

Tren *Second Account* Kalangan Generasi Z di Universitas Negeri Semarang: Upaya Pembentukan Identitas Bermedia Sosial

Muhamad Alfian Ma'ruf¹, Hartati Sulistyo Rini²

^{1,2} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang

Corresponding Author Email: marufalfian25@students.unnes.ac.id

Diterima	06	Mei	2026
Disetujui	25	Juni	2026
Dipublish	30	Juni	2026

Abstract

The rise of social media has transformed the way Generation Z constructs and presents their identity in the digital space. One emerging phenomenon is the use of secondary accounts as an alternative space for social media engagement. This study aims to analyze the characteristics, meanings, and roles of secondary accounts in shaping Gen Z's identity. This study employs a qualitative approach using a case study method targeting students aged 18–22. Data were collected through in-depth interviews and observations, then analyzed using interactive analysis techniques grounded in George Herbert Mead's symbolic interactionism. The results indicate that secondary accounts are characterized by a limited number of followers, high usage intensity, and the use of a name different from the user's real name. These accounts are perceived as a free space, a safe space, and an archive space that allows users to express themselves more authentically. In the process of identity formation, the main account more strongly represents the "Me" aspect bound by social norms, whereas the secondary account represents the "I" aspect, which is more spontaneous and allows for authentic self-expression. The filtering of followers and interactions shows that digital identity is a socially constructed and controlled phenomenon. Therefore, second accounts are a strategy used by Generation Z to negotiate their identity between public demands and personal needs on social media.

Keywords: *Second Account, Generation Z, Social Media, Digital Identity, Symbolic Interactionism*

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah cara Generasi Z membangun dan menampilkan identitas diri di ruang digital. Salah satu fenomena yang muncul adalah identitas diri di ruang digital. salah satu fenomena yang muncul adalah penggunaan *second account* sebagai ruang alternatif dalam bermedia sosia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik, makna, dan peran *second account* dalam membentuk identitas Gen Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus terhadap mahasiswa berusia 18-22 tahun. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif dengan perspektif interaksionisme simbolik George Herbert Mead. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* memiliki karakteristik berupa jumlah pengikut yang terbatas, intensitas penggunaan yang tinggi, serta penggunaan nama yang berbeda dari nama aslinya. *Second account* dimaknai sebagai ruang bebas,



ruang aman, dan ruang arsip yang memungkinkan pengguna mengekspresikan diri secara lebih autentik. Dalam proses pembentukan identitas, akun utama lebih merepresentasikan aspek “Me” yang terikat pada norma sosial, sedangkan *second account* merepresentasikan aspek “I” yang lebih spontan dan merepresentasikan dirinya secara lebih otentik. Mekanisme *filtering followers* dan *filtering* interaksi menunjukkan bahwa identitas digital merupakan hasil konstruksi sosial yang terkontrol. Dengan demikian, *second account* menjadi strategi Generasi Z dalam menegosiasikan identitas antara tuntutan publik dan kebutuhan personal di media sosial.

Kata kunci: *Second Account, Generasi Z, Medias Sosial, Identitas Digital, Interaksionisme Simbolik*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi merupakan sebuah fenomena global yang telah membawa membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam pola komunikasi dan interaksi sosial. Internet menjadi produk utama dari perkembangan teknologi yang menjadi infrastruktur penting dalam kehidupan modern. Berdasarkan data *We Are Social* menunjukkan jika jumlah pengguna internet dunia mencapai 5,56 Miliar pengguna aktif media sosial atau sekitar dengan 67,9% dan 143 juta pengguna di Indonesia (*We Are Social*, 2025).

Salah satu produk dari perkembangan internet dengan dampak yang besar terhadap penggunaannya adalah adanya media sosial. Media sosial memberikan kemudahan kepada individu untuk mengakses, memproduksi, dan mendistribusikan informasi secara cepat tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Dengan adanya media sosial tidak hanya memberikan kemudahan akses kepada penggunanya, namun media sosial juga menjadi tempat ruang interaksi sosial dan pembentukan identitas. Melalui berbagai fitur yang tersedia, pengguna dapat menampilkan, mengelola, serta membangun citra diri sesuai dengan kesan yang ingin ditunjukkan kepada audiens (Riantasari & Pudrianisa, 2025).

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan interaksi sosial masyarakat. Media sosial juga membawa

perubahan pola komunikasi masyarakat dari yang bersifat konvensional menjadi lebih modern dan interaktif (Sari et al, 2018). Perubahan ini berdampak pada cara individu membangun relasi sosial, menampilkan diri, serta membentuk identitas di ruang digital. Kemajuan teknologi informasi, khususnya internet yang mendorong masyarakat untuk beralih ke media sosial sebagai sarana utama komunikasi (Rafiq, 2022).

Generasi yang paling terdampak dengan adanya perkembangan teknologi dan media sosial adalah Generasi Z atau Gen Z. Gen Z merupakan generasi yang sejak usia dini sudah terpapar oleh teknologi digital, sehingga media sosial menjadi bagian utuh dari kehidupan sehari-hari mereka. Rata-rata durasi penggunaan smartphone masyarakat Indonesia mencapai 5-7 jam per hari, dengan Gen Z sebagai kelompok pengguna dominan (Good Stat, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas sosial Gen Z semakin banyak dilakukan di ruang digital dibandingkan ruang fisik. Hal ini dapat dipahami melalui karakteristik mereka sebagai *digital native*.

