

***Front Stage dan Back Stage* Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2022
Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto dalam
Penggunaan *Second Account* Instagram**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

Alvais Ardiansyah Diasicha

NIM.224110102043

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2026**

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvais Ardiansyah Diasicha

NIM : 224110102043

Jenjang : Strata I

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : *Front Stage dan Back Stage* Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2022 Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto dalam penggunaan *Second Account* Instagram.

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul "*Front Stage dan Back Stage* Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2022 Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto dalam penggunaan *Second Account* Instagram" ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda *footnote* dan ditujukan dalam bentuk daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 14 April 2026
Saya yang menyatakan



Alvais Ardiansyah Diasicha
NIM.224110102043

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.dakwah.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**FRONT STAGE DAN BACK STAGE MAHASISWA KPI ANGKATAN
TAHUN 2022 FAKULTAS DAKWAH UIN SAIZU PURWOKERTO
DALAM PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM**

Disusun oleh:

Nama : Alvais Ardiansyah Diasicha
NIM : 224110102043
Jenjang : Sarjana Strata Satu
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah diujikan pada tanggal 14 April 2026 pada sidang Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Purwokerto, 20 April 2026

Ketua Sidang / Pembimbing,

Ageng Widodo, M.A.
NIP. 19930622 2019031015

Sekretaris Sidang / Penguji II,

Siti Nurmahyati, M.S.I.
NIPPPK. 198904092025212013

Penguji Utama,

Dr. H. Musta'in, M.Si.
NIP. 19710302 200901 1 004

Mengetahui,
Dekan



Dr. Muskinul Fuad, M.Ag.
NIP. 19741226 200003 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK
Alamat : Jalan MT. Haryono, Kelurahan Karangantu, Kecamatan Pademara, Kabupaten
Purbalingga, Jawa Tengah 53372

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di - Purwokerto

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari :

Nama : ALVAIS ARDIANSYAH DIASICHA
NIM : 224110102043
Jenjang : S-1
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Judul : DRAMATURGI MAHASISWA PENGGUNA SECOND ACCOUNT
INSTAGRAM (STUDI KASUS MAHASISWA KOMUNIKASI PENYIARAN
ISLAM (KPI) FAKULTAS DAKWAH UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Demikian atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Purwokerto, 08 April 2026
Pembimbing

Ageng Widodo, MA
NIP. 199306222019031015

***Front Stage dan Back Stage* Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2022
Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto dalam
penggunaan *Second Account* Instagram**

Alvais Ardiansyah Diasicha

NIM.224110102043

Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto

224110102043@mhs.uinsaizu.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari maraknya penggunaan *second account* Instagram di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2022 Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto sebagai ruang pengelolaan citra dan identitas diri. Sementara studi sebelumnya lebih banyak mengkaji *second account* pada mahasiswa secara umum tanpa menyoroti secara khusus konteks komunikator Islam dan tuntutan identitas keagamaan mereka di ruang digital. Fokus penelitian diarahkan untuk menjelaskan perbedaan perilaku mahasiswa KPI angkatan 2022 antara *front stage* di akun utama dan *back stage* di *second account* Instagram, serta strategi manajemen impresi yang mereka terapkan dalam pengelolaan kedua akun tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori dramaturgi Erving Goffman untuk menganalisis pengelolaan *front stage* dan *back stage* serta manajemen impresi pada akun utama dan *second account* Instagram mahasiswa KPI, melalui empat informan yang diwawancarai secara mendalam, disertai observasi dan dokumentasi yang dianalisis dengan model Miles dan Huberman serta divalidasi melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun utama digunakan sebagai *front stage* untuk menampilkan citra ideal yang religius, rapi, produktif, dan profesional di hadapan audiens luas, sedangkan *second account* berfungsi sebagai *back stage* yang lebih privat bagi *inner circle* untuk mengekspresikan emosi, keluh kesah, humor internal, dan sisi personal yang dinilai berisiko jika ditampilkan di akun utama. Sementara itu strategi manajemen impresi dilakukan dengan pemisahan fungsi akun, pembatasan audiens, dan kurasi konten sebagai bentuk kecakapan sosial-digital dalam mengelola identitas dan citra diri di media sosial.

