E-ISSN: 3025-0994
Halaman 2048-2056
Volume 4 Nomor 2 Tahun 2026

Self Disclosure Pada *Second Account* Instagram Sebagai Ruang Ekspresi Diri Generasi Z

Samsabila[1], Mahdar[2], Ashar Hasyim[3]

[1,2,3] Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara
e-mail: [1]nabilasamsabila49@gmail.com, [2]mahdar.unusra@gmail.com*,
[3]asharhasyim50@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji fenomena penggunaan *second account Instagram* sebagai ruang ekspresi diri di kalangan Generasi Z di Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara. Fokus utama penelitian adalah mendeskripsikan bagaimana Generasi Z memanfaatkan *second account* tersebut untuk mengungkapkan identitas dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong mereka memilih ruang digital yang lebih privat. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma fenomenologi, peneliti menggali pengalaman mendalam dari 15 informan yang dipilih menggunakan teknik *snowball sampling*. Teori *Self-Disclosure* dari Joseph A. DeVito digunakan sebagai kerangka analisis untuk membedah lima dimensi keterbukaan diri, yaitu ukuran *(amount)*, valensi *(valence)*, kecermatan dan kejujuran *(accuracy/honesty)*, maksud dan tujuan *(intention)*, serta keakraban *(intimacy)*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Generasi Z menjadikan *second account* sebagai "panggung belakang" yang memberikan kebebasan untuk tampil apa adanya tanpa beban estetika yang biasanya dituntut di *first account*. Pengungkapan diri di ruang ini memiliki intensitas yang lebih tinggi dan cenderung menampilkan sisi emosional yang jujur, termasuk perasaan negatif sebagai bentuk katarsis. Faktor pendorong utama penggunaan akun ini adalah kebutuhan akan privasi yang ketat, keinginan melepaskan tekanan sosial, serta rasa aman saat berinteraksi dalam lingkaran pertemanan yang terbatas. Penelitian ini menegaskan bahwa *second account Instagram* telah bertransformasi menjadi instrumen penting bagi mahasiswa untuk menjaga keseimbangan psikologis dan mengelola autentisitas diri di tengah paparan dunia digital yang penuh tuntutan citra ideal.

Kata Kunci: Self-Disclosure, Second Account Instagram, Ekspresi Diri, Generasi Z, Fenomenologi

Abstract

This study examines the phenomenon of using second Instagram accounts as a space for self-expression among Generation Z at Nahdlatul Ulama University of Southeast Sulawesi. The main focus is to describe how Generation Z utilizes these second accounts to express their identity and identify the factors driving them to choose a more private digital space. Using a qualitative descriptive approach with a phenomenological paradigm, the researcher explored the in-depth experiences of 15 informants selected through snowball sampling. Joseph A.

DeVito's Self-Disclosure Theory was used as an analytical framework to dissect five dimensions of self-disclosure: amount, valence, accuracy/honesty, intention, and intimacy. The findings reveal that Generation Z uses second accounts as a "backstage" space, allowing them freedom to present themselves authentically without the aesthetic pressures typical of primary accounts. Self-disclosure in this space is more intense and tends to reveal honest emotional aspects, including negative feelings as a form of catharsis. The primary driving factors for using this account are the need for strict privacy, the desire to relieve social pressure, and the feeling of security when interacting within a limited circle of trusted friends. This study confirms that second Instagram accounts have transformed into a crucial tool for students to maintain psychological balance and manage their authenticity amid exposure to a digital world filled with demands for an ideal image.

Keywords: Self-Disclosure, Second Instagram Account, Self-Expression, Generation Z, Phenomenology

LATAR BELAKANG

Era perkembangan teknologi yang sangat pesat telah membawa perubahan fundamental dalam pola komunikasi manusia. Seiring berjalannya waktu, transisi dari sistem analog ke digital membuka ruang-ruang komunikasi baru yang lebih cepat, lebih luas, dan lebih mudah diakses. Salah satu manifestasi terbesar dari transformasi ini adalah lahirnya media sosial sebagai platform utama interaksi sosial, terutama di kalangan generasi muda. Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah menjadi lebih dari sekadar sarana berbagi informasi; ia telah berevolusi menjadi ruang pembentukan identitas, ekspresi diri, dan bahkan manajemen citra di hadapan publik digital.

