

FENOMENA MULTI-AKUN SEBAGAI STRATEGI FRAGMENTASI IDENTITAS DIGITAL PADA GENERASI Z

Andini Hanityatur Riza ⁽¹⁾, Desy Safitri ⁽²⁾, Sujarwo ⁽³⁾

^{1,2,3} Prodi Pendidikan IPS, Universitas Negeri Jakarta

e-mail: andini.hanityatur.riza@mhs.unj.ac.id, desysafitri@unj.ac.id, sujarwo-fis@unj.ac.id

ABSTRACT

Generation Z, as digital natives, faces significant social pressure in managing their image on social media. This study aims to analyze the phenomenon of multiple Instagram accounts as a digital identity fragmentation strategy primarily using Erving Goffman's dramaturgical theory, supported by the concept of digital identity management. Through a literature study method, this research explores how "main accounts" and "second accounts" (finstas) function as different stages. The results indicate that the main account is used for "front stage" performances to build professional branding, while the second account serves as a "back stage" for more authentic, spontaneous, and private self-expression. This fragmentation is a strategic response to navigate social judgment and maintain digital privacy. However, it also carries implications such as digital burnout and identity ambiguity.

Keywords: Multi-Account, Digital Identity, Generation Z, Instagram, Dramaturgy

ABSTRAK

Generasi Z sebagai penduduk asli digital menghadapi tekanan sosial yang signifikan dalam mengelola citra di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena penggunaan multi-akun Instagram sebagai strategi fragmentasi identitas digital dengan menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman yang didukung oleh konsep manajemen identitas digital. Melalui metode studi literatur, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana akun utama (*main account*) dan akun kedua (*second account/finsta*) berfungsi sebagai panggung yang berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun utama digunakan untuk pertunjukan panggung depan (*front stage*) guna membangun personal branding, sementara akun kedua berfungsi sebagai panggung belakang (*back stage*) untuk ekspresi diri yang lebih autentik, spontan, dan privat di kalangan lingkaran terdekat. Fragmentasi ini merupakan respons strategis untuk menavigasi penilaian sosial dan menjaga privasi digital. Namun, hal ini juga membawa implikasi seperti digital burnout dan ambiguitas identitas.

Kata kunci: Multi-akun, Identitas Digital, Generasi Z, Instagram, Dramaturgi

1. Pendahuluan

Di era masyarakat digital, identitas tidak lagi bersifat tunggal dan statis, melainkan menjadi sebuah "arus Heraclitean" yang terus berubah dan terfragmentasi melalui berbagai persona digital (Tripathi, 2024). Fenomena penggunaan multi-akun media sosial di kalangan Generasi Z menunjukkan perubahan besar dalam cara individu membangun, mengelola, dan menampilkan identitas dirinya di ruang digital. Bagi Generasi Z, praktik ini termanifestasi secara nyata melalui pembentukan identitas virtual yang terfragmentasi ke dalam akun-akun yang berbeda (Pelapory & Chairil, 2025). Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang performatif tempat individu menampilkan versi diri yang berbeda sesuai

konteks sosial yang dihadapi dan menghasilkan sebuah dualitas (Thohirah dkk., 2025). Dalam konteks ini, praktik memiliki akun utama (*main account*) dan akun kedua atau bahkan beberapa akun tambahan (*second account/finsta*) menjadi bentuk nyata dari fragmentasi identitas digital.

Saat ini, media sosial bukan hanya sebagai alat komunikasi sekunder, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang eksistensial utama, terutama bagi Generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara rentang tahun 1997 hingga 2012 dan mereka tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital dan internet, sehingga mereka sepenuhnya berdampingan dengan teknologi canggih, ponsel pintar, dan konektivitas tanpa batas. Kedekatan mereka

dengan media sosial pun menjadikan identitas digital sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Hal ini diperkuat oleh karakteristik Generasi Z yang memiliki ketergantungan tinggi pada media sosial dan secara khusus sangat meminati penggunaan platform seperti Instagram. Bagi generasi ini, tingginya intensitas penggunaan media sosial tersebut pada akhirnya menciptakan keadaan di mana ruang pemisah antara eksistensi mereka di dunia nyata dan dunia maya menjadi tidak ada (Susanti & Safitri, 2021).

Instagram menjadi salah satu ruang utama tempat Generasi Z membangun narasi diri, mencari pengalaman sosial, memperoleh validasi, hingga mengekspresikan emosi personal. Menurut data Social Media Statistics Indonesia (2024), jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai lebih dari 100,9 juta pengguna. Tingginya angka tersebut menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola komunikasi, interaksi sosial, dan ekspresi diri generasi muda di era digital.

Munculnya fitur *multiple account*, terutama pada Instagram telah memfasilitasi praktik kepemilikan lebih dari satu akun oleh individu yang sama, yang sering kali dikategorikan oleh pengguna sebagai "akun asli" (*first account*) dan "akun palsu" (*second account* atau *finsta*) (Purwaningtyas & Alicya, 2020). Dalam konteks fenomena multi-akun, tingginya intensitas penggunaan Instagram membuat Generasi Z semakin terbiasa membagi identitas mereka ke dalam beberapa ruang digital berbeda. Akun utama digunakan sebagai ruang presentasi diri publik (*public self*), sedangkan akun kedua atau akun alternatif menjadi ruang ekspresi personal (*private self*). Kondisi ini memperlihatkan adanya segmentasi identitas digital yang semakin normal di era media sosial.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman, di mana pengguna membagi ruang interaksi mereka menjadi *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) (Dewi & Janitra, 2018). Pada panggung depan, pengguna cenderung menampilkan citra diri

2. Metode

Artikel ini disusun menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi

yang terkurasi, ideal, dan sesuai dengan norma sosial yang diharapkan publik. Sebaliknya, akun kedua sering kali berfungsi sebagai *back stage* atau "ruang aman" yang memungkinkan ekspresi diri yang lebih autentik, spontan, dan emosional tanpa tekanan perfeksionisme digital (Sokowati & Manda, 2022; Thohirah dkk., 2025). Strategi ini menunjukkan adanya fragmentasi identitas di mana individu secara sadar mengelola berbagai aspek diri mereka untuk audiens yang berbeda.