Kata Kunci: Dramaturgi Erving Goffman, *Second Account* Instagram, Manajemen Impresi.

***Front Stage and Back Stage of KPI Students Class of 2022,
Faculty of Da'wah, UIN SAIZU Purwokerto in using Second
Account Instagram***

Alvais Ardiansyah Diasicha

224110102043

Islamic Communication and Broadcasting

Faculty of Da'wah, UIN SAIZU Purwokerto

224110102043@mhs.uinsaizu.ac.id

ABSTRACT

This research stems from the widespread use of second Instagram accounts among KPI students in the 2022 class of the Faculty of Da'wah at UIN SAIZU Purwokerto as a platform for managing their image and identity. Previous studies have focused on examining second accounts among students in general without specifically addressing the context of Islamic communicators and the demands of their religious identity in the digital space. The focus of this research is to explain the differences in behavior among KPI students in the 2022 class between the front stage of their main account and the back stage of their second Instagram account, as well as the impression management strategies they employ in managing both accounts.

This research uses a descriptive qualitative approach with Erving Goffman's dramaturgy theory to analyze front stage and back stage management, as well as impression management, on the main and second Instagram accounts of KPI students. This research uses four in-depth interviews with informants, along with observations and documentation analyzed using the Miles and Huberman model and validated through triangulation. The results of the study indicate that the main account is used as a front stage to project an ideal image of being religious, neat, productive, and professional to a wide audience, while the second account functions as a more private back stage for the inner circle to express emotions, complaints, internal humor, and personal aspects that are considered risky if displayed on the main account. Meanwhile, impression management strategies are carried out by separating account functions, limiting audiences, and curating content as a form of social-digital skills in managing identity and self-image on social media.

Keywords: *Erving Goffman's Dramaturgy, Second Account Instagram, Impression Management.*

MOTTO

“Dan Dialah Allah (yang disembah), di langit maupun di bumi; Dia mengetahui apa yang kamu rahasiakan dan apa yang kamu nyatakan dan mengetahui (pula) apa yang kamu kerjakan.”

-QS Al-An'am Ayat 3

“Pada dasarnya semua orang hipokrit, Percaya hanya pada dirimu, bukan idolamu yang liriknya berbelit”

-Daniel Baskara Putra (Hindia)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan memanjatkan puji syukur yang setinggi-tingginya ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan kemudahan-Nya, karya tulis ini penulis persembahkan dengan segenap cinta kepada:

Kedua Orang tua tercinta, sebagai sumber kekuatan dan inspirasi terbesar dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan yang tak terhitung, doa tulus yang selalu meringingi setiap langkah, serta dukungan moril maupun materiil yang tidak pernah surut. Kesabaran dan kepercayaan yang kalian berikan adalah energi utama bagi penulis untuk tetap teguh hingga mencapai titik ini.

Keluarga besar penulis, yang senantiasa melimpahkan kasih sayang dan perhatian yang menenangkan. Terima kasih telah menjadi rumah yang hangat dan penyemangat yang luar biasa dalam setiap fase perjalanan ini. Kepada sahabat, teman seperjuangan, serta rekan-rekan terdekat, terima kasih telah hadir menjadi pendengar yang baik, pemberi solusi di masa sulit, dan teman berbagi tawa yang meringankan setiap beban dalam penyusunan skripsi ini. Kebersamaan dan dukungan kalian adalah bagian tak terpisahkan dari keberhasilan ini.

Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya Fakultas Dakwah dan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah menjadi rumah intelektual dan spiritual dalam proses pencarian ilmu, pembentukan karakter, serta penguatan komitmen dakwah saya di ruang akademik maupun digital

Semoga skripsi ini dapat menjadi amal jariyah yang bermanfaat, serta membawa keberkahan dari Allah SWT bagi penulis dan semua pihak yang telah membantu dengan tulus.

Aamiin ya Rabbal 'Alamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Front Stage dan Back Stage Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2022 Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto dalam penggunaan *Second Account Instagram*”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M.Ag, Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Alief Budiyono, Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Nawawi, M.Hum, Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Dr. Uus Uswatusholihah, S.Ag., M.A., selaku Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, atas arahan, perhatian, dan bimbingannya selama penulis menempuh perkuliahan.

