

**DUA WAJAH DIGITAL: EKSPLORASI IDENTITAS DAN MANAJEMEN  
IMPRESI MAHASISWA DALAM PENGGUNAAN ‘SECOND ACCOUNT’  
INSTAGRAM**



**Oleh:**

**Malikatun Khasanatil Marwah TS**

**NIM: 22200012107**

**TESIS**

Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh

Gelar Master of Art (M.A.)

Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi Bimbingan Dan Konseling Islam

**YOGYAKARTA**

**2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Malikatun Khasanatil Marwah TS

NIM : 22200012107

Jenjang : Magister

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Bimbingan dan Konseling Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Saya yang menyatakan,



Malikatun Khasanatil Marwah TS

NIM: 22200012017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Malikatun Khasanatil Marwah TS, S.Sos.  
NIM : 22200012107  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies  
Konsentrasi : Bimbingan dan Konseling Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Malikatun Khasanatil Marwah TS, S.Sos.  
NIM: 22200012107



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-796/Un.02/DPPs/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : Dua Wajah Digital: Eksplorasi Identitas dan Manajemen Impresi Mahasiswa dalam Penggunaan 'Second Account' Instagram

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MALIKATUN KHASANATIL MARWAH TS, S.Sos  
Nomor Induk Mahasiswa : 22200012107  
Telah diujikan pada : Senin, 21 Juli 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6080cd892c263

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Subi Nur Isnaini  
SIGNED



Valid ID: 6089814a5f7b0

Penguji II

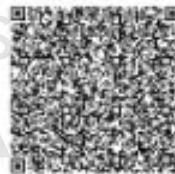
Najib Kailani, Ph.D.  
SIGNED



Valid ID: 608c264b43f0d

Penguji III

Dr. Ramadhamita Mustika Sari  
SIGNED



Valid ID: 608c667d9018f

Yogyakarta, 21 Juli 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Moch. Nur Ichwan, S.Ag., M.A.  
SIGNED



## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada, Yth.  
Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**DUA WAJAH DIGITAL: EKSPLORASI IDENTITAS DAN MANAJEMEN  
IMPRESI MAHASISWA DALAM PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT  
INSTAGRAM**

Yang ditulis oleh:

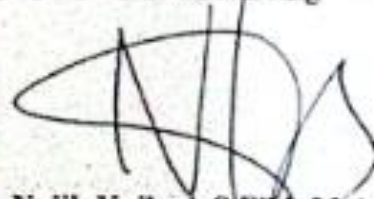
Nama : Malikatun Khasanatil Marwah TS, S.Sos.  
NIM : 22200012107  
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies  
Jenjang : Magister  
Konsentrasi : Bimbingan dan Konseling Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts (M.A.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Pembimbing



Najib Kailani, S.F.I., M.A., Ph.D.

## ABSTRAK

Tesis ini mengeksplorasi praktik mahasiswa dalam menggunakan akun ganda di Instagram sebagai strategi untuk mengelola identitas dan impresi diri di dunia maya. Berbeda dengan studi yang berfokus pada kepribadian ganda dalam psikologi klinis, penelitian ini menganalisis bagaimana mahasiswa menavigasi diri untuk membentuk manajemen kesan di ranah digital. Penelitian ini mengkaji fenomena penggunaan *second account* Instagram oleh mahasiswa, guna memperkaya literatur konseling tentang bagaimana individu membangun konsep diri, menghadapi dilema identitas, menyesuaikan diri di tengah tuntutan sosial yang berkembang di media sosial.

Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan metode fenomenologi, yang bertujuan untuk memahami makna subjektif pengalaman mahasiswa dalam mengelola identitas mereka melalui akun utama (*first account*) dan akun kedua (*second account*) di Instagram. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap 9 informan perempuan, yang didasarkan pada relevansi topik penelitian dengan isu-isu perempuan terkini di media sosial, terutama terkait standar kecantikan dan tekanan psikologis.

Tesis ini menunjukkan adanya dualitas yang jelas dalam konstruksi identitas mahasiswa di Instagram, merefleksikan teori dramaturgi Erving Goffman tentang "panggung depan" (*front stage*) dan "panggung belakang" (*backstage*). Pada akun utama, mahasiswa mengonstruksi identitas yang ideal, terkurasi, dan berorientasi publik untuk membangun reputasi positif dan memperoleh validasi sosial, meskipun hal ini seringkali menimbulkan kecemasan dan tekanan untuk selalu tampil sempurna. Sebaliknya, akun kedua berfungsi sebagai ruang aman yang lebih privat, memungkinkan ekspresi diri yang autentik, spontan, dan tanpa *filter*, yang memberikan rasa lega, tenang, dan kebahagiaan karena terbebas dari penilaian eksternal. Akun kedua juga menjadi ruang eksperimen Identitas sebelum memutuskan elemen apa yang layak ditampilkan di "panggung depan".

Strategi manajemen impresi yang diterapkan mahasiswa dalam membedakan citra diri antara kedua akun ini meliputi: 1) pemilihan dan kurasi konten yang selektif pada akun utama, hanya menampilkan sisi positif dan pencapaian; 2) pengelolaan persepsi eksternal yang cermat di akun utama dengan menyensor diri dari konten kontroversial; 3) pengaturan privasi dan fitur arsip pada akun utama untuk menjaga konsistensi citra publik; 4) ekspresi diri tanpa hambatan dan autentisitas pada akun kedua dengan konten mentah dan spontan; 5) segmentasi audiens yang ketat pada akun kedua, membatasinya hanya untuk teman terdekat; dan 6) eksperimen Identitas pada akun kedua sebagai "kotak pasir digital" berisiko rendah. Dampak emosional dari strategi ini menunjukkan bahwa akun kedua berfungsi sebagai cara efektif untuk menjaga keseimbangan psikologis di tengah tuntutan media sosial yang kompleks.

**Kata Kunci:** *Identitas Digital, Manajemen Impresi, Second Account Instagram, Mahasiswa, Dramaturgi Goffman.*

## **MOTTO**

*"Dua akun, dua cerita, satu diri yang berbeda"*



## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, puji syukur tak terhingga saya panjatkan kehadiran Allah SWT, *Rabb* semesta alam, Dzat Yang Maha Pengasih lagi Maya Penyayang, sumber segala ilmu, kekuatan, dan hidayah-Nya. Atas rahmat dan karunia, karya ini dapat terselesaikan.

Penulis persembahkan tesis ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak H. Trimo Fahrudiono, S.Ag. dan Ibu Hj. Siti Hidayati, yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, doa tulus, dukungan tak terbatas, dan pengorbanan tanpa pamrih.
2. Kakak-kakakku tersayang (kak Ani Susilawati, M.Hum; kak Dr. Erni Zuliana, M.Pd.I; kak Akhadiatus Sholihah, M.Pd; para kakak iparku kak Muhammad Yusuf; kak Wahyu Iskandar; dan kak Cipta Yulis Prayoga; mereka pendahulu-pendahuluku yang selalu menjadi contoh, pendukung setia, dan sumber inspirasi dalam setiap langkah hidupku. Terima kasih atas nasehat terutama tentang penulisan tesis ini, tawa, dan kebersamaan yang tak ternilai harganya.
3. Teman-teman terhebatku, kalian adalah penyemangat di kala suka dan duka. Terima kasih atas tawa, dukungan, dan kenangan indah
4. Dan yang terakhir, terima kasih untuk diriku sendiri yang masih semangat, tidak menyerah dan tetap berusaha tegar untuk terus dapat menyelesaikan tesis ini. KAMU HEBAT!!! KAMU KEREN!!!

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji Syukur kehadiran Allah SWT. Tuhan semesta alam, atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Dua Wajah Digital: Eksplorasi Identitas dan Manajemen Impresi Mahasiswa dalam Penggunaan Second Account Instagram” sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Master of Art (M.A.) pada Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies, Konsentrasi Bimbingan dan Konseling Islam, Pascasarjana UIN sunan kalijaga Yogyakarta.

Tesis ini merupakan hasil dari sebuah perjalanan penelitian yang mendalam, berupaya menyelami fenomena menarik dan relevan di era digital saat ini: bagaimana mahasiswa menavigasi identitas mereka dan mengelola impresi diri melalui penggunaan akun ganda di Instagram. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memperkaya khazanah literatur, khususnya dalam konteks ilmu bimbingan dan konseling serta kajian media sosial di Indonesia.

Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga



2. Bapak Prof. Dr. Moch. Nur. Ichwan, S.Ag., M.A. Selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
3. Bapak Ahmad Rafiq, S.Ag., M.A, Ph.D. Selaku Wakil Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
4. Bapak Najib Kailani, S.Fil.I., M.A., Ph.D. Selaku Ketua Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sekaligus Dosen Pembimbing.
5. Ibu Dr. Subi Nur Isnaini, M.A. Selaku Sekertaris Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies UIN Sunan Kalijaga.
6. Seluruh keluarga, rekan dan sahabat, yang telah membantu dan mendukung untuk menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran senantiasa penulis harapkan. Penulis juga berharap, semoga karya ini dapat bermanfaat dikemudian hari. Aaamiiin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Penulis



**Malikatun Khasanatil Marwah TS**

**NIM. 22200012107**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian.....	9
D. Kajian Pustaka.....	11
E. Kerangka Teoretis.....	14
1. Panggung Depan ( <i>Front Stage</i> ).....	17
2. Panggung Belakang ( <i>Backstage</i> ).....	17
F. Metode Penelitian.....	21
G. Sistematika Pembahasan.....	24
BAB II.....	27
PERKEMBANGAN DUNIA DIGITAL DI INDONESIA.....	27
A. Pendahuluan.....	27
B. Perkembangan Dunia Digital di Indonesia.....	28
C. Teori Identitas dan Media Sosial.....	31
D. Instagram Sebagai Medium Representasi Identitas.....	35
E. Fenomena <i>First Account</i> vs <i>Second Account</i> .....	37
F. Perempuan dan Instagram.....	40