Media sosial kini telah menjadi salah satu platform paling populer, terutama di kalangan Generasi Z (Gen Z), karena merupakan cara utama berkomunikasi secara digital. Menurut data yang dikumpulkan oleh Tasya Shakila (2023), terdapat sekitar 160 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia yang berusia 18 hingga 34 tahun. Fenomena ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan tingkat penetrasi media sosial tertinggi di dunia. *Instagram*, khususnya, menempati posisi strategis sebagai platform yang sangat digemari kalangan muda, dengan jumlah pengguna aktif di Indonesia mencapai sekitar 167 juta pengguna (Hayatul dan Irma, 2025).

Instagram bukan sekadar platform berbagi foto dan video. Bagi Generasi Z, platform ini telah menjadi ruang utama untuk membangun citra diri, mengkomunikasikan gaya hidup, dan berinteraksi dengan lingkungan sosial secara daring. Dalam lingkungan ini, sebuah fenomena menarik muncul di mana pengguna cenderung memiliki lebih dari satu akun: akun utama (*first account*) yang bersifat publik dan dirancang untuk membangun citra yang ideal, serta akun kedua (*second account*) yang lebih privat dan digunakan sebagai ruang alternatif untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan autentik (Nugraha dkk., 2024).

Akun utama Generasi Z umumnya menggambarkan versi ideal dari diri mereka, berfungsi sebagai platform untuk representasi sosial atau "panggung depan" (*front stage*) dalam perspektif teori dramaturgi Goffman (1959). Sebaliknya, *second account* atau yang sering disebut *finsta*, hadir sebagai "panggung belakang" (*back stage*) yang memberikan kebebasan berekspresi tanpa beban ekspektasi sosial. Sebagian besar pengguna *second account* adalah perempuan (Noviawan dkk., 2020), meskipun fenomena ini kini semakin meluas ke seluruh segmen Generasi Z tanpa membedakan gender.

Generasi Z adalah kelompok yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, dan dikenal sebagai generasi yang sangat mahir dalam teknologi digital. Mereka dibesarkan di era di mana internet dan media sosial merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), populasi Indonesia pada pertengahan 2023 mencapai 278,7 juta orang, dengan Generasi Z menjadi kelompok mayoritas. Kelompok usia 18-24 tahun merupakan pengguna media sosial terbesar di Indonesia dengan persentase sekitar 35,9% atau sekitar 23 juta orang (Laka dkk., 2024).

Pengungkapan diri (*self disclosure*) adalah proses keterbukaan di mana seorang individu memaparkan informasi pribadi dan intim kepada orang lain. Konsep ini memiliki relevansi besar dalam bidang komunikasi antarpersonal. Menurut DeVito (2013), pengungkapan diri melibatkan perasaan, proses hidup, rencana, dan pengalaman yang bersifat personal. Dengan hadirnya media sosial, dimensi pengungkapan diri kini tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, melainkan telah merambah ke ruang-ruang digital (Meilia 2024).

Peneliti menemukan bahwa sekitar 40 persen mahasiswa Generasi Z di Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara (UNUSRA) memiliki *second account* di *Instagram*. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan *second account* bukan lagi fenomena langka, melainkan telah menjadi bagian dari dinamika kehidupan digital mahasiswa. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Generasi Z di UNUSRA menggunakan *second account Instagram* sebagai ruang ekspresi diri, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong mereka memilih ruang digital yang lebih privat tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma fenomenologi. Pendekatan ini dipilih karena peneliti bertujuan menggali pengalaman subjektif individu secara mendalam dalam menggunakan *second account Instagram* sebagai ruang ekspresi diri. Metodologi ini memungkinkan peneliti memahami makna, pengalaman, dan cara Generasi Z mengomunikasikan diri mereka melalui platform digital.