Digital Native adalah individu yang lahir di era digital dan memiliki “DNA digital”, sehingga mereka tumbuh secara alami dengan berbagai teknologi digital seperti komputer, internet, dan perangkat seluler. Generasi *digital native* tidak mengenal dunia tanpa teknologi digital. sehingga mereka mampu beradaptasi dan memiliki kompetensi tinggi terhadap teknologi. *Digital native* memiliki beberapa karakteristik seperti kebiasaan untuk multitasking, ketergantungan untuk



berkomunikasi secara visual, dan kecenderungan untuk menginginkan respon yang cepat dan instan (Coklar & Talti, 2021)

Bahkan, Gen Z dinilai lebih nyaman dan lebih mahir berkomunikasi melalui media sosial dibandingkan berkomunikasi secara langsung (Arganata & Hamka, 2025). Remaja masa kini memiliki ketergantungan terhadap media sosial sebagai media komunikasi, hiburan, dan aktualisasi diri. Remaja cenderung menggunakan media sosial sebagai media untuk menampilkan gaya hidup, membangun popularitas, serta memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan sekitarnya.

Intensitas penggunaan media sosial sering menjadi pendorong untuk perilaku hubungan yang berlebihan dalam membagikan kehidupan sosial, sehingga memunculkan bercampurnya identitas di Internet dan identitas di lingkungan aslinya (Al Yasin et al, 2022; Fronika, 2019).

Media sosial tidak hanya menjadi sarana berkomunikasi, namun media sosial juga menjadi ruang untuk mengekspresikan diri dan pembentukan identitas sosial. Media sosial menjadi sebuah ruang yang digunakan untuk tetap terhubung dengan teman-teman lama, memperluas interaksi sosial antar anggota, menjembatani interaksi di dunia nyata (Jolonidhi & Rini, 2021). Platform media sosial seperti Instagram menyediakan fitur interaktif seperti unggahan visual, komentar, serta system pengikut yang memungkinkan pengguna membangun citra diri tertentu sesuai dengan keinginan dari penggunanya.

Fitur multiple account menjadi salah satu fitur yang semakin populer karena memungkinkan pengguna untuk memiliki lebih dari satu akun dalam satu platform media sosial. Dan dengan adanya fitur inilah muncul sebuah fenomena di media sosial, yaitu trend *second account* atau akun kedua (Dewi, 2018).

Second account umumnya digunakan sebagai ruang yang lebih privat, dimana akses terhadap akunnya dibatasi dengan ketat oleh pemilik akun. Akun utama pengguna menggunakan identitas sebenarnya seperti nama asli, bio yang berisi tentang pencapaian dan hubungan dengan seseorang, menggunakan foto pribadi sebagai foto profilnya, dan postingan yang berisi diri sendiri (Pamungkas & Lailliyah, 2019). *Second account* menjadi salah satu strategi pengguna untuk memenuhi kebutuhan psikologi dan sosial, khususnya terkait pada privasi, ekspresi diri, dan tekanan sosial di media sosial (Lestari, 2025). Motif seseorang menggunakan *second account* adalah kebutuhan akan privasi dalam bermedia sosial, menjadi sarana mengekspresikan diri tanpa takut dengan adanya Batasan dan *Second account* menjadi tempat pelarian dari tuntutan citra sempurna di akun utama (Burhanuddin et al, 2024; Ardiesty et al, 2024).

Penelitian mengenai dan penggunaannya telah mengundang banyak perhatian dari para akademisi. *Second account* banyak digunakan pada rentang (10-28 tahun), dengan kecenderungan penggunaannya yang meningkat pada kalangan Gen Z (Permana, 2021). *Second account* menjadi tempat untuk menjaga relasi dan tetap terhubung dengan teman dekat (Widagdo, 2024). *Second account* digunakan sebagai ruang alternatif pengungkapan diri generasi milenial. Akun utama diposisikan sebagai “panggung depan” yang digunakan untuk menjaga penilaian sosial dan membangun citra diri. Berbeda dengan *second account* yang diposisikan sebagai “panggung belakang” yang bersifat lebih privat, bebas, hanya diakses oleh orang terdekat saja. *second account* dimanfaatkan sebagai ruang untuk mengekspresikan perasaan, pengalaman, serta sisi yang lebih personal yang tidak ditunjukkan di akun utama, sehingga dimaknai sebagai ruang



ekspresi yang lebih jujur dan menyerupai diary digital (Wattimena et al., 2022; Andriani & Muchlis, 2023). penggunaan *second account* dilatarbelakangi oleh berbagai macam motif dan kebutuhan pengguna, seperti keinginan untuk mengekspresikan diri secara bebas, menyimpan karya, berbagai aktivitas sehari-hari, hingga menyembunyikan identitas agar lebih privat dan aman (Nabilah & Sunduwiyatmo, 2023).

Sebagian besar dari penelitian yang telah dilakukan berfokus pada motif penggunaan, strategi pengelolaan citra diri, dan pengelolaan privasi dalam menggunakan *second account* dengan menggunakan perspektif keilmuan komunikasi dan umumnya menggunakan teori dramaturgi Ervin Goffman sebagai teori utamanya. Namun, kajian yang secara khusus menyoroti peran *second account* dalam pembentukan identitas Generasi Z melalui teori Interaksionisme simbolik George H. Mead dalam perspektif sosiologi masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian dengan analisis tersebut akan berfokus pada penjelasan mengenai karakteristik *second account*, makna *second account* bagi Gen Z dan pembentuk identitas Gen Z dalam menggunakan *second account*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Metode studi kasus digunakan untuk memahami latar belakang suatu persoalan, mengenai kelompok individu secara mendalam, utuh, holistic, intensif dan natural (Nasution, 2023). Penelitian ini mampu mengungkap gambaran yang dalam dan detail tentang sebuah situasi. Metode studi kasus cocok digunakan untuk tujuan eksploratif maupun untuk tujuan eksplanatif dan deskriptif. Dengan metode studi kasus peneliti dapat memperoleh data yang relatif alami, dikarenakan peneliti

melakukan penelitian dengan suatu peristiwa sebagaimana mestinya (Nasution, 2023).