G. Kesimpulan .....	42
BAB III.....	44
PRESENTASI IDENTITAS DIRI MAHASISWA DI <i>FIRST ACCOUNT</i> INSTAGRAM.....	44
A. Pendahuluan.....	44
B. Konseptualisasi Presentasi Diri dan Teori Dramaturgi Goffman .....	45
C. Karakteristik <i>First Account</i> Instagram sebagai <i>Front Stage</i> Mahasiswa..	48
D. Manajemen Impresi Mahasiswa di <i>First Account</i> Instagram.....	51
1. Pemilihan Konten yang Selektif dan Terkurasi .....	52
2. Pemanfaatan Estetika Visual dan Alat <i>Editing</i> .....	53
3. Pengaturan Privasi Akun.....	53
4. Penggunaan Fitur Arsip.....	54
5. Penyesuaian Diri dengan Norma Sosial dan Ekspektasi Audiens .....	54
E. Audiens Luas dan Tekanan Sosial di <i>First Account</i> .....	55
F. Motivasi di Balik Presentasi Diri Ideal Mahasiswa di Akun Utama .....	59
G. Dampak Penggunaan Akun Utama Sebagai <i>Front Stage</i> Terhadap Mahasiswa.....	63
H. Kesimpulan .....	67
BAB IV .....	70
IDENTITAS GANDA: MANAJEMEN TAYANGAN DAN IDENTITAS DIRI DI <i>SECOND ACCOUNT</i> INSTAGRAM.....	70
A. Pendahuluan.....	70
B. Pengertian Dan Karakteristik Akun Instagram Kedua.....	72
1. Front Stage (First Account): Persona Publik .....	76
2. Backstage (Second Account): Diri Autentik.....	78
C. Motivasi Untuk Pembuatan Akun Ganda: Respon Strategis Terhadap Tekanan Digital.....	83
1. Privasi dan Eksklusivitas.....	84
2. Ekspresi Diri Tanpa Hambatan dan Ventilasi Emosional.....	85
3. Pelarian dari Tekanan dan Harapan Sosial.....	86
4. Tujuan Fungsional Khusus.....	88
D. Strategi Manajemen Tayangan: Membedakan Citra Diri .....	89
1. Akun Pertama: Persona Publik yang Dikuratori .....	89
2. Akun Kedua: Diri Pribadi yang Autentik.....	91

E. Analisis Komparatif Konten dan Pola Penggunaan Akun Instagram .....	94
1. Jenis konten.....	95
2. Pola Penggunaan .....	99
3. Gaya interaksi.....	101
4. Ekspresi Diri.....	103
F. Dimensi Emosional dan Psikologis dari Penggunaan Akun Ganda.....	105
G. Kesimpulan .....	106
BAB V.....	109
PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan .....	109
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA .....	112
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	121

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Gambar Bentuk Feed pada Instagram dari @instagram/Instagram.com .....	32
Gambar 2 Fitur Instagram Close Friends @Instagram/Instagram.com .....	34
Gambar 3 Gambar First Account Instagram (Kiri) @akun_anonim dan Second Account Instagram (Kanan)@akun_anonim.....	38
Gambar 4 Kasus Selebgram Fujianti Utami yang Mengalami Perundungan Daring dengan Frasa “Aura Maghrib”/@Intipseleb.....	41
Gambar 5 Contoh Story Instagram ‘Random’ yang Diunggah Dewi di Akun Kedua/@akun_anonim.....	79
Gambar 6 Gambar Akun Pertama (Kiri) dan Akun Kedua (Kanan) (Sumber Instagram Tina) @akun_anonim.....	81

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Tesis ini menginvestigasi praktik mahasiswa yang mempunyai akun ganda di sosial media sebagai cara untuk menavigasi diri dalam pergaulan sosial di dunia maya. Berbeda dengan studi yang menekankan pada kepribadian ganda (*dissociative identity disorder*) dalam psikologi klinis, tesis ini menunjukkan cara bagaimana mahasiswa menavigasi diri untuk membentuk manajemen kesan di dalam dunia maya.

Meskipun baik *dissociative identity disorder* (DID) maupun penggunaan akun ganda di media sosial melibatkan konsep “identitas ganda”, keduanya sangat berbeda secara fundamental. DID adalah kondisi klinis serius yang di tandai oleh keberadaan dua atau lebih keadaan kepribadian yang tidak disengaja (*alter*) yang mengambil alih kendali, berakar pada trauma masa kanak-kanak yang parah dan berkepanjangan, disertai amnesia dan gangguan fungsional.<sup>1</sup> Sebaliknya, praktik mahasiswa menggunakan akun ganda di media sosial adalah strategi manajemen identitas adaptif yang non-patologis, dimana individu secara sadar atau sadar mengkurasi dan menampilkan berbagai persona atau aspek dari satu diri mereka yang kohensif kepada audien yang berbeda.<sup>2</sup> Dengan kata lain, DID adalah

---

<sup>1</sup> Bethany L. Brand et al., “Separating Fact from Fiction: An Empirical Examination of Six Myths About Dissociative Identity Disorder,” *Harvard Review of Psychiatry* 24, no. 4 (July 1, 2016): 257.

<sup>2</sup> Shanyang Zhao, Sherri Grasmuck, and Jason Martin, “Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships,” *Computers in Human Behavior* 24, no. 5 (September 1, 2008): 1816–36.

kegagalan struktural diri akibat trauma, sementara manajemen identitas digital adalah upaya strategis untuk menavigasi interaksi sosial di dunia maya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara drastis sisi kehidupan manusia. Hal ini termasuk bagaimana orang berinteraksi, bersosialisasi, dan bahkan membentuk jati diri mereka. Media sosial, khususnya telah menjadi platform sentral yang memungkinkan individu untuk mempresentasikan diri di hadapan publik virtual. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling populer, fungsinya tidak hanya terbatas pada berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai cerminan identitas dan gaya hidup penggunanya.<sup>3</sup>

Mahasiswa, sebagai bagian dari *digital native* yang lahir pada tahun 1990-an sangat akrab dengan penggunaan media sosial.<sup>4</sup> Mereka tumbuh besar di tengah banjir informasi dan interaksi daring, menjadikan platform seperti Instagram sudah jadi bagian tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Di satu sisi, Instagram menawarkan ruang ekspresi diri yang luas, memungkinkan mahasiswa untuk membangun citra diri yang diinginkan. Di sisi lain, tekanan untuk tampil sempurna dan selalu *on* di dunia maya dapat menimbulkan ketegangan psikologis.<sup>5</sup> Fenomena ini semakin menarik ketika muncul praktik penggunaan *second account* ini tidak hanya sekedar akun cadangan, melainkan sebuah ruang alternatif yang

---

<sup>3</sup> Marco Marabelli and Sue Newell, "The Materiality of Impression Management in Social Media Use: A Focus on Time, Space and Algorithms," 2016.

<sup>4</sup> Marc Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants," vol. 9 (MCB University Press, 2001).

<sup>5</sup> Andrew K. Przybylski et al., "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out," *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1841–48.



memungkinkan mereka untuk menampilkan sisi lain dari identitas yang tidak atau jarang dipublikasikan di akun utama mereka.<sup>6</sup>

Penggunaan *second account* Instagram ini mengindikasikan adanya upaya strategis dari mahasiswa untuk memisahkan berbagai aspek identitas mereka, menyesuaikan presentasi diri dengan audiens yang berbeda, dan secara efektif melakukan manajemen impresi (*impression management*). Manajemen impresi atau manajemen kesan sendiri merupakan proses saat individu mencoba mengelola kesan yang dibentuk orang lain tentang dirinya.<sup>7</sup> Dalam konteks *second account*, manajemen impresi ini menjadi lebih kompleks karena individu harus menavigasi dua atau bahkan lebih wajah yang berbeda di ranah digital. Perbedaan ini bisa mencakup tingkat keaslian, privasi, dan bahkan persona yang ingin ditampilkan.

Konsep *second account* Instagram, yang sering disebut sebagai *finsta* (*fake account* Instagram) atau *spam account* telah menjadi tren yang signifikan di kalangan pengguna media sosial, khususnya Generasi Z. Berbeda dengan akun utama yang cenderung dikurasi dengan hati-hati untuk menampilkan citra diri yang ideal atau profesional, *second account* seringkali digunakan untuk berbagi konten yang lebih personal, spontan, dan mentah. Konten ini bisa berupa keluhan, pemikiran jujur, *meme*, foto-foto yang tidak estetik, atau bahkan curahan hati yang hanya dimaksudkan untuk dilihat oleh lingkaran pertemanan terdekat.

---

<sup>6</sup> Edward John Noon et al., "Insta-Identity: The Longitudinal Reciprocal Relationship between Authentic and Positive Self-Presentation on Instagram and the Sexual Identity Development of Sexual Minority Youth," *Computers in Human Behavior* 158 (September 1, 2024): 108278.

<sup>7</sup> Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (New York: Doubleday Anchor Books, 1959).

Motivasi di balik penggunaan *second account* ini sangat beragam. Salah satu alasan utama adalah keinginan untuk autentisitas. Di akun utama, tekanan untuk mempertahankan citra yang sempurna seringkali membuat pengguna merasa terbatas dalam berekspresi.<sup>8</sup> *Second account* menawarkan ruang di mana mereka bisa menjadi diri sendiri tanpa khawatir akan penilaian dari audiens yang lebih luas, seperti keluarga, rekan kerja, atau kenalan yang tidak terlalu dekat. Hal tersebut menciptakan semacam pelarian, dimana individu dapat melampiaskan emosi atau membagikan sisi pribadi yang tidak pantas untuk konsumsi publik.<sup>9</sup>

Selain autentisitas, privasi juga menjadi faktor krusial. Dengan *second account* pengguna dapat membatasi audiens mereka secara selektif.<sup>10</sup> Mereka dapat memilih siapa saja yang dapat mengikuti akun kedua mereka, seringkali hanya teman dekat atau individu yang benar-benar dipercaya. Pembatasan audiens ini memungkinkan mereka untuk berbagi konten yang lebih sensitif atau rahasia tanpa takut informasi tersebut bocor ke pihak yang tidak diinginkan. Fenomena tersebut mencerminkan upaya untuk menciptakan lingkaran sosial yang lebih intim dan aman di tengah lingkungan media sosial yang semakin terbuka.

Dilema identitas muncul ketika mahasiswa harus menyeimbangkan dua atau lebih representasi diri yang berbeda. Mereka dihadapkan pada tantangan untuk

---

<sup>8</sup> Andrea N. Geurin-Eagleman and Lauren M. Burch, "Communicating via Photographs: A Gendered Analysis of Olympic Athletes' Visual Self-Presentation on Instagram," *Sport Management Review* 19, no. 2 (April 1, 2016): 133–45.

<sup>9</sup> Sarah Osterholz, Emily I. Mosel, and Boris Egloff, "#Insta Personality: Personality Expression in Instagram Accounts, Impression Formation, and Accuracy of Personality Judgments at Zero Acquaintance," *Journal of Personality* 91, no. 3 (June 1, 2023): 566–82.