Meskipun penelitian mengenai *second account* telah banyak dilakukan, namun sebagian besar penelitian terdahulu cenderung melihat penggunaan akun ganda sebagai bentuk pelarian dari pengawasan sosial atau sekadar manajemen privasi (Suler, 2002; Kurniawan & Hidayanto, 2024). Penelitian ini, sebaliknya, membedah fenomena tersebut sebagai strategi fragmentasi identitas yang disengaja. Artinya, fragmentasi bukan dilihat sebagai dampak negatif dari media sosial, tetapi justru sebagai teknik navigasi identitas yang cerdas oleh Generasi Z untuk menjaga stabilitas psikologis mereka di tengah ekosistem digital yang serba terbuka.

Banyak kajian sebelumnya (seperti Alamsyah dkk., 2025) lebih fokus pada perbandingan antara "identitas asli" dan "identitas palsu". Penelitian ini melangkah lebih jauh dengan mengintegrasikan Teori Identitas Sosial Digital (Bingley dkk., 2026), yang menekankan bahwa fragmentasi ini bukan tentang kepalsuan, melainkan tentang bagaimana keanggotaan kelompok (baik online maupun offline) membentuk identitas digital yang multi-faset dan terintegrasi secara fungsional. Berdasarkan latar belakang tersebut, studi literatur ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara komprehensif fenomena fragmentasi identitas digital dengan menjawab empat rumusan masalah utama: (1) Bagaimana konsep fragmentasi identitas digital dijelaskan di era masyarakat siber?, (2) Apa motivasi mendasar Generasi Z dalam menciptakan multi-akun?, (3) Bagaimana karakteristik dan pola spesifik dari perilaku multi-akun tersebut?, dan (4) Apa implikasi dan dampak dari fragmentasi identitas digital ini?

literatur (*literature review*). Data dalam penelitian ini bersumber dari berbagai literatur

sekunder, yang berfokus pada artikel jurnal ilmiah nasional maupun internasional, serta prosiding akademik. Pencarian literatur dilakukan melalui pangkalan data akademik seperti Google Scholar dan direktori jurnal terbuka lainnya, menggunakan kata kunci pencarian antara lain: "*second account Instagram*", "*finsta*", "*Generasi Z*", "*fragmentasi identitas digital*", dan "*dramaturgi media sosial*".

Dalam tahap pengumpulan dan penyeleksian data, peneliti menetapkan kriteria inklusi dengan memprioritaskan literatur yang diterbitkan dalam rentang waktu delapan tahun terakhir (2018–2026). Batasan tahun ini ditetapkan untuk memastikan relevansi kajian terhadap dinamika perkembangan arsitektur media sosial Instagram dan perilaku digital Generasi Z yang cepat berubah. Meskipun demikian, literatur teoretis yang bersifat klasik, seperti kajian awal manajemen identitas di ruang siber (Suler, 2002), tetap diinklusi sebagai fondasi konseptual. Dari proses tersebut, terpilih literatur utama yang berfokus pada kajian Teori Dramaturgi, *Identity Management*, dan implikasi psikososial media sosial.

Proses analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*). Literatur yang telah dikumpulkan kemudian direduksi, ditelaah, dan disintesis ke dalam beberapa kategorisasi tema utama, yakni: konsep fragmentasi identitas, motivasi penciptaan multi-akun, karakteristik panggung depan dan panggung belakang, serta implikasi fenomena ini terhadap kondisi sosiopsikologis pengguna. Hasil sintesis tersebut kemudian dielaborasi secara sistematis guna menjawab tujuan penelitian.

Tahapan analisis ini diawali dengan proses familiarisasi data, di mana peneliti membaca secara mendalam seluruh literatur terpilih untuk memahami konteks dan argumen utama dari masing-masing artikel. Data esensial dari setiap literatur kemudian diekstraksi dan dikodekan untuk mengidentifikasi temuan kunci dan metodologi yang digunakan. Selanjutnya, kode-kode yang saling berkaitan dikelompokkan dan ditinjau menjadi tema-tema besar, seperti konsep fragmentasi, motivasi penciptaan, karakteristik platform, dan implikasi sosiopsikologis. Pada tahap akhir, seluruh tema tersebut

dielaborasi melalui sintesis naratif menjadi sebuah pembahasan analitis yang utuh dan kritis untuk menjawab tujuan penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Konsep Fragmentasi Identitas Digital

Di era masyarakat digital, konsep identitas manusia telah mengalami pergeseran fundamental. Identitas tidak lagi dipahami sebagai entitas yang tunggal, utuh, dan statis, melainkan menjadi sesuatu yang cair, dinamis, dan terfragmentasi. Tripathi (2024) menganalogikan identitas di era siber ini sebagai sebuah "arus Heraclitean" sebuah entitas yang selalu berada dalam proses menjadi (*state of becoming*) dan batas-batas antara realitas fisik dan virtual semakin melebur. Sifat identitas digital yang terus berubah ini juga sejalan dengan konsep *liquid identity*, di mana Generasi Z secara fleksibel dan dinamis mengadaptasi identitas mereka mengikuti arus informasi untuk menjaga relevansi di ruang siber (Pramudya dkk., 2025)

Hal ini sejalan dengan fondasi awal manajemen identitas di ruang siber yang dikemukakan oleh Suler (2002), di mana individu, berkat arsitektur teknologi, memiliki kemampuan untuk "mendekonstruksi" diri mereka. Pengguna tidak perlu menampilkan diri mereka secara keseluruhan (*in toto*), melainkan dapat memilah dan menampilkan faset-faset kepribadian tertentu secara terpisah dalam berbagai relung ekosistem digital.