Peneliti memutuskan menggunakan metode studi kasus karena fokus pada penelitian ini adalah melihat bagaimana Gen Z (usia 18-22 tahun) membentuk identitas bermedia sosialnya melalui *Second account*. Penelitian ini berlangsung di bulan Februari 2026, dengan pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi melalui rekaman suara atau foto. Informan merupakan kelompok mahasiswa dari generasi Z, seperti berikut:

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Lama menggunakan
1	C	20	Perempuan	6 tahun
2	A	21	Perempuan	4 tahun
3	F	20	Perempuan	6 tahun
4	L	21	Perempuan	5 tahun
5	H	21	Laki-Laki	4 tahun
6	Z	22	Laki-Laki	5 tahun
7	R	21	Laki-Laki	4 tahun
8	T	20	Laki-Laki	5 tahun

Tabel 1 : Daftar Informan

Guna memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sehingga dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap dan luas. Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan prinsip etika dengan memastikan bahwa setiap partisipan memberikan persetujuan untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus hingga data mencapai titik jenuh. Proses analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.



Data yang diperoleh dari hasil wawancara kemudian dikodekan (coding) untuk mengidentifikasi tema-tema yang muncul. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan perspektif interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead, khususnya konsep I, Me, dan *generalized other*, untuk memahami proses pembentukan identitas informan dalam penggunaan media sosial.

Dalam penelitian studi kasus ini, analisis dilakukan melalui within-case analysis dan cross-case analysis guna memperoleh pemahaman mendalam baik pada masing-masing kasus maupun pola umum antar kasus (Saleh, 2017).

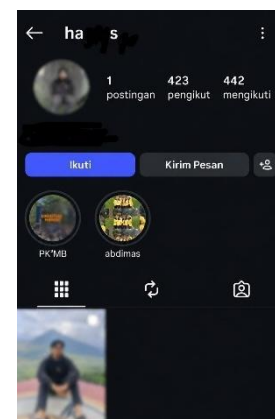
Hasil dan Pembahasan

Karakteristik *Second account*

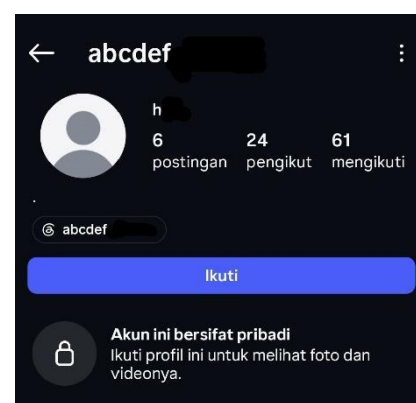
Media sosial tidak hanya menjadi sebuah ruang untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang, tetapi media sosial juga menjadi sarana bagi individu untuk mengekspresikan diri serta membentuk identitasnya di ruang digital. Melalui berbagai fitur yang tersedia, pengguna dapat menampilkan berbagai aspek kepada orang lain. Dalam konteks ini, media sosial secara tidak langsung membentuk ruang sosial baru bagi penggunanya. Tidak jarang pula pengguna memiliki lebih dari satu akun media sosial dengan tujuan untuk mempermudah mengekspresikan diri dan mengelola identitasnya yang ditampilkan di ruang digital. Akun tambahan ini dikenal dengan nama akun kedua atau *second account*.

Berdasarkan dari hasil penelitian, *second account* memiliki beberapa karakteristik seperti jumlah pengikut yang lebih sedikit, memiliki intensitas penggunaan yang lebih tinggi, dan menggunakan penamaan akun yang berbeda dari nama aslinya (ada yang sangat berbeda ada juga yang masih menuliskan unsur namanya lalu ditambah

dengan karakter lain untuk menyamarkan). Pertama, *second account* memiliki jumlah pengikut yang lebih sedikit dibandingkan dengan akun utamanya dan hanya orang-orang tertentu saja yang boleh mengakses akun tersebut. Hal ini dilatarbelakangi karena kebutuhan akan privasi bagi pengguna dalam bermedia sosial. Jumlah yang terbatas ini dapat dilihat dari akun Instagram milik informan milik F berusia 22 tahun dimana akun utama memiliki jumlah pengikut sebanyak 590 pengikut berbanding terbalik dengan pengikutnya pada *second account* yang hanya berisi 92 pengikut. Begitu pula dengan informan lainnya, pada akun milik T berusia 21 tahun dimana akun utamanya memiliki 451 pengikut sedangkan pada *second account* miliknya hanya terdapat 102 pengikut. Begitu juga pada akun media sosial milik H berusia 22 tahun, seperti berikut :



Gambar 1 : Akun utama milik H



Gambar 2 : *Second account* milik H



Pembatasan pengikut pada *second account* menjadi sebuah strategi yang dilakukan oleh Gen Z untuk terlindungi dari tatapan publik yang menghakimi (Setiawan et al., 2024).