Penelitian dilaksanakan di Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara (UNUSRA) Kota Kendari, Sulawesi Tenggara, pada periode Januari hingga Maret 2026. Lokasi ini dipilih secara purposif karena peneliti menemukan bahwa mahasiswa dari berbagai fakultas di lingkungan UNUSRA merupakan pengguna aktif *Instagram* yang juga memiliki *second account*, sehingga relevan sebagai sumber data utama penelitian.

Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif UNUSRA yang merupakan Generasi Z dan memiliki *second account Instagram*. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *snowball sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang dimulai dari sejumlah kecil responden awal, kemudian diperluas melalui rujukan dari responden sebelumnya hingga data dianggap jenuh (Iswari dkk., 2020). Melalui teknik ini, peneliti berhasil mengumpulkan 15 informan dari berbagai fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, serta Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Usia informan berkisar antara 19 hingga 22 tahun.

Teknik pengumpulan data meliputi tiga metode, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati pola penggunaan *second account* secara langsung. Wawancara bersifat terbuka dan tidak terstruktur menggunakan panduan wawancara yang dikembangkan dari lima dimensi teori *Self-Disclosure* DeVito. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data visual dari unggahan informan di *second account* mereka sebagai data pendukung.

Analisis data menggunakan metode deskriptif-analitis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijamin melalui empat kriteria,

yaitu kredibilitas, transferabilitas, keandalan, dan objektivitas. Teori utama yang digunakan sebagai pisau analisis adalah Teori *Self-Disclosure* Joseph A. DeVito yang mencakup lima dimensi: ukuran *(amount)*, valensi *(valence)*, kecermatan dan kejujuran *(accuracy/honesty)*, maksud dan tujuan *(intention)*, dan keakraban *(intimacy)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penggunaan Second Account Di UNUSRA

Instagram telah menjadi platform media sosial yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari mahasiswa UNUSRA. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada Januari 2026, mayoritas mahasiswa dari seluruh fakultas di lingkungan UNUSRA merupakan pengguna aktif *Instagram*. Namun, fenomena menarik yang ditemukan di lapangan adalah bahwa mahasiswa tidak hanya memiliki satu akun utama, tetapi juga mengelola *second account*. Fenomena ini muncul seiring kebutuhan mahasiswa untuk memiliki ruang yang lebih privat dan bebas dari tuntutan pencitraan yang ada di akun utama.

Jika di akun utama mereka cenderung menampilkan sisi kehidupan yang terlihat "sempurna" atau formal, maka di *second account* inilah mereka merasa lebih nyaman menjadi diri sendiri. Hal ini sangat relevan bagi Generasi Z yang tumbuh di era digital, di mana media sosial sering kali menjadi ruang utama untuk berekspresi, berbagi keluh kesah, hingga menunjukkan sisi kepribadian yang jarang diketahui publik luas.

Dimensi Amount (Ukuran): Intensitas Pengungkapan Diri

Dimensi pertama dalam *self disclosure* menurut DeVito adalah *amount* atau ukuran, yang mengukur seberapa banyak informasi yang dibagikan dan seberapa lama waktu yang dihabiskan untuk keterbukaan diri tersebut. Dalam konteks media sosial, *amount* dapat diukur dari frekuensi mengunggah konten, durasi waktu yang digunakan saat berinteraksi, serta banyaknya detail kehidupan pribadi yang diceritakan.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, ditemukan bahwa sebagian besar informan menunjukkan tingkat keterbukaan yang jauh lebih tinggi di *second account* dibandingkan akun utama. Salah satu informan, Gita (20 tahun, Fakultas ISIP), mengungkapkan: "Iya, saya lebih sering bagikan aktivitasku di *second account* dibanding akun utama, karena kalau di akun utama biasanya lebih kupilih-pilih konten yang mau saya upload... Saking seringnya saya meng-upload di akun kedua-ku, bisa dibilang dalam satu hari itu paling banyak 8 *story*-ku dan paling sedikit 5, sedangkan di *first account*-ku itu paling banyak dalam satu hari itu dua." Pernyataan ini menunjukkan adanya perbedaan frekuensi yang sangat mencolok, di mana *second account* menjadi ruang dengan intensitas pengungkapan diri yang jauh lebih tinggi.