Dalam konteks Generasi Z, ruang siber, khususnya platform media sosial secara visual seperti Instagram telah menjadi arena utama bagi konstruksi identitas tersebut (Bingley dkk., 2026). Fragmentasi identitas digital secara spesifik merujuk pada praktik pemisahan persona ke dalam beberapa wadah digital yang berbeda. Melalui fenomena penggunaan multi-akun, fragmentasi ini termanifestasi secara nyata. Generasi Z memecah narasi identitas mereka ke dalam berbagai klasifikasi akun, yang paling umum dikenal sebagai akun utama (*first account/main account*) dan akun sekunder (*second account* atau *finsta*) (Purwaningtyas & Alicya, 2020). Praktik ini melahirkan apa yang disebut oleh Thohirah dkk. (2025) sebagai dualitas identitas digital, di mana satu individu dapat menghidupkan beberapa realitas sosial secara bersamaan di platform yang sama.

Jika dibedah melalui sudut pandang Teori Dramaturgi Erving Goffman, fragmentasi identitas ini pada dasarnya adalah bentuk adaptasi manajemen kesan (*impression management*) terhadap tata ruang arsitektur digital. Dewi dan Janitra (2018) menegaskan bahwa kepemilikan multi-akun memungkinkan pengguna untuk menyekat panggung interaksi mereka menjadi *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Fragmentasi terjadi karena adanya kebutuhan akan wadah presentasi yang berbeda. Satu sisi digunakan untuk memenuhi ekspektasi sosial publik yang terkurasi secara estetis dan profesional, sementara sisi lain berfungsi sebagai alter ego atau "ruang aman" yang menampung ekspresi spontan dan otentik tanpa tekanan perfeksionisme (Dewi & Janitra, 2018; Sokowati & Manda, 2022).

Oleh karena itu, dalam kerangka kajian ini, fenomena multi-akun tidak dapat direduksi sekadar sebagai tren penggunaan aplikasi, melainkan dapat dipahami pula sebagai sebuah strategi. Memecah identitas menjadi beberapa bagian bukanlah indikasi kebingungan atau krisis identitas, melainkan strategi adaptif dan proaktif yang dilakukan Generasi Z untuk bertahan dalam kompleksitas jaringan sosial online (Bingley dkk., 2026). Dengan melakukan fragmentasi, Generasi Z mengkalkulasi dan menegosiasikan keberadaan mereka, mereka dapat memperoleh validasi dan menjaga reputasi sosial di satu ranah, sambil tetap mempertahankan otonomi psikologis, kebebasan berekspresi, dan katarsis emosional di ranah yang lain (Thohirah dkk., 2025). Fragmentasi identitas digital, pada akhirnya, adalah mekanisme pertahanan sekaligus cara Generasi Z menavigasi tumpang tindihnya peran sosial mereka di era di mana privasi perlahan memudar.

B. Motivasi Penciptaan Multi-Akun pada Generasi Z

Tumbuh sebagai *digital natives* di bawah pengawasan sosial (*social surveillance*) yang konstan membuat Generasi Z menghadapi tekanan yang belum pernah dialami oleh generasi sebelumnya. Dalam ekosistem digital yang serba terbuka, setiap unggahan berpotensi dievaluasi oleh audiens yang sangat heterogen, mulai dari teman sebaya, keluarga, hingga institusi pendidikan. Menghadapi kondisi ini,

motivasi utama Generasi Z dalam menciptakan multi-akun berakar pada apa yang disebut sebagai *privacy calculus* atau kalkulasi privasi (Kurniawan & Hidayanto, 2024). Terlebih lagi, luasnya jangkauan jejaring online dan sifat anonimitas di dalamnya sangat rentan memicu perilaku intimidasi atau *cyberbullying* yang berdampak serius pada kesehatan mental remaja. Oleh karena itu, pembuatan akun alternatif turut didorong oleh insting perlindungan diri untuk menghindari interaksi negatif tersebut (Afralia dkk., 2024).

Alih-alih menolak media sosial sepenuhnya, mereka secara proaktif menimbang risiko dan keuntungan dari pengungkapan diri (*self-disclosure*). Penciptaan akun kedua (*second account* atau *finsta*) menjadi solusi strategis untuk mendapatkan keuntungan ekspresi diri sekaligus meminimalkan risiko penghakiman sosial dari audiens yang tidak diinginkan.

Dorongan paling fundamental dari kalkulasi privasi tersebut adalah pencarian "ruang aman" (*safe space*) di tengah bisingsnya ekspektasi publik. Thohirah dkk. (2025) menemukan bahwa akun utama sering kali terasa membelenggu karena adanya keharusan untuk mematuhi norma-norma sosial yang ideal. Pada akun utama, individu dituntut untuk merawat reputasi dan menampilkan citra yang dapat diterima oleh masyarakat luas. Sebaliknya, *second account* diciptakan dengan motivasi membebaskan diri dari belenggu tersebut, memberikan ruang di mana mereka dapat melepaskan topeng sosial dan mengekspresikan emosi, keluh kesah, atau opini yang dianggap tidak pantas untuk konsumsi publik (Dewi & Janitra, 2018).