<sup>10</sup> Tae Rang Choi and Yongjun Sung, "Instagram versus Snapchat: Self-Expression and Privacy Concern on Social Media," *Telematics and Informatics* 35, no. 8 (December 1, 2018): 2289–98.

mengelola citra yang konsisten namun berbeda di setiap akun. Hal ini dapat menimbulkan pertanyaan tentang “siapa saya sebenarnya?” dan “bagaimana saya ingin dilihat oleh orang lain?”. *Second account*, meskipun menawarkan kebebasan, juga bisa memperumit proses pembentukan identitas, terutama bagi individu yang masih dalam tahap eksplorasi diri seperti mahasiswa. Mereka harus secara sadar atau tidak sadar memutuskan kapan dan di mana mereka akan menampilkan wajah yang mana, tergantung pada konteks dan audiens yang mereka hadapi.

Konsep manajemen impresi telah lama menjadi fokus dalam studi Sosiologi dan Psikologi Sosial, yang pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman dalam teorinya tentang presentasi diri dalam kehidupan sehari-hari.<sup>11</sup> Goffman berpendapat bahwa individu secara terus-menerus terlibat dalam upaya untuk mengontrol dan membentuk kesan yang diberikan kepada orang lain, seolah-olah mereka adalah aktor yang tampil di atas panggung kehidupan. Dalam konteks media sosial, panggung ini menjadi semakin luas dan kompleks. Setiap unggahan, komentar, bahkan pilihan teman yang diikuti dapat menjadi bagian dari pertunjukan diri yang terencana.

Di era digital, manajemen impresi menjadi semakin menantang karena batas antara ranah pribadi dan publik menjadi kabur. Mahasiswa, yang identitasnya masih dalam tahap perkembangan, sangat rentan terhadap tekanan untuk menampilkan citra tertentu di media sosial. Akun utama Instagram seringkali menjadi wadah

---

<sup>11</sup> Miriam Bartsch and Kaveri Subrahmanyam, *Technology and Self-Presentation Impression Management* Online, *The Wiley Blackwell Handbook of Psychology Technology and Society* (John Wiley & Sons, 2015).

untuk menampilkan diri ideal, seperti versi yang lebih positif, sukses dan menarik. Penampilan diri ideal melibatkan pemilihan foto yang cermat, penggunaan filter, penulisan *caption* yang menarik, dan bahkan waktu unggahan yang strategis untuk memaksimalkan jumlah *like* dan *followers*. Tujuan utamanya adalah untuk membangun dan menjaga nama baik di hadapan banyak orang.

Namun, kehadiran *second account* Instagram menunjukkan bahwa diri ideal ini tidak selalu cukup untuk mewakili seluruh spektrum identitas individu. *Second account* menjadi ruang dimana mahasiswa dapat menampilkan diri asli atau diri alternatif. Hal ini merupakan sisi yang mungkin kurang sempurna, lebih rentan, atau bahkan kontroversial. Manajemen impresi bukan lagi tentang menciptakan citra yang mulus, melainkan tentang menampilkan keaslian kepada audiens yang lebih terbatas dan terpercaya. Proses ini melibatkan keputusan tentang informasi apa yang akan dibagikan, kepada siapa, dan dalam konteks seperti apa. Hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen impresi bukan hanya tentang menyembunyikan kelemahan, tetapi juga tentang mengungkapkan kelemahan secara selektif kepada audiens yang tepat.

Penggunaan dua akun ini secara efektif menggambarkan strategi manajemen impresi yang terfragmentasi.<sup>12</sup> Mahasiswa belajar untuk menjadi mudah beradaptasi dengan dunia digital, menyesuaikan warna identitas mereka sesuai dengan lingkungan dan tujuan interaksi.<sup>13</sup> Mereka mengembangkan

---

<sup>12</sup> E. Kim and C. McDonald-Liu, "Influencers with #NoFilter: How Micro-Celebrities Use Self-Branding Practices on Instagram," *Computers in Human Behavior* 148 (November 1, 2023): 107892.

<sup>13</sup> Simona Sciara et al., "Striving for Identity Goals by Self-Symbolizing on Instagram," *Motivation and Emotion* 47, no. 6 (December 1, 2023): 965–89.

kecerdasan sosial digital yang memungkinkan mereka untuk menavigasi ekspektasi yang berbeda dari kelompok sosial yang beragam. Pada akhirnya, fenomena ini tidak hanya tentang bagaimana mereka menampilkan diri, tetapi juga tentang bagaimana mereka mengkonstruksi dan memahami identitas mereka sendiri di tengah kompleksitas dunia digital yang terus berubah. Penelitian ini akan menyelami lebih jauh bagaimana strategi manajemen impresi ini dilakukan dan dampaknya terhadap pembentukan identitas mahasiswa.

Meskipun fenomena *second account* Instagram semakin umum di kalangan mahasiswa, tetapi hal tersebut masih belum banyak dieksplorasi secara mendalam dalam konteks identitas dan manajemen impresi di Indonesia.<sup>14</sup> Sebagian besar penelitian yang ada cenderung berfokus pada penggunaan akun utama dan dampaknya terhadap kesejahteraan psikologis atau interaksi sosial secara umum. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan dan mendesak untuk dilakukan, terutama mengingat bahwa praktik ini mencerminkan dinamika kompleks dalam pembentukan identitas di era digital.

Penelitian ini memiliki tiga urgensi. Pertama, studi ini akan menawarkan pemahaman mendalam tentang bagaimana mahasiswa mengelola dan memisahkan berbagai aspek identitas mereka di platform media sosial. Dengan menganalisis motivasi dibalik penggunaan *second account*, kita dapat memahami lebih dalam strategi manajemen impresi yang mereka terapkan untuk audiens yang berbeda.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Vidi Sukmayadi et al., "Constructing Fame: A Phenomenological Study of Online Impression Management among Indonesian TikTok Celebrities," *The Qualitative Report*, June 24, 2024.

<sup>15</sup> Marabelli and Newell, "The Materiality of Impression Management in Social Media Use: A Focus on Time, Space and Algorithms."

Kedua, penelitian ini akan menyoroti tantangan dan peluang yang dihadapi mahasiswa dalam menavigasi ekspektasi sosial yang beragam dari lingkungan online mereka. Termasuk bagaimana mereka menyeimbangkan keinginan untuk autentisitas dengan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma digital.<sup>16</sup>

Ketiga, dari perspektif akademik, penelitian ini akan memperkaya khazanah literatur tentang identitas di era digital dan manajemen impresi, khususnya dalam konteks budaya Indonesia. Model-model teoretis yang ada mungkin perlu disesuaikan atau diperluas untuk mencakup nuansa spesifik dari praktik media sosial di kalangan mahasiswa Indonesia.<sup>17</sup> Penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi pengembangan intervensi atau program yang relevan untuk membantu mahasiswa dalam mengelola identitas digital mereka secara lebih sehat dan positif.

Dengan demikian, penelitian berjudul “Dua Wajah Digital: Eksplorasi identitas dan Manajemen Impresi Mahasiswa dalam Penggunaan *Second account* Instagram” diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam beberapa aspek. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pemahaman tentang interaksi antara identitas, manajemen impresi, dan penggunaan media sosial yang terfragmentasi.<sup>18</sup> Secara praktis, temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan penting bagi pendidik, konselor, dan pembuat kebijakan.

---

<sup>16</sup> Christina Geary, Evita March, and Rachel Grieve, “Insta-Identity: Dark Personality Traits as Predictors of Authentic Self-Presentation on Instagram,” *Telematics and Informatics* 63 (October 1, 2021): 101669.

<sup>17</sup> Sukmayadi et al., “Constructing Fame: A Phenomenological Study of Online Impression Management among Indonesian TikTok Celebrities.”

<sup>18</sup> Kim and McDonald-Liu, “Influencers with #NoFilter: How Micro-Celebrities Use Self-Branding Practices on Instagram.”



Tujuannya adalah untuk membantu mahasiswa agar lebih cakap digital dan bijak mengelola identitas digitalnya. Akhirnya, penelitian ini bertujuan untuk membuka diskusi lebih lanjut tentang bagaimana teknologi mempengaruhi kita melihat diri sendiri dan berhubungan dengan orang lain, membuka jalan bagi penelitian masa depan yang lebih mendalam di bidang ini.

### **B. Rumusan Masalah**

Beberapa pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk konstruksi identitas yang ditampilkan mahasiswa pada *first account* dan *second account* Instagram?
2. Bagaimana strategi manajemen impresi yang dilakukan mahasiswa dalam membedakan citra diri antara *first account* dan *second account* Instagram?

### **C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian**

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa membangun dan menampilkan identitas diri mereka melalui penggunaan dua akun Instagram yaitu *first account* dan *second account*, serta mengungkap strategi manajemen impresi yang mereka lakukan dalam membedakan citra diri di kedua ruang digital tersebut.

Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bentuk konstruksi identitas yang ditampilkan mahasiswa pada *first account* Instagram.
2. Untuk mengeksplorasi strategi manajemen impresi yang diterapkan mahasiswa dalam membedakan citra diri antara *first account* dan *second account* Instagram.

Serta signifikansi teoritis dari penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Ilmu Bimbingan dan Konseling, khususnya terkait dinamika pembentukan identitas diri dan manajemen impresi dalam konteks digital. Dengan mengkaji fenomena penggunaan *second account* Instagram oleh mahasiswa, penelitian ini memperkaya literatur konseling tentang bagaimana individu membangun konsep diri, menghadapi dilema identitas, serta menyesuaikan diri di tengah tuntutan sosial yang berkembang di media sosial.

Secara praktis, temuan penelitian ini bisa menjadi sumber informasi bagi praktisi konseling, khususnya konselor pendidikan dan konselor Bimbingan Konseling Islam, dalam memahami persoalan-persoalan psikososial yang dihadapi mahasiswa terkait identitas digital. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam merancang layanan konseling yang responsif terhadap dinamika kehidupan digital mahasiswa, seperti konseling individu mengenai kesadaran diri, manajemen stres digital, dan penguatan konsep diri yang sehat.

Hasil dari penelitian ini dapat diterapkan dalam proses layanan konseling, baik melalui layanan bimbingan pribadi maupun bimbingan kelompok, sebagai upaya untuk membantu mahasiswa dalam menyusun strategi menghadapi tekanan

sosial media, membangun identitas yang lebih autentik, serta meningkatkan keterampilan manajemen diri di ruang digital.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mahasiswa tidak hanya mampu menavigasi identitas digitalnya secara sehat, tetapi juga dapat meningkatkan pemahaman diri dan ketahanan mental dalam menghadapi dinamika kehidupan sosial di era media digital.

#### **D. Kajian Pustaka**

Fenomena penggunaan *second account* di Instagram menjadi fokus penelitian terbaru dalam ranah komunikasi digital, khususnya terkait dengan isu identitas dan manajemen impresi. Berbagai studi dalam satu dekade terakhir menyoroti bagaimana platform ganda ini memungkinkan individu, terutama mahasiswa untuk menavigasi kompleksitas presentasi diri di era digital.