Namun demikian, ditemukan pula pola yang berbeda pada informan lain. Fadli (20 tahun, Fakultas ISIP) mengaku bahwa *second account*-nya hanya digunakan untuk keperluan akademik, yaitu menyimpan dan mengunggah tugas kuliah. Baginya, akun utama tetap menjadi ruang untuk berbagi pengalaman pribadi karena ia sudah merasa nyaman dengan lingkaran pertemanan yang ada di sana. Temuan ini menunjukkan bahwa ukuran keterbukaan diri tidak bersifat seragam dan sangat bergantung pada fungsi serta tujuan penggunaan akun bagi masing-masing individu.

Analisis pada dimensi ini sejalan dengan karakteristik media sosial sebagai arsip (Nasrullah, 2016), di mana konten yang diunggah dapat diakses kapan saja. Semakin tinggi frekuensi seseorang mengunggah konten di *second account*, semakin besar pula ukuran keterbukaan dirinya, yang mencerminkan kebutuhan akan ruang ekspresi yang lebih privat dan bebas dari tekanan pencitraan.

Dimensi Valence (Valensi): Kualitas Emosi Yang Diungkapkan

Dimensi kedua adalah *valence* atau valensi, yang merujuk pada kualitas informasi yang dibagikan, apakah bersifat positif atau negatif. Valensi sangat menentukan bagaimana orang lain memandang seseorang serta dampak psikologis yang muncul setelah pengungkapan dilakukan. Penelitian ini menemukan dua kecenderungan valensi yang kontras di kalangan informan. Kelompok pertama, yang diwakili oleh informan Andi Nadia (19 tahun, Fakultas Hukum), cenderung mengunggah konten bervalensi positif. Menurutnya, konten positif dipilih karena berkaitan dengan pembentukan identitas diri, meski dalam lingkup audiens yang terbatas. Ia mengakui bahwa respon positif dari pengikut memberikan rasa lega dan dihargai, sedangkan respon yang tidak sesuai ekspektasi berusaha ia sikapi dengan bijak.

Kelompok kedua, yang diwakili oleh informan Alfian Patra (21 tahun, Fakultas MIPA), justru lebih condong membagikan konten bervalensi negatif di *second account*-nya. Ia menyatakan: "Kalau saya jujur lebih ke emosi negatif sih, yang galau-galau atau pas lagi emosi begitu. Soalnya kalau di *first account* toh, malas saya dilihat begitu sama orang banyak, kayak terlalu drama kesannya. Jadi di *second account* mi ini tempatku 'tumpah' semua unek-unekku." Pernyataan ini mencerminkan bahwa *second account* berfungsi sebagai "panggung belakang" tempat melepaskan emosi yang tidak bisa ditunjukkan di akun publik.

Temuan ini selaras dengan teori Dramaturgi Goffman (1959) yang menjelaskan bahwa setiap individu berperan seperti aktor yang menampilkan citra berbeda di ruang sosial yang berbeda. Akun utama diposisikan sebagai *front stage* untuk menjaga citra sempurna, sedangkan *second account* menjadi *back stage* untuk menunjukkan ekspresi yang lebih jujur. Bagi kedua kelompok informan, baik valensi positif maupun negatif memberikan dampak psikologis yang positif karena pengungkapan dilakukan di lingkungan yang tepat dan suportif.

Dimensi Accuracy/Honesty (Kecermatan Dan Kejujuran): Autentisitas Di Ruang Privat

Dimensi ketiga adalah *accuracy/honesty* atau kecermatan dan kejujuran, yang menyoroti sejauh mana informasi yang diungkapkan mencerminkan kondisi diri yang sebenarnya. Kejujuran dalam keterbukaan diri menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan hubungan interpersonal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa *second account* menjadi ruang di mana informan merasa paling jujur dalam mengekspresikan diri. Informan Yurike Rusfianti (22 tahun, Fakultas MIPA) menyatakan bahwa di *second account* ia lebih bebas mengungkapkan emosi aslinya, seperti kesedihan melalui *quotes* yang relevan atau kegembiraan melalui unggahan aktivitas yang dianggapnya "random" dan lucu, tanpa perlu melalui proses penyaringan konten yang ketat seperti di akun utama.