Karakteristik kedua dari *second account* adalah memiliki intensitas penggunaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan akun utama. Intensitas penggunaan yang tinggi ini dapat dilihat dari intensitas penggunaan, frekuensi keaktifan dalam menggunakan *second account*, dan frekuensi upload konten yang berbanding terbalik dengan akun utamanya. Dalam penggunaannya Gen Z lebih sering aktif untuk menggunakan *second account* dibandingkan dengan akun utamanya. Hal ini dilatarbelakangi karena pada *second account* mereka dapat membentuk ulang algoritmanya kembali dan dapat disesuaikan dengan keinginan penggunanya. Menurut A berusia 21 tahun dia lebih suka menggunakan *second account* karena di *second account* memiliki algoritma yang lebih disukai. Begitu juga dalam intensitas uploadnya Gen Z lebih sering menggunakan *second account*nya seperti untuk update kesehariannya melalui story dan upload konten feed yang lebih bebas sesuai dengan keinginannya. Dapat dilihat dari jumlah postingan feednya yang jauh lebih banyak sekitar 50% dibandingkan dengan akun utamanya dan intensitas story yang lebih sering pada *second account*nya, dalam satu hari dia hanya mengupload 1 story atau tidak ada sama sekali pada akun utamanya sedangkan pada *second account* dia sudah mengupload story 3 kali atau lebih dalam satu hari dengan rentan waktu yang berdekatan sekitar kurang dari 1 jam untuk setiap story yang diunggah.



Gambar 3 : Story pada *Second account* Instagram milik A

Dalam postingannya di *second account* lebih banyak berisi mengenai konten yang lebih pribadi seperti kehidupannya sehari-harinya. Intensitas dalam penggunaan *second account* banyak ditunjukkan melalui unggahan-unggahan story dengan membagikan cerita yang lebih spontan dan lebih pribadi pada *second account* (Ulfah, 2025).

Karakteristik ketiga dari *second account* adalah identitas akun dibuat menjadi menggunakan penamaan akun yang berbeda. Identitas yang anonim ini berkaitan juga dengan cara Gen Z membentuk identitas yang lebih terbuka dalam media sosial. Melalui penggunaan nama akun yang berbeda Gen Z merasa lebih nyaman, aman dan bebas dalam bermedia sosial (Pratiwi, 2023).

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari informan menggunakan identitas yang berbeda dengan akun utamanya, salah satu informan menyatakan “Akun ini saya jadikan sebagai akun dengan identitas menggunakan penamaan akun yang berbeda.” (T, 2026). Penggunaan nama akun yang berbeda tersebut menunjukkan upaya informan dalam membangun representasi diri yang tidak sepenuhnya sama dengan identitas yang ditampilkan pada akun utama. Melalui penamaan akun yang berbeda pada *second account* memungkinkan pengguna untuk



membangun versi diri berbeda dari identitas yang ditampilkan pada akun utama. Temuan ini juga ditemukan pada informan lain yang menggunakan *second account* seperti milik C (21 tahun) yang menggunakan identitas yang berbeda dengan akun utamanya.

Second account bukan hanya menjadi akun tambahan dalam penggunaan media sosial. Bagi Sebagian pengguna, khususnya pada Gen Z, keberadaan *second account* memiliki makna tersendiri bagi pengguna dalam bermedia sosial. *Second account* tidak hanya dijadikan sebagai alternatif dari akun utama, tetapi menjadi ruang bebas, ruang aman, dan ruang arsip bagi Gen Z untuk mengekspresikan diri mereka di ruang digital. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana Gen Z memaknai dan membentuk identitas di *second account* dalam kehidupan bermedia sosial mereka.

Makna Second account bagi Generasi Z

Penggunaan *second account* pada media sosial telah menjadi sebuah fenomena yang umum khususnya bagi Gen Z. Gen Z telah memiliki dan membentuk makna tersendiri mengenai media sosial khususnya pada *second account*. Terdapat beberapa makna dari *second account* bagi Gen Z seperti menjadi ruang bebas, ruang aman, dan sebagai ruang arsip.

Second account dimaknai sebagai ruang bebas dalam mengekspresikan diri bagi Gen Z. Perbedaan ini dapat dilihat dari pola penggunaan antara akun utama dan *second account*. Pada akun utama interaksi yang terjadi lebih cenderung ke interaksi pada lingkup yang lebih luas dan melibatkan banyak pihak, sehingga pengguna lebih cenderung mempertimbangkan citra dirinya, serta ekspektasi sosial sebelum mengunggah konten. Sebaliknya, pada *second account* interaksi yang terjadi cenderung lebih terbatas, pada *second account* biasanya berisi teman-teman dekat pengguna yang telah dipilih secara selektif.