Salah satu tema sentral dalam literatur terkini adalah peran *second account* sebagai ruang untuk mencari autentitas dan memelihara kesejahteraan mental. Banyak penelitian, seperti yang dilakukan oleh Coyle dan Gilean<sup>19</sup>, mengemukakan bahwa di tengah tekanan sosial untuk citra diri yang sempurna di akun utama (*first account*), *second account* menjadi “pelarian” yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur. Hal tersebut mencakup berbagi perasaan, tantangan pribadi, atau minat yang mungkin dianggap tidak konvensional, jauh dari sorotan publik yang luas. Konsep ini bahkan digambarkan sebagai semacam

---

<sup>19</sup> Claudette Pretorius, Darragh McCashin, and David Coyle, “Mental Health Professionals as Influencers on TikTok and Instagram: What Role Do They Play in Mental Health Literacy and Help-Seeking?,” *Internet Interventions* 30 (December 1, 2022): 100591.

”katarsis digital”, dimana individu dapat melampiaskan emosi atau pikiran tanpa beban penilaian.

Selain itu, literatur terbaru juga secara lugas menunjukkan bahwa penggunaan *second account* merupakan strategi kompleks dalam manajemen impresi yang berlapis.<sup>20</sup> Individu tidak hanya menyajikan satu citra yang disesuaikan dengan audiens yang berbeda. Hal ini memposisikan batasan yang cermat antara berbagai lingkaran sosial dan aspek identitas mereka.<sup>21</sup> Riset juga secara konsisten mengidentifikasi diferensiasi konten yang signifikan antara kedua akun, konten di *second account* cenderung lebih informal, spontan, dan kurang diedit dibandingkan dengan *first account* yang lebih terkurasi.<sup>22</sup>

Motif di balik penggunaan *second account* juga beragam dan telah banyak dieksplorasi. Selain pencarian autentitas, penelitian menunjukkan bahwa *second account* berfungsi untuk mengurangi tekanan sosial yang dirasakan mahasiswa untuk selalu tampil sempurna di akun utama.<sup>23</sup> Akun kedua ini menjadi tempat yang lebih rileks dimana tekanan untuk ”selalu siap beraksi” berkurang. Lebih lanjut, *second account* juga menjadi wadah penting untuk eksplorasi identitas. Mahasiswa menggunakannya untuk menjajal dan mengekspresikan aspek-aspek diri yang

---

<sup>20</sup> Gulnur Yenilmez Kacar, “Instagram as One Tool, Two Stages: Self-Presentational Differences between Main Feed and Story on Instagram,” *Atlantic Journal of Communication* 32, no. 1 (January 1, 2024): 108–23.

<sup>21</sup> Rille Raaper et al., “Negotiating Authenticity: Experiences of Student Influencers on Social Media,” *Journal of Youth Studies*, 2024.

<sup>22</sup> María José Hernández-Serrano et al., “Analysis of Digital Self-Presentation Practices and Profiles of Spanish Adolescents on Instagram and TikTok,” *Journal of New Approaches in Educational Research* 11, no. 1 (2022): 49–63.

<sup>23</sup> Sherene Balanji, Chloe White, and Shannon Zaitsoff, “‘Fake’ Instagram Use Is Associated with Real Differences in Users’ Self-Photo Activities: An Exploratory Investigation Considering Body Satisfaction,” *Eating Behaviors* 50 (August 1, 2023): 1–12.

mungkin tidak ingin mereka tunjukkan di *first account*, seperti hobi yang langka atau minat yang tidak umum.<sup>24</sup> Aspek privasi dan keamanan juga menjadi motif kunci.<sup>25</sup> Beberapa pengguna sengaja menciptakan *second account* untuk berbagi informasi yang lebih sensitif hanya dengan lingkaran teman terdekat, melindungi diri dari pengawasan orang tua, dosen, atau calon pemberi kerja.

Meskipun penggunaan *second account* menawarkan manfaat dalam hal autentitas dan pengelolaan tekanan, implikasi psikologis dan sosialnya juga menjadi perhatian. Valkenburg dan Peter mencatat potensi fragmentasi identitas atau kebingungan batas antara berbagai persona yang ditampilkan. Namun, secara umum, penelitian terbaru cenderung melihat *second account* sebagai strategi adaptif yang efektif bagi individu untuk mengelola kompleksitas identitas digital mereka di tengah tuntutan media sosial.<sup>26</sup>

Penelitian sebelumnya oleh Amelia mengadopsi teori dramaturgi Goffman, mahasiswa sering menggunakan *second account* sebagai *backstage* untuk memfilter orang-orang yang dikenal secara khusus dan lebih leluasa dalam mengungkapkan diri mereka dan menghindari pandangan negatif dari para pengikut yang ada di *first account* mereka.<sup>27</sup> Syaefulloh mengatakan bahwa generasi Z

---

<sup>24</sup> Kim Toffoletti et al., "Visibility and Vulnerability on Instagram: Negotiating Safety in Women's Online-Offline Fitness Spaces," *Leisure Sciences* 45, no. 8 (November 17, 2023): 705–23.

<sup>25</sup> Karl Van der Schyff et al., "Investigating the Mediating Effects of Phubbing on Self-Presentation and FoMO within the Context of Excessive Instagram Use," *Cogent Psychology* 9, no. 1 (December 31, 2022).

<sup>26</sup> Patti M. Valkenburg and Jochen Peter, "Online Communication and Adolescent Well-Being: Testing the Stimulation versus the Displacement Hypothesis," *Journal of Computer-Mediated Communication* 12, no. 4 (July 1, 2007): 1169–82.

<sup>27</sup> Citra Amelia, "Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Instagram Sebagai Self-Disclosure Pada Mahasiswa Muslimah," *Jurnal Audiens* 5, no. 4 (December 19, 2024): 591–606.

menggunakan *second account* untuk memisahkan kepentingan pribadi dari bisnis dan kehidupan formal.<sup>28</sup> Kemudian dari Paramesti dan Nurdyarti mengungkapkan penggunaan nama samaran pada akun kedua memungkinkan generasi muda terlibat dalam pengungkapan diri dan terhindar dari rasa tidak aman.<sup>29</sup> Begitu pula temuan yang didapatkan oleh Rahma dan Suwanto, motif penggunaan *second account* sebagai cara mahasiswa untuk dapat mengetahui tentang orang lain (*stalking*), menjadi lebih baik, memiliki interaksi sosial yang lebih baik dan hiburan, serta dapat mempengaruhi kepuasan hidup secara positif.<sup>30</sup>

#### E. Kerangka Teoretis

Agar dapat memahami bagaimana dua wajah digital yang dikaji dari presentasi diri dan manajemen impresi mahasiswa terhadap penggunaan *second account* Instagram, maka penelitian ini memerlukan kerangka teoretis tentang identitas digital dan manajemen impresi di media sosial.

Identitas merupakan konsep yang kompleks dan dinamis, terus-menerus dibentuk melalui interaksi sosial dan pengalaman individu.<sup>31</sup> Di era digital, terutama dengan pasifnya penggunaan media sosial, pembentukan dan presentasi identitas mengalami transformasi signifikan.<sup>32</sup> Individu tidak lagi hanya

---

<sup>28</sup> Iqbal Syaefulloh, "Motif Penggunaan Second Account Instagram Mahasiswa Di Kota Bandung," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 1 (April 1, 2023): 49–62.

<sup>29</sup> Ayu Rahma Paramesti and Rosalia Prismarini Nurdyarti, "Penggunaan Pseudonym Di Second Account Instagram Dalam Perspektif Etika Digital | Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi," *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (December 11, 2022).

<sup>30</sup> Paramesti and Nurdyarti.

<sup>31</sup> Richard Jenkins, *Social Identity: Second Edition, Social Identity: Second Edition* (London: Routledge, 2004).

<sup>32</sup> Sherry Turkle, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* - Sherry Turkle - Google Buku (New York: Basic Books, 2011).



membangun identitas dalam ruang fisik, melainkan juga di dunia maya yang memungkinkan berbagai representasi diri.<sup>33</sup>

Teori identitas sosial yang dicetuskan oleh Henri Tajfel dan John Turner merupakan pilihan dalam menentukan teoretis penelitian ini. Menurut Henri Tajfel dan John Turner menyatakan pilar penting dalam memahami bagaimana individu mendefinisikan diri mereka melalui keanggotaan dalam kelompok sosial. Pada teori ini, identitas seseorang tidak hanya bersifat personal, melainkan juga berasal dari persepsi mereka sebagai anggota dari satu atau lebih kelompok sosial.<sup>34</sup> Proses ini melibatkan kategorisasi sosial, dimana individu mengklasifikasikan diri mereka dan orang lain ke dalam berbagai kelompok. Identifikasi sosial yaitu sejauh mana individu menganggap diri mereka bagian dari suatu kelompok. Dan perbandingan sosial, dimana individu membandingkan kelompok mereka dengan kelompok lain untuk mempertahankan atau meningkatkan harga diri (*self-esteem*) positif.<sup>35</sup>

Dalam konteks penggunaan Instagram, teori ini sangat relevan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa membentuk dan menampilkan identitas yang berbeda.<sup>36</sup> *First account* (akun utama) Instagram dapat berfungsi sebagai representasi diri dari identitas sosial yang diinginkan oleh mahasiswa. Misalnya,

---

<sup>33</sup> Shanyang Zhao, Sherri Grasmuck, and Jason Martin, "Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships," *Computers in Human Behavior* 24, no. 5 (September 1, 2008): 1816–36.

<sup>34</sup> Henri Tajfel and John C. Turner, "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior," in *Political Psychology* (New York: Psychology Press, 2004), 276–93.

<sup>35</sup> Michael A. Hogg and Dominic Abrams, *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*, *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes* (London: Routledge, 2006).