Informan Siska Alfiyanti (21 tahun, Fakultas Ekonomi) memberikan pernyataan yang sangat representatif: "Kalau ditanya jujur, iya sekali. Di *second account*-ku itu memang betul-betul-mi saya, tidak ada ji yang saya tutup-tutupi. Kalau lagi galau, ya saya update galau. Kalau lagi marah atau kesal sama orang, di situ-mi juga tempatku mengoceh... Tidak perlu-ma lagi pura-pura bahagia atau sok tegar kalau memang lagi down." Kejujuran yang ditampilkan Siska mencakup hal-hal yang dianggap kurang pantas di ruang publik, seperti menampilkan wajah baru bangun tidur atau video spontan.

Temuan ini sejalan dengan asumsi Teori *Self Disclosure* DeVito bahwa dimensi kejujuran sangat bergantung pada sejauh mana individu mengenal dirinya sendiri. *Second account* menjadi "katup pengaman" bagi mahasiswa untuk melepaskan topeng pencitraan sambil tetap memenuhi tuntutan estetika di akun utama. Konsep *backstage* dalam Teori Dramaturgi Goffman (1959) menguatkan temuan ini, di mana mahasiswa menggunakan *second account* sebagai ruang di mana mereka bisa "menjadi diri sendiri" tanpa tekanan norma sosial.

Dimensi Intention (Maksud Dan Tujuan): Kontrol Sosial Dan Manajemen Emosi

Dimensi keempat adalah *intention* atau maksud dan tujuan, yang menekankan bahwa pengungkapan diri adalah proses sadar yang dilakukan individu untuk mencapai tujuan tertentu. Dimensi ini menjadi penyeimbang antara logika dan perasaan saat seseorang berkomunikasi. Penelitian ini menemukan bahwa tujuan penggunaan *second account* pada mahasiswa UNUSRA bersifat ganda: fungsional dan emosional. Secara fungsional, beberapa informan menggunakannya sebagai media pengarsipan digital. Secara emosional, tujuan yang lebih dominan adalah mencari rasa aman dan dukungan sosial. Informan Eka Nurhaerat (20 tahun, Fakultas Ekonomi) menyatakan bahwa setelah berbagi di *second account* dan mendapatkan respon dukungan dari teman-teman, ia merasakan "kayak ndak sendirian-ka begitu, karena ternyata ada ji teman-temanku yang selalu ada untuk saya."

Sementara itu, informan Gita (20 tahun, Fakultas ISIP) mengungkapkan bahwa tujuan utamanya memiliki *second account* adalah untuk menciptakan "zona bebas penghakiman" karena di akun utama terdapat banyak "mata-mata" berupa keluarga dan kenalan yang tidak akrab. Informan Asrul (19 tahun, Fakultas FKIP) menambahkan bahwa bagi laki-laki, *second account* menjadi ruang untuk mendobrak batasan emosional yang sering kali tabu ditunjukkan di ruang publik, termasuk mengeluh soal tugas atau sekedar menampilkan sisi humoris diri. Temuan ini sejalan dengan fungsi *Self Disclosure* menurut Derlega dan Grzelak (1979), khususnya fungsi *social control* dan fungsi ekspresi. Melalui *second account*, mahasiswa secara sadar mengelola informasi tentang diri mereka: menyembunyikan sisi tertentu dari publik luas di akun utama, namun membukanya secara sukarela kepada lingkaran terbatas di akun kedua, demi kenyamanan dan keamanan sosial.