Sejak awal dibuatnya *second account* ini mereka sudah menentukan untuk menjadikan akun yang dibuatnya ini menjadi ruang bebas bagi mereka sehingga dengan sengaja mereka membatasi akses ke *second account*-nya. Sehingga berdasarkan pada data yang diberikan oleh informan mereka merasa lebih bebas menggunakan *second account*, hal ini dikarenakan mereka merasa tidak akan mendapatkan penilaian negatif dari orang lain. Konten yang diunggah pada akun utama berbeda dengan konten yang diunggah pada *second account*. Konten yang diunggah pada akun utama biasanya merupakan hasil dari proses penyaringan yang sangat ketat, editing, disesuaikan waktunya yang dilakukan oleh pengguna atau menentukan konten yang layak ditampilkan untuk menjaga dan membentuk citra sempurna terhadap pengikut di akun utamanya. Berbeda pada *second account* pengguna dapat dengan bebas mengunggah konten tanpa takut akan mendapatkan penilaian negatif dari pengikutnya. Pada *second account* mereka lebih bebas dalam mengunggah konten tanpa harus ada proses editing, menentukan waktu yang tepat, dan memfilter konten yang akan diunggahnya. Mereka dapat dengan bebas mengunggah dan membagikan konten yang mereka suka keran mereka tidak takut akan mendapatkan penilaian negatif dari pengikutnya yang telah disaring sejak awal. Menurut H, 22 tahun, dia dapat dengan bebas dalam mengekspresikan dirinya pada *second account* karena pada akun tersebut hanya berisikan orang-orang terdekat yang dipercayainya saja. Sehingga kebebasan yang didapatkan bukan hanya kebebasan dalam mengunggah konten saja, namun kebebasan interaksi yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan segala hal secara lebih spontan dan tanpa beban penilaian sosial.

Berdasarkan hasil observasi akun utama pada umumnya digunakan untuk menampilkan citra diri yang lebih rapi dan terkontrol dikarenakan



berisi banyak audiens, seperti teman sekolah, keluarga, hingga kenalan yang tidak terlalu dekat. Berbanding terbalik dengan *second account* yang memiliki jumlah pengikut yang lebih sedikit dan terkontrol, seperti hanya berisi orang-orang yang dianggap sudah dekat dengan pemilik akun. Sehingga interaksi yang terjadi di *second account* cenderung lebih santai, spontan, personal, bahkan cenderung lebih frontal dibandingkan pada akun utama. Berbeda dengan cara berinteraksi yang ada di akun utama.

Kebebasan yang adapun masih memiliki Batasan, karena respon sosial dan lingkungan sekitarnya masih menjadi pertimbangan bagi individu. Seperti yang diungkapkan oleh Z (23 tahun) dimana dia masih membatasi aktivitas apapun yang dibagikannya melalui *second account* dengan menggunakan fitur *block* atau *private* yang disediakan oleh Instagram, karena Z merasa jika pengikutnya tidak perlu tahu lebih dalam mengenai dirinya. Begitupun dengan pengguna C (21 tahun) yang menyatakan jika dalam menggunakan *second account* masih perlu untuk menerapkan pembatasan-pembatasan dalam membagikan pengalamannya di *second account* khususnya masalah-masalah pribadi yang dianggapnya orang lain tidak perlu mengetahui tentang hal tersebut.

Oleh karena itu, keautentikan yang timbul merupakan hasil dari konstruksi sosial, bukan sesuatu yang sepenuhnya bebas dari pengaruh interaksi. Pengguna *second account* dapat mengekspresikan diri yang lebih bebas dibandingkan dengan akun utama dan menjadi diri yang lebih otentik, hal ini dikarenakan *second account* yang jauh dari pengawasan dari akun utama (Pratama & Astuti, 2025; Amelia, 2024). Makna ini timbul karena rasa ingin menjaga citra baik pengguna di akun utama yang telah dibentuk sedari awal menggunakan media sosial. Melalui *second account* pengguna lebih aman dalam mengunggah konten karena pengguna sudah

menyaring pengikutnya sejak awal. Oleh karena itu, pengguna dapat merasa lebih bebas dalam mengunggah kontennya di *second account*, tanpa takut akan mendapat pandangan buruk dari pengikutnya.

Selain sebagai ruang kebebasan ekspresi, *second account* juga dimaknai oleh sebagai ruang aman. Hal ini dapat dilihat dari akses terbatas yang ada pada *second account*, dengan hanya mengizinkan orang-orang terdekat dan orang-orang yang dipercaya saja. Pada akun utama pengguna merasa jika mereka merasa diawasi oleh banyak orang, seperti teman, keluarga, atasan atau bahkan orang asing, sehingga tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan penilaian untuk setiap hal yang diunggah. Dengan adanya proses seleksi pada *second account* pengguna merasa lebih aman dari potensi penilaian negatif atau kritik negatif yang tidak diinginkan dari pengikutnya.

Pada *second account* ekspektasi mengenai respon orang lain akan cenderung lebih positif dan suportif, karena audiens yang terlibat adalah orang-orang terdekat dan orang-orang yang sudah mereka percaya. Dengan begitu, individu dapat mendefinisikan situasi pada *second account* sebagai situasi aman, sehingga pengguna dapat mengekspresikan diri dengan lebih leluasa. Menurut informasi yang didapatkan dari H berusia 22 tahun jika *second account* sejak awal dibentuk sebagai ruang aman, sehingga dengan sengaja mereka membatasi akses orang luar terhadap *second account* miliknya. begitupun yang diungkapkan oleh L berusia 21 tahun akses hanya diberikan kepada orang-orang yang sudah dipilih mereka saja.

Untuk membatasi akses terhadap *second account*, pengguna menggunakan fitur *private* agar orang luar tidak dapat melihat isi dan mengakses *second account* miliknya. Sehingga, makna “ruang aman” tidak hanya terjadi karena fitur yang tersedia saja, namun terbentuk *second account* memberikan



kebebasan pada seseorang untuk menampilkan bagian dirinya yang lebih tulus dan intim tanpa terkekang oleh ekspektasi akan citra yang sempurna melalui interaksi yang lebih terbatas (Thohirah et al., 2025).