Selain faktor privasi, motivasi penciptaan multi-akun juga didorong oleh keinginan untuk melepaskan diri dari tekanan perfeksionisme estetika digital. Sokowati dan Manda (2022) menyoroti bahwa arsitektur platform seperti Instagram secara tidak langsung memaksa penggunaanya untuk selalu tampil sempurna, estetis, dan sukses di akun utama. Hal ini memicu kelelahan psikologis. Oleh karena itu, Generasi Z menciptakan akun kedua sebagai bentuk pemberontakan kecil atau dalam kata lain menciptakan sebuah ruang di mana mereka memiliki "kebebasan" untuk tampil berantakan, spontan, dan tidak terkurasi. Di ruang sekunder inilah realitas keseharian yang

tidak terpolos dapat dibagikan tanpa ketakutan merusak *personal branding* yang telah dibangun dengan susah payah di akun utama (Purwaningtyas & Alicya, 2020).

Tak hanya itu, dalam konteks interaksi sosial, pembuatan multi-akun didasari oleh motif manajemen relasi (*relationship management*). Tandoc Jr., Lou, dan Min (2019) menjelaskan bahwa pengguna media sosial secara aktif menavigasi hambatan struktural dan norma sosial untuk mengelola hubungan mereka. Dengan memiliki lebih dari satu akun, Generasi Z dapat melakukan segmentasi audiens secara presisi (Permana & Sutedja, 2021). Mereka secara sadar memilah siapa yang berhak melihat sisi profesional mereka dan siapa yang cukup dekat untuk melihat sisi rentan mereka.

Meskipun fenomena multi-akun sering kali dikaitkan dengan pengalaman perempuan dalam menavigasi standar kecantikan dan tekanan sosial, laki-laki Generasi Z juga terlibat aktif dalam praktik fragmentasi identitas ini dengan alasan yang tidak kalah kompleks. Berbeda dengan asumsi populer yang menganggap laki-laki minim dalam melakukan pengungkapan diri (*self-disclosure*), penggunaan akun ganda menjadi medium bagi laki-laki untuk membentuk konsep diri yang lebih autentik dan ekspresif di luar tuntutan maskulinitas yang kaku.

Bagi informan laki-laki, akun utama (*first account*) lebih sering diposisikan sebagai etalase profesional yang terkurasi guna membangun citra diri yang positif dan diterima secara sosial. Namun, di dalam akun kedua (*second account*), mereka cenderung menunjukkan sisi psikologis yang lebih rileks, percaya diri, dan emosional, ruang di mana mereka merasa lebih nyaman untuk mengekspresikan hobi, kegelisahan, atau karya personal tanpa takut akan penilaian negatif dari audiens yang lebih luas. Fenomena ini menegaskan bahwa fragmentasi identitas digital bukan sekadar fenomena gender tertentu, melainkan strategi adaptif yang universal bagi Generasi Z untuk memperoleh otonomi psikologis. Dengan begitu, *second account* berfungsi sebagai "jendela" (*open area*) yang memungkinkan mereka untuk menunjukkan sisi diri yang selama ini disembunyikan (*hidden area*) dalam interaksi publik, sehingga tercipta keseimbangan antara

kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial dan kebutuhan mendasar untuk menjadi diri sendiri.

Tak hanya itu, jika dianalisis melalui pendekatan fenomenologi, motivasi penciptaan multi-akun ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua dorongan utama, yakni motif sebab (*because motives*) dan motif tujuan (*in-order-to motives*). Berdasarkan temuan Hapsari dan Febriana (2023) mengenai mahasiswa di Sidoarjo, dalam konteks motif sebab, Generasi Z sering kali terdorong membuat akun alternatif akibat trauma atau pengalaman masa lalu yang tidak menyenangkan di akun utama, seperti menerima komentar negatif yang memicu *insecurity* atau kegelisahan sosial. Sementara itu, berdasarkan motif tujuan, pembuatan akun ganda diproyeksikan untuk kebutuhan masa depan yang sangat spesifik. Generasi Z secara sadar menyekat fungsinya; misalnya satu akun dikhususkan untuk menghindari pelacakan digital saat mengamati (*stalking*) pihak tertentu, sementara akun lainnya murni difungsikan sebagai cadangan preventif apabila akun utama diretas (*di-hack*) atau hilang (Hapsari & Febriana, 2023).

Maka, dapat disimpulkan bahwa motivasi Generasi Z dalam melakukan fragmentasi identitas digital bukanlah sebuah bentuk inkonsistensi kepribadian atau sekadar tren masa muda yang dangkal. Sebaliknya, praktik ini merupakan bentuk negosiasi sosiologis yang sangat cerdas. Melalui strategi multi-akun, Generasi Z berupaya merebut kembali kendali atas narasi diri mereka, menjaga stabilitas emosional, dan mempertahankan otonomi interaksi sosial mereka di tengah era di mana batas antara ruang publik dan ranah privat semakin pudar.

C. Karakteristik dan Pola Multi-Akun

Manifestasi dari strategi fragmentasi identitas digital pada Generasi Z dapat diamati secara konkret melalui karakteristik dan pola penggunaan yang sangat kontras antara akun utama (*main account* atau *first account*) dan akun sekunder (*second account* atau *finsta*). Praktik ini melahirkan sebuah dikotomi presentasi diri yang secara sosiologis mencerminkan pembagian ruang interaksi. Nanda, Asih, dan Walyono (2025) dalam studinya menemukan bahwa terdapat garis batas yang tegas mengenai jenis konten, gaya

bahasa, manajemen waktu, hingga pola interaksi yang diterapkan pengguna pada masing-masing akun tersebut.