Dimensi Intimacy (Keakraban): Fondasi Kepercayaan Di Ruang Digital

Dimensi kelima adalah *intimacy* atau keakraban, yang menjelaskan bahwa tingkat kedekatan hubungan antara komunikator dan komunikan sangat menentukan kedalaman informasi yang dibagikan. Semakin akrab sebuah hubungan, semakin berani individu menyingkapkan hal-hal yang bersifat pribadi dan emosional. Temuan lapangan menunjukkan bahwa faktor keakraban menjadi penentu utama mahasiswa dalam memisahkan pengikut antara akun utama dan *second account*. Informan Nova Fitria (20 tahun, Fakultas FKIP) menyatakan bahwa hanya orang-orang yang sudah mengenalnya secara mendalam, seperti keluarga dan teman sekolah, yang mampu memahami konteks kehidupannya tanpa memberikan penilaian negatif. Informan Nurul Muallimah (21 tahun, Fakultas MIPA) bahkan melakukan penyaringan ketat dengan pertimbangan bahwa orang yang diizinkan masuk ke dalam *second account*-nya haruslah orang yang "tidak bermulut ember" atau tidak suka menjadikan cerita orang sebagai bahan gosip.

Informan Reski (21 tahun, Fakultas Teknik) memberikan perspektif yang menarik, di mana keakraban baginya dibangun melalui intensitas pertemuan dan kesamaan hobi di dunia nyata, seperti nongkrong dan bermain game bersama. Baginya, *second account* adalah "rumah" tempat bercerita, tempat ia tidak perlu "memakai topeng" dan bisa menampilkan sisi rapuh atau konyol tanpa takut dihakimi. Temuan pada dimensi ini memperkuat konsep dalam Teori *Self Disclosure* DeVito bahwa keakraban menciptakan rasa saling percaya yang tinggi, sehingga individu merasa aman bahwa informasi yang dibagikan tidak akan disalahgunakan. Kedekatan di dunia nyata dibawa ke dalam dunia virtual untuk menciptakan ikatan yang saling mendukung, yang pada akhirnya memungkinkan mahasiswa untuk terbuka sepenuhnya tanpa rasa takut.

Faktor-Faktor Pendorong Penggunaan Second Account Sebagai Ruang Ekspresi Diri

Berdasarkan analisis data secara menyeluruh, penelitian ini mengidentifikasi empat faktor utama yang mendorong mahasiswa Generasi Z di UNUSRA menggunakan *second account Instagram* sebagai ruang ekspresi diri.

Pertama, keinginan untuk tampil apa adanya tanpa beban estetika. Informan Mutia (19 tahun, Fakultas FKIP) mengungkapkan: "Di *second account*-ku ini tidak perlu-mi mau estetik-estetik sekali. Pokoknya apa yang ada di otakku, itu-mi yang ku-post." Fakta ini mencerminkan bahwa mahasiswa merasa lelah dengan "budaya estetika" yang mendominasi *Instagram* dan mencari ruang di mana mereka bisa memanusiakan diri dengan menampilkan sisi yang tidak sempurna namun autentik.

Kedua, kebutuhan akan ruang privasi dari pengawasan orang lain. Informan Auliya Nur Avinah (21 tahun, Fakultas Ekonomi) menjelaskan bahwa di akun utama, kehadiran keluarga dan kenalan yang tidak terlalu akrab menimbulkan beban untuk selalu menjaga citra. *Second account* hadir sebagai solusi untuk mendapatkan kembali otonomi digital dan mengekspresikan diri tanpa rasa diawasi.

Ketiga, kebutuhan pelepasan emosi atau unsur katarsis. Informan Muh. Akram Raihan (22 tahun, Fakultas ISIP) menyatakan bahwa sebagai laki-laki, ia merasa ada beban sosial untuk tidak terlihat "banyak drama" di akun utama. *Second account* dengan lingkup pertemanan tongkrongan menjadi wadah yang tepat untuk melampiaskan unek-unek dan mendapatkan dukungan tulus dari teman sebaya. Elemen katarsis ini menjadi fungsi terapeutik yang penting bagi kesehatan mental mahasiswa.