<sup>36</sup> Minas Michikyan, Kaveri Subrahmanyam, and Jessica Dennis, "Can You Tell Who I Am? Neuroticism, Extraversion, and Online Self-Presentation among Young Adults," *Computers in Human Behavior* 33 (April 1, 2014): 179–83.

seorang mahasiswa mungkin menggunakan akun utamanya untuk menampilkan citra sebagai mahasiswa berprestasi, individu yang religius, atau citra yang profesional, sesuai dengan norma dan ekspektasi dari lingkaran sosial yang luas.<sup>37</sup>

Konten yang diunggah di akun utama cenderung lebih terkurasi, formal, dan mencerminkan hubungan mereka dengan kelompok-kelompok dalam sebuah grup sosial yang lebih kecil dan privat, yang mungkin tidak sesuai atau tidak ingin ditampilkan di muka umum.<sup>38</sup> Hal ini menunjukkan adanya upaya mahasiswa untuk menyeimbangkan berbagai aspek identitas mereka dalam berbagai konteks sosial yang berbeda.<sup>39</sup>

Selanjutnya, bagaimana individu mengelola citra diri mereka di hadapan orang lain adalah aspek krusial dalam interaksi sosial di platform media sosial seperti Instagram, manajemen impresi menjadi semakin kompleks karena adanya pilihan kurasi dan audiens yang beragam.<sup>40</sup>

Erving Goffman, dalam karyanya *The Presentation of Self in Everyday Life*, menyajikan teori dramaturgi yang memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan teater. Individu adalah aktor yang secara sadar atau tidak sadar

---

<sup>37</sup> Trudy Hui Hui Chua and Leanne Chang, "Follow Me and like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girls' Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media," *Computers in Human Behavior* 55 (February 1, 2016): 190–97.

<sup>38</sup> Alice Emily Marwick, *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age* (New Haven: Yale University Press, 2013).

<sup>39</sup> Bernie Hogan, "The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online," *Bulletin of Science, Technology & Society* 30, no. 6 (December 1, 2010): 377–86.

<sup>40</sup> Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*.

menampilkan peran tertentu di hadapan audiens mereka. Konsep kunci dalam teori ini meliputi:

### 1. Panggung Depan (*Front Stage*)

Ini merujuk pada area atau konteks dimana individu menampilkan peran yang diatur dan terencana, sesuai dengan norma dan ekspektasi sosial.<sup>41</sup> Mereka berhati-hati dalam menjaga penampilan dan perilaku untuk menciptakan kesan yang diinginkan. Dalam konteks Instagram, *first account* mahasiswa akan cenderung mengunggah konten yang telah diseleksi secara ketat, termasuk foto yang sudah diedit sempurna, narasi yang terstruktur, dan interaksi yang sopan.<sup>42</sup> Demi menampilkan citra terbaiknya di hadapan audiens yang lebih luas dan beragam. Tujuan utamanya adalah untuk menjaga reputasi, memperoleh validasi, atau memproyeksikan citra ideal.<sup>43</sup>

### 2. Panggung Belakang (*Backstage*)

Berbanding terbalik dengan pengertian *front stage*, *backstage* adalah area di mana individu dapat melepaskan peran mereka, menjadi diri sendiri tanpa perlu mengelola impresi secara ketat.<sup>44</sup> Ini adalah ruang lebih privat, di mana individu dapat berlatih peran, bereksperimen, atau hanya sekedar

---

<sup>41</sup> Goffman.

<sup>42</sup> Alice E. Marwick and Danah Boyd, "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience," *New Media & Society* 13, no. 1 (February 2011): 114–33.

<sup>43</sup> Leonard Reinecke and Sabine Trepte, "Authenticity and Well-Being on Social Network Sites: A Two-Wave Longitudinal Study on the Effects of Online Authenticity and the Positivity Bias in SNS Communication," *Computers in Human Behavior* 30 (January 1, 2014): 95–102.

<sup>44</sup> Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*.

bersantai.<sup>45</sup> *Second account* Instagram bagi mahasiswa dapat diinterpretasikan sebagai panggung belakang virtual.<sup>46</sup> Di akun ini, mahasiswa merasa lebih bebas untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik, santai, atau bahkan “*nyeleneh*” tanpa tekanan sosial.<sup>47</sup> Kontennya bisa berupa minat khusus, keluh kesah, atau interaksi informal dengan teman dekat yang dipercaya, jauh dari sorotan dan penilaian audiens umum.

Meskipun Goffman pada teori sebelumnya menjadi pelopor untuk konsep dramaturginya, gagasan manajemen impresi secara lebih langsung dikembangkan oleh peneliti lain. Tedeschi dan Norman menjelaskan bahwa teori manajemen impresi adalah proses dimana individu berusaha mengontrol atau memanipulasi kesan yang mereka buat pada orang lain.<sup>48</sup> Kesan ini adalah strategi sadar atau tidak sadar untuk mempengaruhi persepsi orang lain terhadap diri seseorang.<sup>49</sup>

Di platform Instagram, manajemen impresi terwujud dalam berbagai bentuk, yaitu pemilihan konten (foto, video, dan *stories*), gaya penulisan *caption*, penggunaan *hashtag*, hingga pengaturan fitur privasi (akun publik/privat).<sup>50</sup> Mahasiswa akan secara strategis menerapkan teknik manajemen impresi yang

---

<sup>45</sup> Marwick and Boyd, “I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience.”

<sup>46</sup> Brooke Erin Duffy and Emily Hund, “Gendered Visibility on Social Media: Navigating Instagram’s Authenticity Bind,” *International Journal of Communication* 13, no. 0 (September 22, 2019): 20.

<sup>47</sup> Duffy and Hund.

<sup>48</sup> James T. Tedeschi, *Social Power and Political Influence, Social Power and Political Influence* (New York: Routledge, 2017).

<sup>49</sup> Mark R. Leary and Robin M. Kowalski, “Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model,” *Psychological Bulletin* 107, no. 1 (January 1990): 34–47.

<sup>50</sup> Marika Tiggemann and Mia Zaccardo, “‘Exercise to Be Fit, Not Skinny’: The Effect of Fittspiration Imagery on Women’s Body Image,” *Body Image* 15 (September 1, 2015): 61–67.

berbeda antara akun utama dan akun kedua mereka.<sup>51</sup> Di akun utama, teknik yang digunakan mungkin berfokus pada manajemen kesan prososial,<sup>52</sup> contohnya menampilkan pribadi yang ramah, kompeten, atau bertanggung jawab. Sementara itu, di *second account*, manajemen impresi mungkin lebih berorientasi pada ekspresi diri autentik atau pencarian validasi dari kelompok yang lebih spesifik dan tidak terlalu peduli dengan pandangan masyarakat luas.<sup>53</sup> Perbedaan strategi ini menunjukkan adanya kesadaran akan audiens yang berbeda dan tujuan komunikasi yang bervariasi.

Penelitian mengenai presentasi diri di media sosial seperti yang dikemukakan oleh tokoh-tokoh Boyd, Hogan dan Papacharissi, memperkuat gagasan tentang bagaimana individu membentuk dan mengelola persona mereka di lingkungan digital. Mereka menekankan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, melainkan juga wadah bagi individu untuk secara aktif mengkonstruksi dan memproyeksikan citra diri yang terkurasi. Penelitian dari Boyd membahas mengenai kurasi diri di media sosial.<sup>54</sup> Kurasi diri terjadi pada media sosial, terutama platform visual seperti Instagram, memungkinkan pengguna untuk secara cermat memilih dan mengedit konten yang mereka publikasikan. Hal ini menciptakan persona yang dikurasi, dan terlihat ideal, yang mungkin tidak

---

<sup>51</sup> Tim Highfield and Tama Leaver, "Instagrammatics and Digital Methods: Studying Visual Social Media, from Selfies and GIFs to Memes and Emoji," *Communication Research and Practice* 2, no. 1 (January 2, 2016): 47–62.

<sup>52</sup> Susie Khamis, Lawrence Ang, and Raymond Welling, "Self-Branding, 'Micro-Celebrity' and the Rise of Social Media Influencers," *Celebrity Studies* 8, no. 2 (April 3, 2017): 191–208.

<sup>53</sup> Jasmine Fardouly et al., "Social Comparisons on Social Media: The Impact of Facebook on Young Women's Body Image Concerns and Mood," *Body Image* 13 (March 1, 2015): 38–45.

<sup>54</sup> Dana Boyd, *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens* (New Haven: Yale University Press, 2014).

sepenuhnya merefleksikan realitas kehidupan pengguna. Mahasiswa menggunakan fitur-fitur ini untuk membangun narasi visual tentang diri.

Kemudian penelitian dari Hogan mengenai manajemen audiens, menyoroti bagaimana pengguna media sosial mengelola berbagai audiens mereka yang seringkali tumpang tindih.<sup>55</sup> Penggunaan *second account* secara jelas adalah strategi manajemen audiens, memungkinkan mahasiswa untuk memisahkan konten dan presentasi diri mereka agar sesuai dengan ekspektasi kelompok audiens yang berbeda. Dan dari Papacharissi berpendapat bahwa media sosial menciptakan ruang publik baru, tempat individu dapat mengekspresikan identitas mereka dan terlibat dalam komunikasi afektif.<sup>56</sup> Dalam konteks ini, *second account* menjadi semacam ruang publik mini yang lebih *intimate*, dimana mahasiswa dapat berbagi aspek diri yang lebih rentan atau unik dengan audiens terbatas yang mereka capai.

Dengan semakin terintegrasinya kehidupan nyata dan dunia maya, pemahaman tentang identitas digital menjadi sangat penting. identitas digital merupakan representasi diri yang dikonstruksi, dipersepsikan, dan dikelola oleh individu melalui berbagai interaksi dan jejak digital mereka di media digital.<sup>57</sup> Ini bukan hanya salinan kecil dari identitas fisik, melainkan sebuah konstruksi yang dinamis, dibentuk oleh data, interaksi, dan presentasi diri di platform online.<sup>58</sup>

---

<sup>55</sup> Hogan, "The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online."

<sup>56</sup> Zizi A. Papacharissi, *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age Digital Media and Society* (John Wiley & Sons, 2013).

<sup>57</sup> Luciano Floridi, *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era, The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era* (Oxford: Springer International Publishing, 2015).

<sup>58</sup> Jose Van Dijck, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, vol. 9780199970 (Oxford University Press, 2013).



Dalam konteks tesis ini, mahasiswa sebagai pengguna aktif Instagram secara erat membentuk dua wajah digital yang berbeda, yakni identitas formal/publik dan identitas informal/privat.<sup>59</sup> Masing-masing memiliki tujuan yang disesuaikan dengan kebutuhannya. identitas formal/publik bertujuan untuk membangun reputasi dan citra yang baik, sedangkan identitas informal/privat adalah ruang dimana individu dapat menjadi diri mereka sendiri tanpa adanya filter yang ketat.

Dengan mengintegrasikan teori-teori ini, penelitian ini akan secara holistik menganalisis fenomena *second account* Instagram sebagai manifestasi dari upaya mahasiswa untuk menavigasi kompleksitas identitas mereka di era digital.