Bila dianalisis menggunakan Teori Dramaturgi dari Erving Goffman, akun utama beroperasi layaknya *front stage* (panggung depan). Karakteristik utama dari *front stage* ini adalah manajemen kesan (*impression management*) yang sangat ketat dan terkurasi. Konten yang diunggah pada akun utama cenderung memiliki kualitas visual yang tinggi, estetis, dan sejalan dengan norma-norma sosial arus utama. Karena audiens pada akun utama bersifat luas dan heterogen—mencakup keluarga, dosen, relasi profesional, hingga kenalan jauh—frekuensi unggahan biasanya lebih rendah. Bahasa yang digunakan pun lebih tertata, formal, atau semi-formal, dengan tujuan utama untuk membangun dan merawat reputasi publik serta *personal branding* yang positif (Nanda dkk., 2025; Dewi & Janitra, 2018). Pada panggung ini, Generasi Z menampilkan versi diri mereka yang paling "dapat diterima" secara sosial.

Sebaliknya, *second account* difungsikan secara mutlak sebagai *back stage* (panggung belakang). Karakteristik akun ini berbanding terbalik dengan akun utama; ia menjadi ruang bagi ekspresi yang jauh lebih autentik, spontan, dan tidak terfilter. Purwaningtyas dan Alicya (2020) menyoroti sebuah ironi konseptual yang menarik dalam pola ini: akun kedua yang sering dilabeli publik sebagai "akun palsu" (*fake Instagram/finsta*) justru memuat realitas emosional dan identitas pengguna yang paling "asli". Secara visual, unggahan di *second account* sering kali tampak berantakan, berupa *meme*, atau sekadar foto acak tanpa nilai estetika yang tinggi. Frekuensi unggahannya pun jauh lebih intens, sering kali memanfaatkan fitur privasi tambahan seperti *Close Friends*, dengan gaya bahasa yang sarat akan slang, keluh kesah (*ranting*), dan humor satir (Nanda dkk., 2025).

Pola interaksi yang terbangun dari penggunaan multi-akun ini juga menunjukkan strategi segmentasi audiens yang sangat presisi. Audiens pada *second account* dikurasi secara ketat dan dijaga agar tetap homogen, yakni hanya terdiri dari lingkaran pertemanan terdalam (*inner circle*) yang dianggap memiliki frekuensi pemikiran dan tingkat

toleransi yang sama. Praktik ini sejalan dengan konsep *platform-swinging* yang diadaptasi dalam konteks multi-akun, di mana pengguna secara sadar berayun atau berpindah dari satu persona ke persona lainnya untuk melakukan manajemen relasi (Tandoc Jr. dkk., 2019).

Dalam penelitian Hapsari, S. I., & Febriana, P. (2023) ditemukan pola bahwa pengguna multi-akun tidak hanya memisahkan identitas berdasarkan tingkat privasi, tetapi juga berdasarkan fungsi sosial dan aktivitas tertentu. Dalam praktiknya, Generasi Z kerap memiliki akun yang berbeda untuk kebutuhan akademik, bisnis, organisasi, *fandom*, akun spam, hingga akun cadangan apabila akun utama mengalami peretasan.

Dalam konteks ini, akun akademik misalnya, digunakan untuk membagikan tugas kuliah, informasi pendidikan, maupun aktivitas akademis tanpa mengganggu estetika dan interaksi personal pada akun utama. Praktik tersebut menunjukkan adanya kesadaran Generasi Z terhadap pentingnya diferensiasi konteks komunikasi digital. Identitas sebagai mahasiswa, anggota organisasi, pelaku bisnis, maupun anggota komunitas *fandom* diposisikan sebagai identitas-identitas sosial yang perlu dikelola secara terpisah agar tidak saling bertabrakan dalam satu ruang audiens yang sama.

Pada bentuk operasional lainnya yaitu pemanfaatan akun sebagai ruang aktivitas penggemar (*fandom*) atau yang dikenal luas dengan istilah akun *fangirl*. Secara sosiologis, pembentukan akun khusus *finsta* untuk kebutuhan *fangirl* ini menunjukkan adanya keterikatan emosional yang mendalam (*deep emotional attachment*) terhadap teks budaya populer tertentu (Sugihartati, 2019). Pola ini terbentuk karena akun utama dinilai tidak mampu menampung intensitas ekspresi tersebut tanpa mengorbankan estetika profesional atau memicu kejenuhan bagi pengikut (*followers*) umum yang heterogen.

Fleksibilitas platform Instagram memungkinkan satu pengguna untuk mengelola dua hingga lima akun secara bersamaan dalam satu perangkat (*device*) tanpa perlu melakukan proses *log out*. Kemudahan teknologi inilah yang mendorong lahirnya ragam karakteristik akun yang sangat pragmatis. Selain akun *fandom*, Generasi Z

juga kerap memisahkan akun khusus untuk aktivitas perkuliahan guna menghindari *spam* di akun utama, serta memisahkan akun bisnis agar etalase komersial mereka tidak bercampur dengan kehidupan personal. Menariknya, pada akun-akun alternatif ini, pengguna dengan sengaja mengaburkan identitas asli mereka, baik melalui penggunaan foto profil anonim maupun pemilihan nama pengguna (*username*) yang tidak melambangkan nama asli, demi menciptakan ruang berekspresi yang sepenuhnya terbebas dari tuntutan kesempurnaan panggung depan (Hapsari & Febriana, 2023).

Melalui akun khusus penggemar ini, pola interaksi yang terbangun bergeser dari hubungan interpersonal dunia nyata menjadi hubungan berbasis komunitas siber (*online fandom communities*). Di ruang inilah mereka menemukan ekosistem interaksi sosial yang homogen. Sebuah wadah di mana obsesi, antusiasme, dan hobi mereka dapat divalidasi dan diterima sepenuhnya tanpa takut dianggap kekanak-kanakan atau dinilai aneh oleh lingkaran pertemanan biasa. Maka dari itu, karakteristik multi-akun dalam pola ini menegaskan bahwa fragmentasi adalah cara taktis Generasi Z untuk menghidupkan berbagai faset kegemaran mereka secara aman dan terfokus di ruang digital.