Keempat, pemisahan antara konten pribadi dengan konten akademik. Sebagian informan menggunakan *second account* sebagai portofolio digital khusus untuk tugas-tugas perkuliahan, agar konten akademik tidak bercampur dengan konten personal di akun utama. Penggunaan fungsional ini menunjukkan bahwa mahasiswa juga memanfaatkan *second account* untuk manajemen konten dan profesionalitas digital yang terencana.

Diskusi: Second Account Sebagai Instrumen Kesehatan Mental Digital

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *second account Instagram* bagi Generasi Z di UNUSRA bukan sekadar tren teknologi tanpa makna, melainkan sebuah strategi komunikasi yang sangat terencana dan bertujuan ganda. Di satu sisi, ia berfungsi sebagai instrumen manajemen identitas digital yang memungkinkan mahasiswa untuk mempertahankan citra publik yang ideal di akun utama. Di sisi lain, ia berfungsi sebagai ruang perlindungan psikologis yang memberikan kebebasan untuk menjadi diri sendiri yang autentik.

Penelitian ini memperkuat temuan Wattimena dkk. (2022) bahwa *second account* digunakan sebagai ruang *backstage* di mana individu merasa lebih nyaman dan bebas berekspresi. Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa dimensi keakraban (*intimacy*) dan maksud dan tujuan (*intention*) memainkan peran yang sangat krusial dalam menentukan kedalaman keterbukaan diri yang terjadi di ruang privat tersebut.

Temuan ini juga selaras dengan penelitian Cahya Suryani dan Puradian Wiryadigda (2022) yang menyebutkan bahwa *second account* digunakan sebagai sarana refleksi diri dan pengelolaan stres oleh Generasi Z. Dalam konteks UNUSRA, ditemukan bahwa peran terapeutik *second account* ini sangat signifikan, terutama dalam membantu mahasiswa menyeimbangkan tekanan akademik dengan kebutuhan akan ekspresi diri yang bebas.

Penggunaan *second account* sebagai ruang ekspresi diri yang lebih jujur juga berimplikasi pada kesehatan mental Generasi Z. Dengan memiliki ruang di mana mereka tidak perlu "pura-pura bahagia" atau memenuhi standar estetika visual yang tinggi, mahasiswa dapat mengelola tekanan psikologis sosial secara lebih sehat. Hal ini sejalan dengan pandangan Valkenburg dan Piotrowski (2017) bahwa media sosial dapat menjadi alat pengembangan identitas dan ekspresi diri, namun juga dapat menimbulkan tekanan sosial yang negatif jika tidak dikelola dengan bijak.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *second account Instagram* oleh mahasiswa Generasi Z di Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara merupakan sebuah strategi komunikasi yang dilakukan secara sadar dan bertujuan ganda. Melalui analisis lima dimensi *self disclosure* Joseph A. DeVito, ditemukan bahwa keterbukaan diri di *second account* memiliki intensitas yang tinggi, bersifat jujur, dan mencerminkan kondisi emosional yang sesungguhnya, jauh lebih autentik dibandingkan konten yang dibagikan di akun utama.

Second account berfungsi sebagai "panggung belakang" (*backstage*) yang memberikan rasa aman bagi Generasi Z untuk menjadi diri mereka sendiri tanpa takut akan penghakiman publik luas. Empat faktor utama yang mendorong penggunaannya adalah: (1) keinginan untuk tampil apa adanya tanpa beban estetika, (2) kebutuhan akan privasi dari pengawasan sosial, (3) kebutuhan pelepasan emosi atau katarsis, dan (4) pemisahan konten pribadi dengan konten akademik. Semua faktor ini bermuara pada satu kebutuhan mendasar, yaitu manajemen keterbukaan diri untuk menciptakan batas yang jelas antara kehidupan pribadi yang autentik dengan kehidupan publik yang penuh kurasi.

Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa *second account Instagram* telah bertransformasi dari sekadar akun tambahan menjadi instrumen penting bagi mahasiswa untuk menjaga keseimbangan psikologis dan mengelola autentisitas diri. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah, menggunakan pendekatan kuantitatif, atau mengkaji dampak jangka panjang penggunaan *second account* terhadap pembentukan identitas asli di dunia nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi pengalamannya. Terima kasih kepada Dr. Mahdar, S.S., M.A.P., M.I.Kom selaku Pembimbing I dan Ashar Hasyim, S.IP., M.A.P. selaku Pembimbing II atas bimbingan dan arahannya. Terima kasih pula kepada Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara yang telah memberikan fasilitas dan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alyusi, S. D. (2019). Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial. Jakarta: Prenada Media.

Az-Zahra, S. (2023). Self Disclosure Dalam Komunikasi Interpersonal Pada Aplikasi Kencan Okcupid. Jakarta: Universitas Nasional.

Derlega, V. J., & Grzelak, J. (1979). Appropriateness Of Self-Disclosure. In G. J. Chelune (Ed.), Self-Disclosure: Origins, Patterns, And Implications Of Openness In Interpersonal Relationships. San Francisco: Jossey-Bass.

Devito, J. A. (2013). The Interpersonal Communication Book (13th Ed.). New York: Pearson Education.

Deryansyah, A. D. (2023). Pengantar Ilmu Komunikasi. Pasuruan: CV. Basya Media Utama.

Goffman, E. (1959). The Presentation Of Self In Everyday Life. New York: Doubleday.

Hartanti, J. (2024). Eksistensi Second Account Instagram Dalam Pengungkapan Identitas Diri Generasi Z. Skripsi.

Hayatul, L., & 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.

Indrawan, J., Barzah, R. E., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi.
Iswari, Et Al. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Prenadamedia Group.
Laka, Et Al. (2024). Generasi Z Dan Media Sosial: Pola Konsumsi Digital Di Indonesia. Jurnal Komunikasi Indonesia.
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.
Meilia, R. (2024). Self-Disclosure Di Era Media Sosial. Jakarta: Pustaka Komunikasi.
Nasrullah, R. (2016). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
Noorikhsan, F. F., Ramdhani, H., Sirait, B. C., & Khoerunisa, N. (2023). Dinamika Internet, Media Sosial, Dan Politik Di Era Kontemporer. Journal Of Political Issues, 5(1), 95-109.
Noviawan, Et Al. (2020). Fenomena Second Account Di Media Sosial Instagram. Jurnal Komunikasi Digital.
Nugraha, I., Sukmarini, A. V., & AR, M. Y. (2024). Second Account Instagram Sebagai Identitas Digital: Fenomena Kultural Dalam Ekspresi Diri Pada Generasi Z. IAPA Proceedings Conference, 388-397.
Paramesti, A. R., & Nurdiarti, R. P. (2022). Penggunaan Nama Samaran Di Second Account Instagram Dalam Perspektif Etika Digital. Jurnal Communication, 11(1), 89-102.
Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis Perilaku Pengguna Second Account Di Media Sosial Instagram. Jurnal Inovasi Penelitian, 2(4), 1195-1204.
Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial Melalui Second Account Instagram. Jurnal Ilmu Komunikasi, 18(3), 312-323.
Rahayu, D. I., Ardiansyah, A., Al-Hafiz, M., & Novealdi, H. (2023). Postingan Instagram Sebagai Media Self Disclosure Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Jambi. Jurnal Perspektif, 6(3), 289-299.
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. Prosiding SNIIS, 3, 1067-1076.
Sri Devi, Et Al. (2023). Penggunaan Media Sosial Pada Second Account Instagram Mahasiswa FISIP Universitas Jember: Perspektif Dramaturgi. Mandub: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora, 1(4), 188-199.
Sugiyono, D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
Suryani, C. (2023). Keterbukaan Diri Generasi Z Dalam Second Account. Prosiding Seminar Nasional Psikologi (SINOPSI), Vol. 1.
Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. T. (2017). Plugged In: How Media Attract And Affect Youth. New Haven: Yale University Press.
Wattimena, G. H. J. A., Ramadhani, Y. D., & Marsetio, M. (2022). Second Account Instagram Sebagai Ruang Ekspresi Generasi Milenial. Jurnal Pewarta Indonesia, 4(2), 212-222.