#### **F. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi fenomenologi, karena ini bertujuan untuk memahami makna subjektif yang dialami mahasiswa dalam mengelola identitas mereka melalui akun utama (*first account*) dan akun kedua (*second account*) di Instagram. Studi fenomenologi tepat digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman personal dan persepsi individu terhadap fenomena yang mereka alami secara langsung.<sup>60</sup>

Dalam konteks Ilmu Konseling, desain ini memungkinkan peneliti memahami dinamika psikologis, sosial, dan emosional. Hal tersebut dilatarbelakangi penggunaan *second account*, termasuk bagaimana mahasiswa

---

<sup>59</sup> Marwick, *Status Update : Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*.

<sup>60</sup> John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (Thousand Oaks: SAGE Publications, 2013).

mempresentasikan diri, mengelola impresi, serta menavigasi konflik identitas yang mungkin muncul.

Subjek penelitian ini dipilih berdasarkan karakteristik relevan untuk menggali fenomena dualitas ganda mahasiswa dalam penggunaan *second account* Instagram. Informan adalah mahasiswa aktif generasi Z (lahir tahun 1997-2006), juga termasuk dalam usia dewasa awal (awal usia 20-an) sebuah periode penyesuaian diri dan transisi dari remaja menuju dewasa. Pemilihan mahasiswa sebagai subjek penelitian didasarkan pada karakteristik mereka sebagai *digital native*, yaitu individu yang tumbuh besar dalam ekosistem digital dan memiliki keakraban tinggi dengan berbagai platform media sosial.<sup>61</sup> Generasi ini, khususnya mahasiswa, seringkali menjadi pengguna awal tren digital, termasuk fenomena penggunaan *second account* di media sosial. Karakteristik informan juga mencakup mahasiswa yang berpindah dari desa ke kota. Migrasi pada kasus ini melibatkan perubahan sosial dan urbanisasi yang signifikan, memengaruhi identitas mereka saat beradaptasi dengan lingkungan, budaya, dan ekspektasi sosial baru. Adaptasi dan negosiasi identitas ini menjadikan penggunaan *second account* Instagram sangat relevan sebagai alat untuk mengelola berbagai aspek identitas mereka dalam konteks sosial yang baru. Oleh karena itu, mahasiswa yang terpilih dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif media sosial, dengan penekanan khusus pada penggunaan *second account*, menjadikan mereka sumber informasi yang relevan dan kaya untuk menggali fenomena ini.

---

<sup>61</sup> Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants."

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memilih informan berdasarkan kriteria spesifik, yaitu mahasiswa aktif, mahasiswa generasi Z atau pada usia dewasa awal, pengguna aktif *second account* Instagram, dan mahasiswa perantau dari desa ke kota. Teknik ini memastikan fokus pada individu dengan pengalaman unik untuk penggalian fenomena mendalam. Penelitian ini melibatkan sembilan informan yang ditentukan berdasarkan prinsip saturasi data. Informan tersebut adalah Anisa, Fufu, Caca, Bunga, Rere, Santi, Tina, Cika, dan Dewi (adalah nama samaran). Mereka berasal dari kampus UIN Sunan Kalijaga dan Universitas Negeri Yogyakarta.

Penentuan jumlah informan ini didasarkan pada prinsip saturasi data, di mana selama proses wawancara yang dilakukan, informasi yang diperoleh sudah memadai untuk mengidentifikasi dan memahami pola-pola serta tema-tema utama penelitian. Metode wawancara mendalam dilakukan kurang lebih dua kali untuk setiap informan, memastikan penggalian perspektif objektif yang kaya dan nuansa pengalaman yang kompleks tentang pengelolaan identitas di Instagram. Observasi dilakukan dengan mengobservasi kedua akun yang dimiliki oleh informan (*first account* dan *second account*) untuk melengkapi data wawancara dengan bukti empiris perilaku daring. Peneliti melihat presentasi identitas visual dan interaktif, mengidentifikasi pola penggunaan, serta memverifikasi atau memberikan konteks tambahan pada narasi informan. Metode selanjutnya adalah dokumentasi berfungsi sebagai penunjang data penelitian yang didapatkan, mencakup data tertulis atau visual relevan, seperti tangkapan layar postingan dan catatan publik media sosial.

Seluruh sembilan informan yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah perempuan. Keputusan ini diambil karena relevansi topik penelitian dengan isu-isu perempuan terkini yang sangat marak di media sosial, terutama terkait standar kecantikan. Media sosial telah menjadi platform utama di mana diskursus seputar penampilan ideal perempuan begitu intens, seringkali memicu tekanan dan dampak negatif pada mentalitas perempuan. Sebagai ilustrasi, kasus selebgram Fujianti Utami yang mengalami perundungan daring dengan frasa “aura maghrib” menyoroti bagaimana komentar publik di media sosial dapat memengaruhi citra diri dan ekspektasi sosial terhadap perempuan. Kondisi ini secara signifikan berdampak pada mentalitas perempuan, menciptakan tuntutan untuk tampil sesuai dengan sosok ideal yang dikonstruksikan oleh norma atau stereotip masyarakat. Oleh karena itu, pemilihan informan perempuan memungkinkan penelitian ini untuk secara spesifik dan mendalam menggali pengalaman, persepsi, dan strategi mereka dalam menghadapi isu-isu tersebut melalui penggunaan media sosial dan second account.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh mengenai penelitian ini, penulis menyusun tesis ini dalam beberapa bagian sebagai berikut; **Bab I** adalah **Pendahuluan**, yang mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, kajian pustaka yang relevan, kerangka teoretis yang digunakan, metode penelitian yang diterapkan, dan diakhiri dengan penjelasan sistematika pembahasan tesis ini secara keseluruhan.

Selanjutnya, **Bab II Perkembangan Dunia Digital Di Indonesia** akan menyajikan fondasi teoretis dan konteks penelitian. Bab II secara khusus membahas perkembangan pesat dunia digital di Indonesia, menyoroti teori-teori identitas dan media sosial yang relevan, peran Instagram sebagai medium representasi identitas, fenomena penggunaan akun pertama (*first account*) dan akun kedua (*second account*) di Instagram, serta bagaimana perempuan berinteraksi dengan platform Instagram. Bab ini ditutup dengan kesimpulan yang merangkum poin-poin penting.

**Bab III Presentasi Identitas Diri Mahasiswa Di *First Account* Instagram** akan memfokuskan pada temuan penelitian mengenai penggunaan akun utama Instagram oleh mahasiswa. Pembahasan dimulai dengan konseptualisasi presentasi diri dan teori dramaturgi Erving Goffman, dilanjutkan dengan karakteristik *first account* sebagai "*front stage*" mahasiswa, strategi manajemen impresi yang dilakukan, serta analisis audiens luas dan tekanan sosial yang dialami. Bab ini menguraikan motivasi di balik presentasi diri ideal di akun utama dan dampak penggunaannya terhadap mahasiswa, sebelum diakhiri dengan kesimpulan bab.

Kemudian, **Bab IV Identitas Ganda: Manajemen Tayangan Dan Identitas Diri Di *Second Account* Instagram**, akan mengarahkan penelitian ini pada penggunaan *second account* secara menyeluruh. Bab ini menjelaskan pengertian dan karakteristik akun kedua, menerapkan teori dramaturgi Erving Goffman untuk menganalisis "*front stage*" dan "*backstage*", serta mengeksplorasi motivasi strategis di balik pembuatan akun ganda, termasuk privasi, ekspresi diri tanpa hambatan, pelarian dari tekanan sosial, dan tujuan fungsional khusus. Selain itu,

bab ini juga membahas strategi manajemen tayangan untuk membedakan citra diri di kedua akun, melakukan analisis komparatif konten dan pola penggunaan, serta mengulas dimensi emosional dan psikologis dari penggunaan akun ganda. Bab ini ditutup dengan kesimpulan.

Terakhir, **Bab V Kesimpulan** akan merangkum secara keseluruhan bab sebelumnya untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan di bab I, serta memberikan saran-saran yang relevan untuk penelitian berikutnya yang akan membahas topik atau objek serupa.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Bab ini menyajikan simpulan dari penelitian mengenai mengeksplorasi fenomena dualitas identitas mahasiswa melalui penggunaan akun utama (*first account*) dan akun kedua (*second account*) di Instagram, serta strategi manajemen impresi yang mereka terapkan untuk menavigasi tuntutan sosial di era digital.

Bagian pertama pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk konstruksi identitas yang ditampilkan mahasiswa pada *first account* dan *second account* Instagram. Konstruksi identitas mahasiswa di Instagram menunjukkan dualitas yang jelas, merefleksikan teori dramaturgi Erving Goffman mengenai konsep "panggung depan" (*front stage*) dan "panggung belakang" (*backstage*). Pada *first account* Instagram, mahasiswa mengkonstruksi identitas yang cenderung ideal, terkurasi dan berorientasi publik. Tujuannya adalah membangun reputasi positif, memperoleh validasi sosial, dan mendukung personal branding untuk kepentingan akademik maupun profesional.

Selanjutnya, pada *second account* Instagram, mahasiswa mengkonstruksi identitas yang lebih autentik, spontan, dan privat. Konten di *second account* cenderung tidak terfilter, berisi keluh kesah, humor receh, foto-foto aib, atau momen keseharian yang lebih jujur dan rentan. Identitas yang terbangun di *second account* ini seringkali memberikan rasa lega, tenang, dan kebahagiaan karena memungkinkan mahasiswa untuk menjadi diri sendiri tanpa kekhawatiran akan

penilaian pihak eksternal. Ini juga menjadi ruang eksperimen identitas, dimana mahasiswa menguji berbagai aspek kepribadian mereka sebelum memutuskan apakah akan ditampilkan di "panggung depan" (*front stage*). Secara keseluruhan, fenomena penggunaan dua akun ini mencerminkan bagaimana identitas digital mahasiswa bersifat dinamis dan terus dinegosiasikan. Mahasiswa tidak hanya menyesuaikan diri dengan ekspektasi orang lain, melainkan juga menjadikan media sosial sebagai arena eksplorasi diri yang mendalam.

Pada strategi manajemen impresi, mahasiswa menerapkan strategi manajemen impresi yang canggih dan disengaja untuk membedakan citra diri mereka di antara akun utama dan akun kedua Instagram. Strategi pada *first account*, yakni: 1) pemilihan dan kurasi konten selektif; 2) pengelolaan persepsi eksternal; 3) pengaturan privasi dan fitur arsip yang sering bersifat publik. Kemudian strategi pada *second account* Instagram adalah: 1) ekspresi diri tanpa hambatan dan atentisitas; 2) segmentasi audiens yang ketat; 3) eksperimen identitas, mahasiswa dapat bereksperimen dengan berbagai aspek kepribadian, opini, atau minat tanpa takut akan reaksi publik atau merusak reputasi "panggung depan".