Second account juga dimaknai Gen Z sebagai ruang untuk menyimpan arsip atau memori pribadi. Pengguna menggunakan *second account* untuk mendokumentasikan pengalaman hidupnya sehari-hari, baik dalam bentuk foto, video, cerita melalui tulisan, maupun unggahan-unggahan yang tidak selalu ditujukan untuk konsumsi publik secara luas pada akun utama. Melalui proses penafsiran, individu mampu memberikan makna kepada pengalaman yang mereka alami dan menyimpannya dalam bentuk konten digital. Media sosial bukan hanya dijadikan sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang simbolik dimana individu dapat membangun dan merefleksikan pengalaman hidupnya. Melalui *second account* informan menyatakan jika mereka dapat dengan bebas memposting segala hal yang dianggapnya menarik dan berkesan untuk dapat dilihat lagi pada masa yang akan datang, seperti yang diungkapkan oleh C berusia 21 tahun yang menggunakan *second account* sebagai ruang arsipnya bukan hanya sebagai tempat untuk membagikan kehidupan sehari-harinya atau hanya sekedar *trash post*.

Melalui *second account* jugalah Gen Z membentuk dan merekam semua perjalanan hidup yang telah dilewatinya, hal ini dapat dilihat dari salah satu informan yang telah menggunakan fitur *highlight* pada *second account*-nya sejak dari tahun 2022 hingga saat ini. Selain itu postingan feednya yang jauh lebih banyak dari akun utama didominasi dengan dokumentasi momen-momen berkesan yang telah dilewatinya tanpa memikirkan kualitas dan estetika. *Second account* menjadi ruang arsip yang digunakan sebagai tempat penyimpanan pribadi yang bersifat temporal, reflektif dan dokumentatif (Aulia, Ramadhani,

& Agitashera, 2024).

Pembentukan Identitas Bermedia Sosial

Pembentukan identitas di era digital dapat dianalisis melalui sistematika pemikiran Mead. Setiap individu yang berinteraksi di masyarakat mengalami proses sosialisasi dalam beberapa tahap. yang pertama Mead menyoroti tentang bagaimana diri (*self*) terbentuk dalam kerangka konsep *I & Me*. Kedua Mead juga melihat bagaimana proses pembentukan diri individu terkait dengan tahap-tahap yang dilaluinya dalam sosialisasi di masyarakat. Untuk kasus Gen Z ini mereka telah mencapai usia matang secara diri dan kepribadian sehingga arah penjelasannya dapat menggunakan tahap *generalized other* sebagai tahap akhir sosialisasi yang dikemukakan oleh Mead. Dengan kata lain hal ini menegaskan bahwa Gen Z dalam penelitian ini telah masuk tahap dewasa, dimana usianya telah mencapai usia 18-22 tahun.

Konsep *I* dan *Me* digunakan sebagai media untuk memahami bagaimana individu membentuk dan memisahkan identitasnya dalam bermedia sosial. Pada dasarnya *I* dan *Me* merupakan dua hal yang saling berlawanan, dimana sisi *I* merupakan hasil dari impulsif (sisi spontan seseorang) yang muncul dalam diri individu dan sisi *Me* merupakan sisi sosialnya yang terbentuk dari hasil bermasyarakat seorang individu (Astutik, 2017). Sederhananya, *I* adalah “aku” yang spontan tanpa filter, misalnya keinginan untuk berkomentar pada akun temannya tanpa harus memikirkan batasan-batasan sosial yang ada. Sebaliknya, *Me* adalah “aku” yang sudah dibentuk oleh opini publik, misalnya jika pengguna berkomentar negatif dan secara sembarangan akan dianggap sebagai bullying, dan berpotensi akan mendapatkan stigma negatif dari pengguna lainnya.

Sisi *me* (individu yang terbentuk melalui proses sosial) sering ditemui pada akun utama, dimana pengguna dengan sadar telah



membentuk *branding* diri yang sempurna. seperti yang diungkapkan oleh Z berusia 22 tahun dimana akun utama digunakan untuk membentuk dirinya sebaik mungkin guna mendapatkan penilaian positif dari pengikutnya yang tidak hanya berisi teman dekat saja, namun juga berisi orang-orang yang tidak dikenalnya. Sehingga sisi “Me” lebih dominan pada akun utama karena menjadi ruang bagi individu untuk membangun relasi dan membangun citra yang sesuai dengan norma sosial. Sedangkan sisi I lebih dominan tumbuh pada *second account*. Berbeda dengan akun utama yang sejak awal pengguna sudah membentuk *branding* yang baik dan sesuai dengan norma sosial yang berlaku. *Second account* digunakan oleh pengguna untuk menunjukkan diri yang lebih otentik, melalui tindakan dimana pengguna dengan sengaja membatasi akses terhadap dunia luar. Gen Z dengan sengaja membentuk mekanisme *Filtering*, seperti *filtering followers* dan *filtering interaksi*. Hal ini menunjukkan jika identitas yang dibangun dalam *second account* merupakan hasil dari pengelolaan lingkungan sosial yang lebih terbatas dan terarah. Konflik yang timbul karena adanya I dan Me dalam bermedia sosial.

Filtering followers atau menyaring pengikut yang dilakukan oleh Gen Z dilakukan memilih siapa saja yang dapat mengakses dan masuk dalam *second account* miliknya. Dengan membatasi akses ke *second account* pengguna dapat membatasi ekspektasi sosial dari pengikutnya, dengan begitu pengguna dapat membentuk identitas bermedia sosial secara bebas tanpa takut akan penilaian negatif dari orang lain, karena mereka merasa sudah mengetahui seperti apa pengikutnya di *second account*. Menurut C berusia 21 tahun, dia dapat menjadi dirinya yang lebih otentik pada *second account* karena *second account* hanya berisi teman-teman dekatnya saja yang sudah mengenalnya di dunia nyata. Sehingga

Filtering followers dalam penggunaan *second account* tidak hanya menjadi suatu langkah yang dilakukan oleh pengguna untuk membatasi akses terhadap orang-orang luar saja, namun sebuah tindakan yang dilakukan untuk memberikan ruang bagi pengguna untuk dapat menjadi dirinya secara utuh di dunia maya.

