruang pembentukan identitas sosial melalui konsumsi simbolik dan presentasi diri. Fashion, gaya hidup, dan barang yang digunakan dapat menjadi simbol identitas yang menunjukkan selera, karakter, maupun posisi sosial seseorang. Akan tetapi, dalam penelitian ini identitas yang dibangun melalui *second account* lebih bersifat personal dan reflektif dibandingkan pencitraan di *first account*. Informan tidak sepenuhnya menggunakan *second account* untuk memperoleh pengakuan sosial, tetapi lebih sebagai ruang untuk menampilkan diri sesuai kenyamanan mereka.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan adanya keterkaitan antara identitas dan kelas sosial. Mahasiswa dengan kondisi ekonomi yang lebih baik cenderung memiliki ruang lebih luas untuk menampilkan gaya hidup, fashion, atau barang tertentu. Sementara itu, mahasiswa dari kelas menengah dan menengah bawah lebih menampilkan identitas melalui kesederhanaan, kreativitas berpakaian, dan kenyamanan dalam membawa diri. Dengan demikian, identitas perempuan dalam *second account* tidak hanya dibentuk oleh keinginan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh latar belakang sosial dan ekonomi masing-masing pengguna.

Dalam perspektif dramaturgi Erving Goffman, *second account* dapat dipahami sebagai ruang back stage tempat perempuan menampilkan identitas diri yang lebih natural dibandingkan *first account* sebagai front stage. Pada ruang ini, pengguna tidak terlalu terikat pada tuntutan pencitraan publik sehingga mereka lebih bebas menunjukkan sisi personalnya. Dengan demikian, *second account* menjadi ruang digital yang membantu mahasiswa perempuan mengelola identitas diri secara lebih fleksibel, autentik, dan sesuai dengan pengalaman sosial mereka.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* Instagram memiliki peran penting dalam membangun komunikasi interpersonal mahasiswa perempuan. *Second account* dipahami sebagai ruang back stage digital yang memungkinkan pengguna mengekspresikan diri secara lebih jujur, membangun hubungan interpersonal yang lebih dekat, serta memperoleh dukungan emosional dari lingkungan sosial terdekat. Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, penggunaan *second account* muncul karena adanya pengalaman subjektif pengguna yang merasa tidak bebas di *first account*. Pengalaman takut dihakimi, khawatir dianggap pamer, atau tidak nyaman membagikan masalah pribadi kepada audiens luas menjadi *because motive* yang mendorong penggunaan *second account*. Sementara itu, keinginan untuk memperoleh kenyamanan, kedekatan, dan kebebasan berekspresi menjadi *in-order-to motive* dari penggunaan akun tersebut.

Penelitian ini juga mendukung teori penetrasi sosial Altman dan Taylor yang menjelaskan bahwa hubungan interpersonal berkembang secara bertahap melalui keterbukaan diri. Dalam penelitian ini, *second account* menjadi ruang pertukaran afektif yang mempercepat kedekatan