Dampak emosional dari strategi manajemen impresi ini juga sangat kentara. Sementara *first account* dapat menyebabkan kecemasan, stres, dan perasaan tidak cukup baik karena tekanan untuk tampil sempurna, *second account* seringkali menjadi katup pelepas psikologis yang memberikan kelegaan, ketenangan, dan kebahagiaan. Hal ini menunjukkan bahwa *second account* berfungsi sebagai cara efektif untuk menjaga keseimbangan psikologis di tengah tuntutan media sosial yang kompleks.

## B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa rekomendasi substantif diajukan untuk pengembangan studi lebih lanjut dan aplikasi praktis. Disarankan dari lingkup akademik dan teoretis untuk melakukan penelitian serta mengintegrasikan pendekatan kuantitatif guna memperoleh generalisasi dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai evolusi identitas digital. Kajian dapat diperluas pada platform dan demografi berbeda, sembari menginvestigasi dampak psikologis jangka panjang dan pengaruh konteks budaya terhadap konstruksi identitas.

Pada aplikasi praktis bimbingan konseling direkomendasikan untuk mengembangkan program konseling digital yang responsif terhadap dinamika kehidupan mahasiswa, dengan fokus pada peningkatan kesadaran diri, manajemen stres, serta literasi digital yang efektif. Penting pula untuk memfasilitasi ruang diskusi aman guna mendukung eksplorasi identitas dan penanganan tekanan sosial di ranah daring.

Dan saran selanjutnya, bagi pengembang platform untuk mengimplementasikan fitur yang mendorong autentisitas ekspresi diri. Sementara itu, pembuat kebijakan perlu memperkuat regulasi perlindungan privasi pengguna. Kolaborasi lintas sektor juga esensial untuk mempromosikan kesejahteraan digital dan mereduksi tekanan terkait penggunaan media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Angela, McRobbie. *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. London: Sage Publications, 2009.
- Bartsch, Miriam, and Kaveri Subrahmanyam. Technology and Self-Presentation Impression Management Online. *The\_Wiley\_Blackwell\_Handbook\_of\_Psychology\_Technology\_and\_Society*. John Wiley & Sons, 2015.
- Baym, Nancy K.. *Personal Connections in the Digital Age*. Polity, 2018.
- Boyd, Dana. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press, 2014.
- Creswell, John W. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2013.
- Dijk, Jose Van. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press. Vol. 9780199970. Oxford University Press, 2013.
- Floridi, Luciano. *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era*. The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era. Oxford: Springer International Publishing, 2015.
- Fuchs, Christian. *Social Media : A Critical Introduction*. Sage Publications, 2021.
- Gill, Rosalind. *Gender and the Media*. Cambridge: Polity Press, 2007.
- Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday Anchor Books, 1959.
- Hogg, Michael A., and Dominic Abrams. *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes. London: Routledge, 2006.
- Jenkins, Richard. *Social Identity: Second Edition*. Social Identity: Second Edition. London: Routledge, 2004.
- Lim, Sun Sun. *Transcendent Parenting: Raising Children in the Digital Age*. Transcendent Parenting. Oxford: Oxford University Press, 2019.
- Marwick, Alice Emily. *Status Update : Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. New Haven: Yale University Press, 2013.
- Mead, George Herbert. *Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press, 1934.
- Papacharissi, Zizi. *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge. New York: Routledge, 2010.

- Papacharissi, Zizi A. *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. New York: Polity Press, 2010.
- Shulman, David. *SELF-PRESENTATION: Impression Management in the Digital Age*. The Routledge International Handbook of Goffman Studies. Routledge, 2022.
- Tajfel, Henri, and John C. Turner. "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior." In *Political Psychology*, 276–93. New York: Psychology Press, 2004.
- Tedeschi, James T. *Social Power and Political Influence*. Social Power and Political Influence. New York: Routledge, 2017.
- Tiidenberg, Katrin. "SELFIES: Why We Love (and Hate) Them." In *Selfies: Why We Love (and Hate) Them*, edited by Katrin Tiidenberg, 1–158. United Kingdom: Emerald Publishing, 2018.
- Turkle, Sherry. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* - Sherry Turkle - Google Buku. New York: Basic Books, 2011.

## JURNAL

- Abidin, Crystal. "Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?: Influencer Selfies as Subversive Frivolity." *Social Media and Society* 2, no. 2 (April 16, 2016).
- . "Visibility Labour: Engaging with Influencers' Fashion Brands and #OOTD Advertorial Campaigns on Instagram." *Media International Australia* 161, no. 1 (November 1, 2016): 86–100.
- Affandi, Nur Ratih Devi, and Veren Chelsea Banda Putri. "The Imaging as a Self-Existence on Instagram Dramaturgy Studies Imaging as A Self-Existence on Instagram Among Bandung City Students." In *Proceeding The First International Conference on Government Education Management and Tourism*, 1:244–54, 2021.
- Alt, Dorit. "College Students' Academic Motivation, Media Engagement and Fear of Missing Out." *Computers in Human Behavior* 49 (August 1, 2015): 111–19.
- . "Students' Wellbeing, Fear of Missing out, and Social Media Engagement for Leisure in Higher Education Learning Environments." *Current Psychology* 37, no. 1 (2018): 128–38.

- Amelia, Citra. "Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Instagram Sebagai Self-Disclosure Pada Mahasiswa Muslimah." *Jurnal Audiens* 5, no. 4 (December 19, 2024): 591–606.
- Balanji, Sherene, Chloe White, and Shannon Zaitsoff. "'Fake' Instagram Use Is Associated with Real Differences in Users' Self-Photo Activities: An Exploratory Investigation Considering Body Satisfaction." *Eating Behaviors* 50 (August 1, 2023): 1–12.
- Bilqis, Tri Dewi, Muhammad Raudan Alfiani, Futry Ayu Gayatri, and Cuhandi. "Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure." *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara* 1, no. 2 (January 17, 2024): 155–64.
- Brand, Bethany L., Vedat Sar, Pam Stavropoulos, Christa Krüger, Marilyn Korzekwa, Alfonso Martínez-Taboas, and Warwick Middleton. "Separating Fact from Fiction: An Empirical Examination of Six Myths About Dissociative Identity Disorder." *Harvard Review of Psychiatry* 24, no. 4 (July 1, 2016): 257.
- Bullingham, Liam, and Ana C. Vasconcelos. "'The Presentation of Self In The Online World': Goffman And The Study of Online Identities." *Journal of Information Science* 39, no. 1 (2013): 101–12.
- Burns, Anne. "Selfies| Self(Ie)-Discipline: Social Regulation as Enacted Through the Discussion of Photographic Practice." *International Journal of Communication* 9, no. 0 (May 15, 2015): 18.
- Choi, Tae Rang, and Yongjun Sung. "Instagram versus Snapchat: Self-Expression and Privacy Concern on Social Media." *Telematics and Informatics* 35, no. 8 (December 1, 2018): 2289–98.
- Chua, Trudy Hui Hui, and Leanne Chang. "Follow Me and like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girls' Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media." *Computers in Human Behavior* 55 (February 1, 2016): 190–97.
- Duffy, Brooke Erin, and Ngai Keung Chan. "'You Never Really Know Who's Looking': Imagined Surveillance across Social Media Platforms." *New Media & Society* 21, no. 1 (January 1, 2019): 119–38.
- Duffy, Brooke Erin, and Emily Hund. "Gendered Visibility on Social Media: Navigating Instagram's Authenticity Bind." *International Journal of Communication* 13, no. 0 (September 22, 2019): 20.



- . “‘Having It All’ on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers.” *Social Media and Society* 1, no. 2 (September 11, 2015).
- Duguay, Stefanie. “‘He Has a Way Gay Facebook than I Do’: Investigating Sexual Identity Disclosure and Context Collapse on a Social Networking Site.” *New Media and Society* 18, no. 6 (June 1, 2016): 891–907.
- Fardouly, Jasmine, Phillippa C. Diedrichs, Lenny R. Vartanian, and Emma Halliwell. “Social Comparisons on Social Media: The Impact of Facebook on Young Women’s Body Image Concerns and Mood.” *Body Image* 13 (March 1, 2015): 38–45.
- Febrita Sarie, Rena, Dwi Lesno Panglipursari, Allen Pranata Putra, and Universitas Wijaya Putra. “Social Culture Change Sebagai Eksternalitas Transformasi Digital Di Indonesia.” *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (August 30, 2022): 319–28.
- Festinger, Leon. “A Theory of Social Comparison Processes.” *Human Relations* 7, no. 2 (1954): 117–40.
- Geary, Christina, Evita March, and Rachel Grieve. “Insta-Identity: Dark Personality Traits as Predictors of Authentic Self-Presentation on Instagram.” *Telematics and Informatics* 63 (October 1, 2021): 101669.
- Geurin-Eagleman, Andrea N., and Lauren M. Burch. “Communicating via Photographs: A Gendered Analysis of Olympic Athletes’ Visual Self-Presentation on Instagram.” *Sport Management Review* 19, no. 2 (April 1, 2016): 133–45.
- Gordon, Kiernan O. “Toward a Full Embrace of Goffman’s Dramaturgy within Self-Presentation Analyses.” *Social Media in Sport: Evidence-Based Perspectives*, no. December (2023): 163–76.
- Graciello, Manuel, and Aji Wibawa. “Indonesia Dalam Pertumbuhan Digital Society 5.0.” *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik* 2, no. 2 (February 26, 2022): 50–55.
- Hernández-Serrano, María José, Barbara Jones, Paula Renés-Arellano, and Rosalynn A. Campos Ortuño. “Analysis of Digital Self-Presentation Practices and Profiles of Spanish Adolescents on Instagram and TikTok.” *Journal of New Approaches in Educational Research* 11, no. 1 (2022): 49–63.
- Highfield, Tim, and Tama Leaver. “Instagrammatics and Digital Methods: Studying Visual Social Media, from Selfies and GIFs to Memes and Emoji.” *Communication Research and Practice* 2, no. 1 (January 2, 2016): 47–62.