Konsep *Generalized other* yang diungkapkan oleh Mead, juga dapat digunakan dalam konteks masyarakat digital. *Generalized other* merupakan fase terakhir perkembangan manusia dalam masyarakat Mead, tahap ini menjelaskan bahwa Individu sudah mampu untuk mengambil perannya sendiri dan mampu memahami peran orang lain (Ritzer, 2012). Bagi Gen Z, fase ini telah mengantarkan pada realitas dimana mereka memiliki kesadaran dalam pertemanan di media sosial terutama pada *second account*, hal ini tercermin dari kondisi dimana *second account* tersebut terfilter dengan sadar, siapa yang bisa mengakses maupun tidak bisa mengakses dapat terkendali. Kondisi ini menciptakan kesadaran sosial yang tinggi, sehingga individu cenderung menyesuaikan perilaku dan ekspektasi dirinya dengan norma yang berkembang di ruang digital, seperti mengikuti tren terbaru, menjaga feed agar tetap estetik, serta menghindari konten yang berpotensi menimbulkan respon negatif dari para pengikutnya. Interaksi yang terbentuk *Generalized other* di media sosial juga memiliki daya kontrol yang kuat karena diperkuat oleh mekanisme *likes*, komen dan algoritma. Dengan demikian, *Generalized other* di era digital tidak hanya berfungsi sebagai representasi norma sosial, tetapi juga sebagai mekanisme pengawasan yang secara tidak langsung membentuk cara individu membangun dan menampilkan identitas dirinya di ruang publik virtual. Oleh karena itu, Gen Z membentuk mekanisme *Filtering interaksi* dalam penggunaan *second account* guna membatasi ekspektasi dan penilaian



orang lain.

Filtering interaksi atau penyaringan interaksi yang terjadi dalam bermedia sosial. Melalui mekanisme ini pengguna dapat memberikan akses yang sebebaskan mungkin kepada pengikutnya untuk dapat berinteraksi dengan pengguna secara lebih terbuka. Interaksi yang lebih terbuka ini dapat terjadi karena adanya pembatasan akses, seperti akses yang hanya diberikan kepada teman dekat dan orang yang dipercaya saja. Melalui pemilihan ini menjadikan *second account* sebagai ruang dengan interaksi yang lebih positif dan ruang dengan ekspektasi akan respon menjadi lebih aman seperti, berisi orang-orang yang lebih suportif, interaksi yang lebih intim, dan lebih jujur. Dalam pandangan interaksionisme simbolik yaitu dalam konsep *role-taking*, konsep ini menjelaskan jika seorang individu mampu untuk memahami peran dari orang lain atau memahami situasi orang lain guna mengetahui apa yang dapat dilakukan dan diharapkan (Citraningsih & Noviadari, 2022). Sehingga dengan adanya *second account* membantu pengguna untuk dapat lebih mengontrol respon dari pengikutnya, dengan mekanisme ini mereka dapat merasa lebih aman untuk berinteraksi dengan pengikutnya. Interaksi yang terjadi bukanlah interaksi yang sepenuhnya bebas, namun interaksi yang terjadi masih tetap dikontrol dengan skala kendali yang lebih kecil. Pengguna tetap mempertimbangkan respon dari pengikut, namun karena sudah terjadi proses *filtering* ini menjadikan lingkup menjadi lebih aman.

Pada akun utama dimana respon followers dan validitas dari pengikut menjadi hal utama, sedangkan pada *second account* respon dan validitas sudah bukan menjadi prioritas. Tapi dalam *second account* respon pengikut menjadi salah satu hal untuk menjaga kedekatan dan berbagi pengalaman personal, tindakan ini menjadi suatu pergeseran orientasi publik ke orientasi interpersonal. Pada *second*

account, makna *likes*, komen, dan jumlah penonton cenderung mengalami pergeseran. Pada *second account* pengguna tidak lagi memikirkan tentang respon dari pengikutnya, berbanding terbalik pada akun utama pengguna berusaha untuk menampilkan dirinya yang terbaik agar mendapatkan respon sepositif mungkin dari pengikutnya. Namun, dalam kasus ini, interaksi yang terjadi cenderung lebih bersifat personal dan tidak lagi berorientasi pada pengakuan khalayak umum. Maka hal ini menunjukkan jika terdapat pergeseran orientasi eksternal menjadi orientasi internal, dimana kepuasan pribadi menjadi lebih penting dibandingkan validasi sosial dari khalayak luas. Menurut A berusia 22 tahun, respon dari pengikut bukan lagi menjadi prioritas, namun melalui respon tersebut dia merasa lebih senang karena dia merasa mendapatkan perhatian lebih dari teman-temannya.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan jika penggunaan *second account* di kalangan Generasi Z bukan hanya sekedar fenomena tambahan bermedia sosial tetapi memiliki peran penting dalam proses pembentukan identitas diri. Temuan penelitian mengungkapkan jika *second account* memiliki karakteristik utama berupa jumlah pengikut yang lebih sedikit, intensitas penggunaan yang lebih tinggi dibandingkan pada akun utama, dan menggunakan penamaan akun yang berbeda dari nama aslinya. *Second account* dimaknai sebagai ruang bebas, ruang aman, dan ruang arsip yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri secara lebih otentik dibandingkan pada akun utama. Dalam perspektif interaksionisme simbolik, akun utama merepresentasikan “Me” yang terikat akan norma sosial, sedangkan *second account* merepresentasikan “I” yang lebih spontan dan menunjukkan dirinya yang