interpersonal karena interaksi berlangsung lebih personal, emosional, dan terbatas pada *trusted circle*. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa *second account* Instagram tidak hanya menjadi media komunikasi digital, tetapi juga ruang sosial yang membantu mahasiswa perempuan menjaga privasi, memperoleh dukungan emosional, dan mengelola identitas diri. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat teori dramaturgi Goffman, teori komunikasi interpersonal DeVito, fenomenologi Alfred Schutz, serta teori penetrasi sosial dalam konteks media sosial digital.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *second account* Instagram pada mahasiswa perempuan tidak hanya berfungsi sebagai akun tambahan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi interpersonal yang lebih privat, aman, dan personal. *Second account* dimanfaatkan untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas melalui unggahan yang bersifat spontan, emosional, dan autentik, berbeda dengan *first account* yang cenderung digunakan untuk menjaga citra diri dan estetika di hadapan audiens yang lebih luas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *second account* dipengaruhi oleh faktor interpersonal dan motivasional. Faktor interpersonal muncul melalui dorongan teman atau lingkungan sosial, sedangkan faktor motivasional muncul dari kebutuhan untuk memperoleh kenyamanan, kebebasan berekspresi, dan rasa aman dari penilaian sosial. Dalam praktiknya, *second account* menjadi ruang *back stage* digital yang memungkinkan mahasiswa perempuan menampilkan sisi diri yang jarang diperlihatkan di ruang publik. Penelitian ini juga menemukan bahwa *second account* mendukung terbentuknya komunikasi interpersonal yang lebih dekat melalui keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif, dan kesetaraan. Pengguna merasa lebih nyaman membagikan pengalaman pribadi karena audiens yang berada di *second account* merupakan orang-orang yang telah dipilih berdasarkan kedekatan dan rasa percaya. Interaksi yang terjadi melalui komentar, *reply story*, *direct message* (DM), dan *reaction* menciptakan hubungan yang lebih suportif dan emosional dibandingkan interaksi di *first account*. Selain sebagai ruang komunikasi interpersonal, *second account* juga menjadi media pembentukan identitas perempuan di media sosial. Identitas tersebut ditampilkan melalui gaya hidup, fashion, cara membawa diri, dan pilihan konsumsi yang mencerminkan pengalaman sosial serta kondisi ekonomi masing-masing pengguna. Temuan penelitian menunjukkan bahwa identitas yang dibangun melalui *second account* cenderung lebih autentik, personal, dan tidak sepenuhnya berorientasi pada pencitraan maupun *flexing*. Secara keseluruhan, penelitian ini menjawab bahwa *second account* Instagram berperan penting dalam membantu mahasiswa perempuan mengelola privasi, membangun hubungan interpersonal yang lebih intim, serta menampilkan identitas diri secara lebih fleksibel di ruang digital. *Second account* tidak hanya menjadi media berbagi konten, tetapi juga menjadi ruang sosial yang memberikan rasa aman, dukungan emosional, dan kebebasan berekspresi bagi penggunanya.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada mahasiswa perempuan pengguna Instagram dengan jumlah informan yang terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas subjek penelitian, misalnya dengan melibatkan mahasiswa laki-laki atau pengguna media sosial lain seperti TikTok dan X. Penelitian di masa depan juga dapat menggunakan metode kuantitatif atau *mixed methods* untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai pengaruh *second account* terhadap komunikasi interpersonal, kesehatan mental, maupun pembentukan identitas digital pengguna media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badawi, M. A., & Rahadi, D. R. (2021). *Analisis Komunikasi Interpersonal Antar Mahasiswa President University*. 9(1), 123–137.
- Chantycya. (2025). SELF – ESTEEM PADA PENGGUNA *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(September).
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: *Second account* Di Instagram Sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 340–347.
- Emilia, P. (2025). *KOMUNIKASI INTERPERSONAL GURU DALAM PEMBELAJARAN PROYEK PENGUATAN PROFIL PELAJAR PANCASILA (P5) DI SMPN 48 SURABAYA*. 2(02), 306–312.
- Ketut, N., Chandra, O., Padma, M., Bajirani, D., Studi, P., & Universitas, P. (2024). *Faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan diri remaja di media sosial*. 6(1), 29–46.
- Nabilah, F. (2023). *MOTIF PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM BAGI PELAJAR SMK NEGERI 1*. 9(April), 105–122.
- Nanda, V., & Asih, S. (2025). *Dualitas Digital : Mengungkap Fenomena “Finsta ” dan Strategi Komunikasi Gen Z pada Second account di Media Instagram*. 4(3), 582–594.  
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4503>
- Nur, F., & Islami, R. (2025). *Komunikasi Interpersonal Berbasis Lima Konsep Joseph Devito Pada Toko Buah All Fresh Bogor Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. 4(2), 273–283.
- Pajar Bahri, A. (2025). *Sinergi : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 2025.  
<https://publikasi.ahlalkamal.com/index.php/sinergi>
- Zahrah. (2025). *PENGARUH SECOND ACCOUNT INSTAGRAM TERHADAP PENGUNGKAPAN DIRI DAN MANAJEMEN PRIVASI GENERASI Z*. *AL – KALAM*. <http://dx.doi.org/10.31602/al-kalam.v11i2>