- Hogan, Bernie. "The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online." *Bulletin of Science, Technology & Society* 30, no. 6 (December 1, 2010): 377–86.
- Hollenbaugh, Erin E. "Self-Presentation in Social Media: Review and Research Opportunities." *Review of Communication Research* 9 (2021): 80–98.
- Irdianto, Windra. "Integrating Digital Culture into the Indonesian Education System (in English)." *Высшее Образование Сегодня*, no. 1 (February 29, 2024): 29–34.
- Kartikawati, Dwi. "Motives , Strategies and Communication Behaviors on Adolescent Motives , Strategies and Communication Behaviors on Adolescent Girls ' Self-Presentation on Instagram." *Seybold* 18, no. 4 (2023): 455–66.
- Keles, Betul, Niall McCrae, and Annmarie Grealish. "A Systematic Review: The Influence of Social Media on Depression, Anxiety and Psychological Distress in Adolescents." *International Journal of Adolescence and Youth* 25, no. 1 (January 2, 2020): 79–93.
- Khamis, Susie, Lawrence Ang, and Raymond Welling. "Self-Branding, 'Micro-Celebrity' and the Rise of Social Media Influencers." *Celebrity Studies* 8, no. 2 (April 3, 2017): 191–208.
- Kim, E., and C. McDonald-Liu. "Influencers with #NoFilter: How Micro-Celebrities Use Self-Branding Practices on Instagram." *Computers in Human Behavior* 148 (November 1, 2023): 107892.
- Leary, Mark R., and Robin M. Kowalski. "Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model." *Psychological Bulletin* 107, no. 1 (January 1990): 34–47.
- Leaver, Tama, Tim Highfield, and Crystal Abidin. "Instagram: Visual Social Media Cultures." *Communication Research and Practice* 7, no. 2 (April 3, 2021): 202–4.
- Litt, Eden, and Eszter Hargittai. "The Imagined Audience on Social Network Sites." *Social Media and Society* 2, no. 1 (January 11, 2016).
- Manik, Asianna, Delila Maya Sari Siregar, Nabila Amanda Pulungan, Nur Arba Asari, Selly Elprida Gajahmanik, and Sri Yunita. "Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Kewarganegaraan." *Al-Ihda' : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran* 19, no. 2 (October 14, 2024): 1598–1605.
- Marwick, Alice E., and Danah Boyd. "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience." *New Media & Society* 13, no. 1 (February 2011): 114–33.

- . “Networked Privacy: How Teenagers Negotiate Context in Social Media.” *New Media and Society* 16, no. 7 (November 27, 2014): 1051–67.
- Mehdizadeh, Soraya. “Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook.” *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 13, no. 4 (August 1, 2010): 357–64.
- Michikyan, Minas, Kaveri Subrahmanyam, and Jessica Dennis. “Can You Tell Who I Am? Neuroticism, Extraversion, and Online Self-Presentation among Young Adults.” *Computers in Human Behavior* 33 (April 1, 2014): 179–83.
- Miranti, Dewi Yudho, Rewindinar, and Pieter Andrian. “Social Media Preferences and Usage Behaviour among Indonesians Insights and Implications for Business Strategies.” *South Asian Journal of Social Studies and Economics* 21, no. 11 (October 23, 2024): 25–36.
- Noon, Edward John, Chia chen Yang, Ondra Pesout, Michal Mikolaj Stefanczyk, and Gabriella Seiler. “Insta-Identity: The Longitudinal Reciprocal Relationship between Authentic and Positive Self-Presentation on Instagram and the Sexual Identity Development of Sexual Minority Youth.” *Computers in Human Behavior* 158 (September 1, 2024): 108278.
- Nugraha, Daniella Nathania Surya, and Hanna Nurhaqiqi. “Second Account Instagram Sebagai Sarana Pengungkapan Diri Pada Generasi Z Laki-Laki.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7, no. 9 (September 1, 2024): 9601–9.
- Osterholz, Sarah, Emily I. Mosel, and Boris Egloff. “#Insta Personality: Personality Expression in Instagram Accounts, Impression Formation, and Accuracy of Personality Judgments at Zero Acquaintance.” *Journal of Personality* 91, no. 3 (June 1, 2023): 566–82.
- Ouytsel, Joris Van, Ellen Van Gool, Michel Walrave, Koen Ponnet, and Emilie Peeters. “Exploring The Role Of Social Networking Sites Within Adolescent Romantic Relationships And Dating Experiences.” *Computers in Human Behavior* 55 (February 1, 2016): 76–86.
- Paramesti, Ayu Rahma, and Rosalia Prismarini Nurdiarti. “Penggunaan Pseudonym Di Second Account Instagram Dalam Perspektif Etika Digital | Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi.” *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (December 11, 2022).
- Prensky, Marc. “Digital Natives, Digital Immigrants.” Vol. 9. MCB University Press, 2001.
- Pretorius, Claudette, Darragh McCashin, and David Coyle. “Mental Health Professionals as Influencers on TikTok and Instagram: What Role Do They

- Play in Mental Health Literacy and Help-Seeking?" *Internet Interventions* 30 (December 1, 2022): 100591.
- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. Dehaan, and Valerie Gladwell. "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out." *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1841–48.
- Qian, Yaqun. "Grouping Social Media Users Through Goffman's Dramaturgical Approach and the Preservation of Self Presentation." In *Proceedings of the 2021 International Conference on Education, Language and Art (ICELA 2021)*, 637:64–68. Atlantis Press, 2022.
- Raaper, Rille, Mariann Hardey, Katrin Tiidenberg, and Samar Aad. "Negotiating Authenticity: Experiences of Student Influencers on Social Media." *Journal of Youth Studies*, 2024.
- Reinecke, Leonard, and Sabine Trepte. "Authenticity and Well-Being on Social Network Sites: A Two-Wave Longitudinal Study on the Effects of Online Authenticity and the Positivity Bias in SNS Communication." *Computers in Human Behavior* 30 (January 1, 2014): 95–102.
- Schyff, Karl Van der, Karen Renaud, Juliet Puchert Townes, and Naledi Tshiqi. "Investigating the Mediating Effects of Phubbing on Self-Presentation and FoMO within the Context of Excessive Instagram Use." *Cogent Psychology* 9, no. 1 (December 31, 2022).
- Sciara, Simona, Federico Contu, Camillo Regalia, and Peter M. Gollwitzer. "Striving for Identity Goals by Self-Symbolizing on Instagram." *Motivation and Emotion* 47, no. 6 (December 1, 2023): 965–89.
- Sebastião, Sónia Pedro. "Zizi Papacharissi (2010, Malden, MA: Polity Press), A Private Sphere: Democracy in a Digital Age." *Comunicação e Sociedade* 23 (2013): 306–9.
- Sokowati, Muria Endah, and Sefia Manda. "Multiple Instagram Accounts and the Illusion of Freedom." *Komunikator* 14, no. 2 (November 14, 2022): 127–36.
- Sukmayadi, Vidi, Dante Darmawangsa, Suffian Hadi Ayub, and Sarah Annisa Fadhila. "Constructing Fame: A Phenomenological Study of Online Impression Management among Indonesian TikTok Celebrities." *The Qualitative Report*, June 24, 2024.
- Syaefulloh, Iqbal. "Motif Penggunaan Second Account Instagram Mahasiswa Di Kota Bandung." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 1 (April 1, 2023): 49–62.
- Tewatia, Maanya, and Sramana Majumdar. "Humans of Instagram." *Journal of Digital Social Research* 4, no. 4 (November 29, 2022): 52–75.

- Tiggemann, Marika, and Mia Zaccardo. “‘Exercise to Be Fit, Not Skinny’: The Effect of Fittspiration Imagery on Women’s Body Image.” *Body Image* 15 (September 1, 2015): 61–67.
- Toffoletti, Kim, Holly Thorpe, Adele Pavlidis, Rebecca Olive, and Claire Moran. “Visibility and Vulnerability on Instagram: Negotiating Safety in Women’s Online-Offline Fitness Spaces.” *Leisure Sciences* 45, no. 8 (November 17, 2023): 705–23.
- Valkenburg, Patti M., and Jochen Peter. “Online Communication and Adolescent Well-Being: Testing the Stimulation versus the Displacement Hypothesis.” *Journal of Computer-Mediated Communication* 12, no. 4 (July 1, 2007): 1169–82.
- Vitak, Jessica. “The Impact of Context Collapse and Privacy on Social Network Site Disclosures.” *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 56, no. 4 (October 2012): 451–70.
- Vogel, Erin A., Jason P. Rose, Lindsay R. Roberts, and Kathryn Eckles. “Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem.” *Psychology of Popular Media Culture* 3, no. 4 (October 2014): 206–22.
- Wattimena, Grace Heidy Jane Amanda, Yessy Dwi Ramadhani, and Marsetio Marsetio. “Second Account Instagram Sebagai Ruang Ekspresi Generasi Milenial.” *Jurnal Pewarta Indonesia* 4, no. 2 (October 31, 2022): 212–22.
- Wijaya, Mikel Ega, and Aji Wibawa. “Indonesia Berpetualang Ke Dunia Digital: Society 5.0.” *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik* 2, no. 11 (November 30, 2022): 492–97.
- Yenilmez Kacar, Gulnur. “Instagram as One Tool, Two Stages: Self-Presentational Differences between Main Feed and Story on Instagram.” *Atlantic Journal of Communication* 32, no. 1 (January 1, 2024): 108–23.
- Zhao, Shanyang, Sherri Grasmuck, and Jason Martin. “Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships.” *Computers in Human Behavior* 24, no. 5 (September 1, 2008): 1816–36.

## TESIS

- Mäkinen, Ronja. “‘Everything I Post Is Carefully Selected’ – Visual Self-Presentation and Impression Management on Social Media.” University of Eastern Finland, 2022.



Nesvadba, Noé. "The Presentation of Self in the Digital World: Goffman and the Study of Women's Self Portrayal on Instagram Through Selfies." Loughborough University, 2017.

## WEBSITE

Instagram. "Instagram (@instagram) • Foto Dan Video Instagram," 2025. <https://www.instagram.com/instagram/?igsh=MWxhdTZqaTYzOHFi#>.

Intipseleb. "Fuji Belum Lepas Dari Hujatan Netizen Yang Menyebutnya Punya Aura Magrib. 'Ini Yg Dibilang Magrib.. Org Putih Gini,' Komentar Netizen." Instagram, May 14, 2024. <https://www.instagram.com/p/C67fvvKyvWg/?igsh=MXFya3RrZGk2dHA4dA%3D%3D>.

Marabelli, Marco, and Sue Newell. "The Materiality of Impression Management in Social Media Use: A Focus on Time, Space and Algorithms," 2016.

## WAWANCARA

Anisa. "Wawancara Pribadi," March 4, 2025.

Bunga. "Wawancara Pribadi," March 3, 2025.

Caca. "Wawancara Pribadi," March 16, 2025.

Cika. "Wawancara Pribadi," February 25, 2025.

Dewi. "Wawancara Pribadi," February 26, 2025.

Fufu. "Wawancara Pribadi," February 10, 2025.

Rere. "Wawancara Pribadi," March 3, 2025.

Santi. "Wawancara Pribadi," February 7, 2025.

Tina. "Wawancara Pribadi," February 25, 2025.