lebih autentik. Adanya mekanisme *filtering followers* dan *filtering* interaksi menunjukkan bahwa identitas digital tetap terbentuk melalui hasil konstruksi sosial yang terkontrol. Pada tahap *generalized other*, Gen Z mampu menyesuaikan diri dengan norma digital sekaligus menciptakan ruang alternatif yang personal. Kelebihan penelitian ini terletak pada penggunaan perspektif interaksionisme simbolik dan pendekatan studi kasus yang menghasilkan pemahaman mendalam. Namun, keterbatasan terdapat pada jumlah informan yang terbatas dan cakupan subjek yang sempit, sehingga temuan belum dapat digeneralisasi secara luas.

Daftar Pustaka

- Al Yasin, R., Anjani, R. R. K. A., Salsabil, S., Rahmayanti, T., & Amalia, R. (2022). Pengaruh sosial media terhadap kesehatan mental dan fisik remaja: a systematic review. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 3(2), 83-90.
- Amelia, C. (2024). Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah. *Jurnal Audiens*, 5(4), 591-606.
- Ardiesty, M. T., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2022). Motif dan makna second account instagram bagi mahasiswa di kota karawang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 3118-3126.
- Arganata, Z., & Hamka, M. Y. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Generasi Z Dalam Interaksi Sosial. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 2(1), 412-416.
- Astutik, D. (2017). Telaah Kritis Gagasan Sosialisasi Mead: Self, Mind, Society. *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi, & Antropologi*, 1(1), 61-79.
- Burhanuddin, A. H., Suryanto, S., Alqadri, A. R., & Novianti, L. (2024). Pengalaman Pengungkapan Diri di akun Kedua Instagram. *Psyche: Jurnal Psikologi*, 6(2), 252-270.
- Citraningsih, D., & Noviandari, H. (2022). Interaksionisme simbolik: Peran kepemimpinan dalam pengambilan keputusan. *Social Science Studies*, 2(1), 072-086.
- Çoklar, Ahmet Naci, and Ali Tatli. "Examining the Digital Nativity Levels of Digital Generations: From Generation X to Generation Z." *Shanlax International Journal of Education* 9.4 (2021): 433-444.
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi dalam media sosial: Second account di Instagram sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 7(1), 340-347.
- Fronika, W. (2019). Pengaruh media sosial terhadap sikap remaja. *Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Negeri Padang*, 1, 15.
- Halik, H. (2024). Pendidikan sebagai Arena Simbolik: Telaah Konseptual Interaksionisme Simbolik George H. Mead. *Jurnal Ilmiah Guru Madrasah*, 3(1), 27-41.
- Jolonidhi, B. K., & Rini, H. S. (2021). WhatsApp Groups and Generation X: A New Mode of Social Interaction. In *Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities Universitas Indonesia Conference (APRISH 2019)* (pp. 62-67). Atlantis Press.
- 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.
- Lestari, M. Y. I. (2025). *Motif penggunaan*



- second account Instagram dalam perspektif teori uses and gratifications* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi KPI UIN SAIZU Purwokerto). UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N. (2019). Presentasi diri pemilik dua akun Instagram di akun utama dan akun alter. *Interaksi Online*, 7(4), 371-376.
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis perilaku pengguna akun kedua di media sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195-1204.
- Pratama, Z. R., & Astuti, S. I. (2025, July). Dramaturgi Second Account Instagram: Studi pada Mahasiswa di Bandung. In *Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 5, No. 2, pp. 795-802).
- Pratiwi, B. E., & Palupi, S. (2023). *Anonimitas Pada Second Account Instagram (Studi Tentang Keterbukaan Diri)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- Rianitasari, D. A., & Pudrianisa, S. L. G. (2025). Memahami dinamika komunikasi Gen Z melalui self-presentation pasca putus di Instagram. *Jurnal Paradigma: Journal of Sociology Research and Education*, 6(2), 1029–1040.
- Ritzer, G.(2012), Teori sosiologi: Dari sosiologi klasik Sampai perkembangan Terakhir Postmodern (Edisi kedelapan). Pustaka Pelajar.
- Saleh, S. (2017). Analisis data kualitatif.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Setiawan, J. V. N., Kusmawati, M. A., & Nadia, H. L. (2024). Motif Penggunaan Second Account Media Sosial Instagram sebagai Konten Humor di Kalangan Generasi Z. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 3, pp. 1067-1076).
- Thohirah, M. D., Nur, H., & Daud, M. (2025). @ RealMe dan Dualitas Identitas Digital pada Remaja: Pengaruh Second Account sebagai Ruang Aman Ekspresi Diri di Media Sosial. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(9).
- Ulfah, N. M, (2025). Self disclosure Generasi Z melalui second account Instagram (Studi mahasiswi ilmu komunikasi angkatan 2021 UIN SUSKA Riau)
- We Are Social. (2025). Digital 2025: The essential guide to the global state of digital. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- Widagdo, M. B. (2024). Fenomena Second Account Oleh Mahasiswa Pada Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 12(3), 744-751.