Fenomena ini menunjukkan bahwa fragmentasi identitas digital pada Generasi Z bersifat multifungsi dan modular, di mana satu individu dapat memainkan berbagai peran sosial secara simultan melalui akun-akun yang berbeda. Sehingga, multi-akun tidak hanya berfungsi sebagai pemisah antara ruang publik dan privat, tetapi juga menjadi strategi pengelolaan identitas yang disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi, relasi sosial, dan aktivitas digital tertentu.

Secara keseluruhan, karakteristik dan pola multi-akun ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial oleh Generasi Z merepresentasikan sebuah evolusi interaksi sosial yang kompleks, di mana medium teknologi digunakan secara taktis untuk mengelola tumpang tindihnya ekspektasi sosial. Kondisi tersebut juga sejalan dengan konsep *audience segregation* dalam teori dramaturgi Erving Goffman, yaitu upaya individu memisahkan audiens sosial agar

setiap peran yang dimainkan dapat dipertahankan secara konsisten dalam konteks tertentu.

Melalui pemisahan ruang interaksi yang tegas antara panggung depan dan panggung belakang, Generasi Z berupaya menyeimbangkan tuntutan konformitas sosial dengan kebutuhan mendasar manusia akan kebebasan berekspresi.

D. Evolusi Interaksi Sosial: Dari Tekanan Publik Menuju Solidaritas Komunitarian

Keberadaan *second account* pada dasarnya menandakan sebuah evolusi interaksi sosial digital di kalangan Generasi Z. Jika panggung depan pada akun utama sering kali terjebak pada interaksi yang dangkal, superfisial, atau bahkan berorientasi pada pertukaran transaksional, panggung belakang justru memfasilitasi kebutuhan dasar manusia akan keterikatan sosial yang bermakna. Perkembangan ini menunjukkan bahwa Generasi Z secara aktif mengarahkan perubahan teknologi untuk memprioritaskan evolusi sosial dan kemanusiaan, alih-alih sekadar mengejar validasi atau keuntungan komersial semata. Rahmaddanial dan Fahmi (2025) menjelaskan bahwa Generasi Z menggunakan ruang-ruang digital yang lebih privat ini untuk menumbuhkan nilai-nilai komunitarianisme, seperti solidaritas, empati, dan rasa tanggung jawab kolektif yang kuat.

Di dalam ekosistem *second account*, interaksi tidak lagi didorong oleh obsesi terhadap metrik popularitas, melainkan oleh pencarian dukungan emosional dan pembentukan identitas kolektif. Sebagai contoh, melalui komunitas digital yang lebih kecil dan homogen seperti *fandom* atau lingkaran pertemanan terdekat, individu yang mungkin merasa terasing atau tertekan di dunia nyata maupun di panggung publik dapat menemukan ruang yang aman dan inklusif. Di ruang inilah mereka bisa berbagi pengalaman, keluh kesah, kesehatan mental, dan dukungan moral secara tulus tanpa takut dihakimi. Pada akhirnya, fragmentasi identitas melalui *second account* menjadi strategi adaptif Generasi Z untuk menciptakan jaringan sosial yang saling menguatkan di tengah kerasnya tekanan pengawasan era digital.

E. Implikasi dan Dampak Fragmentasi Identitas Digital

Praktik fragmentasi identitas digital melalui penggunaan multi-akun pada dasarnya beroperasi layaknya pisau bermata dua bagi Generasi Z. Di satu sisi, strategi ini menawarkan fungsi katarsis dan resolusi psikologis yang nyata. Sebagaimana dikemukakan oleh Thohirah dkk. (2025), keberadaan *second account* bertindak sebagai penyangga dari kerasnya tekanan sosial di ruang siber. Melalui fragmentasi ini, pengguna berhasil menciptakan "ruang aman" yang memfasilitasi kebebasan berekspresi tanpa harus mengorbankan stabilitas reputasi profesional atau akademis mereka di akun utama. Dalam kerangka kalkulasi privasi (*privacy calculus*), hal ini dinilai sebagai bentuk keberhasilan manajemen risiko, di mana individu mampu memaksimalkan kepuasan interaksi sosial sambil menekan potensi kecemasan privasi (*privacy anxiety*) dari pengawasan audiens yang tidak diinginkan (Kurniawan & Hidayanto, 2024).

Namun, apabila dikaji melalui lensa sosiologis dan psikologi media yang lebih kritis, strategi fragmentasi ini melahirkan dampak yang kompleks. Salah satu implikasi paling mendasar adalah munculnya apa yang disebut oleh Sokowati dan Manda (2022) sebagai "ilusi kebebasan" (*illusion of freedom*). Meskipun pengguna merasa bebas dan otonom saat berekspresi di *second account*, mereka pada hakikatnya tetap terjebak dalam ekosistem pengawasan media sosial itu sendiri. Kebebasan tersebut bersifat semu karena pengguna secara terus-menerus harus mencurahkan energi kognitif dan emosional untuk memisahkan, mengelola, dan mengingat "topeng" mana yang sedang mereka kenakan. Upaya mempertahankan batas yang tegas antara *front stage* (panggung

depan) dan *back stage* (panggung belakang) dalam jangka panjang rentan memicu kelelahan digital (*digital burnout*), mengingat pengguna dituntut untuk terus-menerus mengkurasi informasi berskala besar di beberapa panggung yang berbeda secara bersamaan (Saidah & Trianutami, 2022).

Implikasi sosiopsikologis lainnya yang tidak kalah krusial adalah potensi terjadinya ambiguitas atau disonansi identitas. Purwaningtyas dan Alicya (2020) menyoroti bahwa pemisahan diri ke dalam "akun asli" dan "akun palsu" sering kali mengaburkan batas ontologis mengenai representasi diri mana yang sebenarnya paling merepresentasikan realitas individu tersebut. Ketika seorang individu dari Generasi Z terlalu sering melakukan *platform-swinging* atau berayun dari satu persona ke persona lain secara ekstrem, koherensi identitas mereka dapat terganggu (Tandoc Jr. dkk., 2019; Bingley dkk., 2026). Terdapat risiko di mana individu menjadi begitu teralienasi dari representasi idealnya di *main account*, sehingga mereka hanya merasa "hidup" atau "asli" ketika bersembunyi di balik anonimitas atau audiens terbatas pada *second account*.

Secara konseptual, dampak-dampak ini menunjukkan bahwa fragmentasi identitas digital bukanlah sekadar produk akhir dari penggunaan teknologi, melainkan sebuah siklus adaptasi yang terus berjalan. Fenomena multi-akun membuktikan bahwa Generasi Z adalah agen sosial yang aktif dalam menegosiasikan identitas mereka (Bingley dkk., 2026). Akan tetapi, tantangan terbesarnya kini terletak pada bagaimana individu mengelola kepingan-kepingan identitas tersebut agar tidak bermuara pada krisis identitas, melainkan terintegrasi secara sehat ke dalam kesadaran diri yang utuh di dunia nyata maupun virtual (Tripathi, 2024).

difungsikan sebagai panggung depan (*front stage*) yang menuntut manajemen kesan yang ketat, kepatuhan pada norma sosial publik, dan kurasi estetis untuk membangun reputasi profesional. Sebaliknya, akun kedua (*second account* atau *finsta*) dioperasikan sebagai panggung belakang (*back stage*), yakni sebuah ruang aman (*safe space*) eksklusif yang memfasilitasi kebebasan berekspresi, katarsis

4. Simpulan dan Saran

Fenomena kepemilikan multi-akun di platform Instagram oleh Generasi Z bukanlah sekadar tren konsumsi teknologi yang dangkal, melainkan sebuah strategi fragmentasi identitas digital yang disengaja dan terkalkulasi. Melalui lensa dramaturgi Erving Goffman, Generasi Z secara aktif membagi ruang interaksi mereka ke dalam dua panggung utama. Akun utama (*main account*)

emosional, hingga aktivitas subkultur (*fandom*) secara autentik dan spontan.

Motivasi utama di balik strategi ini berakar pada kalkulasi privasi (*privacy calculus*), di mana Generasi Z berupaya menegosiasikan kebutuhan berekspresi dengan tekanan pengawasan sosial (*surveillance*) di ruang siber. Multi-akun digunakan bukan semata-mata untuk menyembunyikan identitas, melainkan untuk mengatur distribusi peran sosial, menjaga batas privasi, membangun relasi sosial tertentu, serta mempertahankan kontrol terhadap representasi diri di ruang digital.

Lebih jauh, fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi. Jika dalam teori dramaturgi klasik batas antara *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) ditentukan oleh ruang fisik, maka di era digital batas tersebut dibentuk oleh pengaturan privasi, algoritma platform, dan cara pengguna mengelola akun media sosial mereka. Pemisahan identitas melalui multi-akun bukan sekadar upaya untuk melarikan diri dari realitas, melainkan strategi Generasi Z untuk menjaga kebebasan berekspresi, mengelola hubungan sosial, serta mempertahankan kendali atas identitas mereka di tengah berbagai tuntutan dan penilaian publik di media sosial.

Namun, fragmentasi identitas ini menghadirkan dualitas dampak. Di satu sisi, ia menjadi mekanisme pertahanan psikologis yang efektif. Di sisi lain, praktik pemisahan persona yang ekstrem dan terus-menerus berisiko melahirkan ilusi kebebasan, memicu kelelahan digital (*digital burnout*), dan menciptakan ambiguitas atau disonansi identitas di mana individu kehilangan koherensi atas representasi diri mereka yang sesungguhnya. Oleh karena itu, fenomena ini perlu dipahami secara lebih mendalam oleh berbagai pihak, termasuk institusi pendidikan. Perilaku digital Generasi Z tidak seharusnya dipandang hanya sebagai aktivitas pencitraan diri, tetapi juga sebagai proses sosial yang kompleks, di mana identitas, nilai, dan cara berinteraksi terus dibentuk serta dinegosiasikan melalui ruang digital.

Berdasarkan simpulan di atas, terdapat beberapa saran praktis dan akademis yang dapat diajukan. Secara praktis, Generasi Z

disarankan untuk lebih bijak dan memiliki kesadaran penuh (*mindfulness*) dalam mempraktikkan fragmentasi identitas digital. Pengguna perlu menetapkan batasan emosional dan batasan waktu layar (*digital boundaries*) yang jelas untuk mencegah terjadinya kelelahan digital (*digital burnout*). Pengelolaan multi-akun sebaiknya tetap diimbangi dengan interaksi sosial di dunia nyata agar pengguna tidak mengalami disonansi identitas dan tetap memiliki kesadaran diri yang koheren.

Secara akademis, penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas cakupan kajian mengenai fenomena multi-akun ini. Peneliti di masa depan dapat menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed-methods*) untuk mengukur secara statistik seberapa signifikan korelasi antara intensitas penggunaan *second account* dengan tingkat kecemasan sosial atau kelelahan digital. Selain itu, kajian lanjutan juga dapat mengadopsi pendekatan etnografi digital secara mendalam guna mengobservasi langsung pola interaksi keseharian dan pertukaran budaya yang terjadi di dalam ekosistem panggung belakang (*back stage*) tersebut, serta membandingkannya dengan platform lain di luar Instagram.

Daftar Pustaka

- Afralia, A., Safitri, D., & Sujarwo. (2024). Analisis Penyebab Maraknya Cyberbullying di Era Digital pada Remaja. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(2), 70-80. <https://doi.org/10.61722/jimi.v2i2>
- Alamsyah, A. G., Ardelisma, A., Nugraha, A., & Jannah, M. (2025). Second Instagram accounts: A study of Generation Z's self-identity in Medan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 9(1), 62-77. <https://doi.org/10.22146/la.38102>
- Arifa, M., & Sari, R. P. (2023). Konsep Diri dan Pengungkapan Diri Laki-Laki dalam Multi Account Instagram. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 3(1), 35-46. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol3.iss1.art4>

- Audah, S., & Idaman, N. (2025). Penggunaan media sosial Instagram dalam membangun self-affirmation (Studi fenomenologi pada followers akun Instagram @proud.project). *Ikon*, 30(1), 1-9. <https://doi.org/10.37817/ikon.v30i1>
- Bingley, W. J., Worthy, P., Wiles, J., & Haslam, S. A. (2026). A social identity theory of digital identity. *Perspectives on Psychological Science*, 1-37. <https://doi.org/10.1177/17456916261419813>
- Budiyanto, R. N. A., & Aisyah, V. N. (2022). Self disclosure analysis of first account and second account users on Instagram among students. *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH)*, 515-525.
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi dalam media sosial: Second account di Instagram sebagai alter ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 52-61. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1213>
- Hapsari, S. I., & Febriana, P. (2023). *Makna penggunaan multiple account Instagram bagi mahasiswa di kota Sidoarjo* [Presentasi PowerPoint]. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Khairunnisa, Hariyonob, D. S., & Aprianty, R. A. (2025). Analysis of single account and multiple account users on Instagram social media: A comparative review of self-disclosure. *Jurnal Psikologi Prima*, 8(2), 233-244.
- Kurniawan, A. L., & Hidayanto, S. (2024). Gen Z's privacy calculus on using a second Instagram account. *International Journal of Advanced Multidisciplinary (IJAM)*, 3(2), 241-255. <https://doi.org/10.38035/ijam.v3i2>
- Nanda, V., Asih, S., & Walyono. (2025). Dualitas digital: Mengungkap fenomena "finsta" dan strategi komunikasi Gen Z pada second account di media Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 582-594. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4503>
- Nugraha, I., Sukmarini, A. V., & Yusuf, M. (2023). Second account Instagram as Gen Z's self identity: A study of cultural phenomenon of self-expression. *Journal La Sociale*, 4(5), 489-508. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v4i5.1952>
- Pelapory, N. C. M., & Chairil, A. M. (2025). Pembentukan identitas virtual Generasi Z pada penggunaan akun kedua (second account) Instagram. *Hulondalo: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 85-99. <https://doi.org/10.51214/hulondalo.v4i1.1501>
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis perilaku pengguna akun kedua di media sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195-1202.
- Pramudya, K., Sujarwo, & Safitri, D. (2025). Media Sosial X dalam Membentuk Identitas Sosial Digital Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(2), 178-183. <https://doi.org/10.61722/jipm.v3i2.807>
- Prastiti, J. P., & Taufiq, A. (2025). Self-branding in Instagram as a dramaturgical stage: A sociological perspective. *JSSH (Jurnal Sains Sosio Humaniora)*, 9(1).

- <https://doi.org/10.22437/jssh.v9i1.39610>
- Purwaningtyas, M. P. F., & Alicya, D. A. (2020). The fragmented self: Having multiple accounts in Instagram usage practice among Indonesian youth. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 1(2), 171-182. <https://doi.org/10.22146/jmki.54848>
- Putranto, T. D., Murwani, E., & Prasetyo, D. (2025). Instagram multiple accounts: A self-presentation by Generation Z. *Jurnal Studi Komunikasi*, 9(3), 783-792. <https://doi.org/10.25139/jsk.v9i3.10756>
- Rahmad, W. O. D. C., Mau, M., & Akbar, M. (2025). Self-disclosure mahasiswa Ilmu Komunikasi di Instagram: Studi kualitatif tentang ekspresi diri di era digital. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 9-15. <https://doi.org/10.31294/jika.v12i1.11582>
- Rahmaddanial, I., & Fahmi, R. (2025). Komunitarianisme dan Digitalisasi: Peran Gen Z dalam Membangun Hubungan Sosial di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 12(1), 13-26.
- Saidah, M., & Trianutami, H. (2022). Dramaturgy in identity formation on social media: A study on second account ownership on Instagram. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 267-281. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v14i2.2819>
- Sokowati, M. E., & Manda, S. (2022). Multiple Instagram accounts and the illusion of freedom. *Komunikator*, 14(2), 127-136. <https://doi.org/10.18196/jkm.15914>
- Sugihartati, R. (2019). The identity fragmentation of youths as fans of global popular culture. *Pertanika* *Journal of Social Sciences & Humanities*, 27(2), 1007-1022.
- Suler, J. R. (2002). Identity management in cyberspace. *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 4(4), 455-459.
- Susanti, A. F., & Safitri, D. (2021). Dismilaritas Kecanduan Pemakaian Media Sosial Generasi Y dan Generasi Z. *Edukasi IPS*, 5(2), 37-45. <https://doi.org/10.21009/EIPS.005.2.05>
- Tandoc Jr., E. C., Lou, C., & Min, V. L. H. (2019). Platform-swinging in a poly-social-media context: How and why users navigate multiple social media platforms. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(1), 21-35. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy022>
- 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), 82-94. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15291107>
- Tripathi, R. L. (2024). Fragmented selves: Identity, consciousness and reality in the digital age. *Open Access Journal of Data Science & Artificial Intelligence*, 2(1), 1-6. <https://doi.org/10.23880/oajda-16000148>
- Winduwati, S., & Irena, L. (2024). Dramaturgy and the phenomenon of Instagram multi-account usage among Gen Z in Bali. *Fikom Untar*.