7. Dr. Muridan, M. Ag., selaku penasihat akademik yang telah memberikan bimbingan pada saat perancangan skripsi.
8. Ageng Widodo, M.A., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah membimbing penulis dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, arahan, serta kritik dan saran yang senantiasa diberikan, yang tidak hanya membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, tetapi juga menjadi pembelajaran berharga bagi penulis.
9. Seluruh Dosen dan staff UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya di lingkungan Fakultas Dakwah, atas ilmu, bantuan administrasi, dan pelayanan selama proses studi.
10. Kepada kedua orang tua tercinta, yang menjadi alasan terbesar penulis untuk terus melangkah bahkan di saat langkah terasa begitu berat. Terima kasih atas doa yang tak pernah berhenti dipanjatkan, atas kasih sayang yang tak pernah berkurang, serta atas setiap pengorbanan yang mungkin tak akan pernah mampu terbalaskan. Dalam setiap lelah, ragu, dan hampir menyerah, nama kalian selalu menjadi penguat yang menenangkan. Skripsi ini bukan hanya tentang pencapaian penulis, tetapi juga tentang cinta, doa, dan perjuangan kalian yang senantiasa menyertai hingga penulis mampu sampai di titik ini.
11. Serta seluruh keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu per-satu, terima kasih atas doa dan perhatian yang selalu menjadi energi tambahan bagi penulis.
12. Kepada Hatika Hidayanti, S.Sos., yang tidak hanya hadir sebagai teman, tetapi juga sebagai sosok yang senantiasa menguatkan di saat penulis merasa lelah dan hampir menyerah. Terima kasih atas waktu, perhatian, serta ketulusan yang telah diberikan sepanjang

proses penyusunan skripsi ini, yang menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis hingga mencapai tahap ini. Kepada informan

13. Kepada teman-teman WNholic, yaitu Diah Safitra Handayani S.Sos., Wildan Nafis As-Sabiq, Muhammad Tauhid Sabilillah, Desti Syefi Fitriyani, dan M. Naufal Nazhif, yang telah menemani perjalanan masa perkuliahan penulis sejak awal sebagai mahasiswa baru. Kebersamaan, dukungan, dan cerita yang telah dilalui bersama menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam proses penulis hingga sampai pada tahap ini.
14. Kepada teman-teman kelas KPI B angkatan 2022 yang telah menemani perjalanan perkuliahan penulis dengan penuh kebersamaan. Setiap cerita, tawa, dan pengalaman yang telah dilalui bersama menjadi kenangan berharga yang akan selalu diingat.
15. Kepada teman-teman KKN Desa Prigi, yaitu Andriyan, Malik, Nilta, Rahma, Yuri, Nopal, dan teman-teman KKN yang tidak bisa saya sebutkan satu per-satu yang telah menemani perjalanan pengabdian ini dengan penuh kebersamaan. Setiap pengalaman, kerja sama, dan cerita yang dilalui bersama menjadi kenangan berharga bagi penulis.
16. Kepada teman-teman virtual di Discord Team Slebew, yaitu Algifahri, Rusdy, Aditya, Faran, Arul, Adit, Dwi, Ameng, Sungkok, Diva, Kanaya, Yogi beserta seluruh anggota lainnya, yang telah menghadirkan kebersamaan dan dukungan meskipun tidak selalu bertemu secara langsung. Kehadiran kalian menjadi salah satu penyemangat dalam perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini.
17. Seluruh teman-teman yang pernah penulis temui dan tidak dapat disebutkan satu per-satu, terima kasih atas kebersamaan, pengalaman, serta wawasan baru yang telah diberikan kepada penulis.

18. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah berkontribusi dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam penggunaan *second account*.

Purwokerto, 14 April 2026



Alvais Ardiansyah Diasicha

NIM.224110102043



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	8
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian	13
F. Kajian Pustaka.....	14
G. Sistematika Pembahasan	25
BAB II	27
KAJIAN TEORI	27
A. Media Sosial dan Instagram	27
B. Teori Interaksi Simbolik.....	28
C. Teori Dramaturgi Erving Goffman.....	31
D. Mahasiswa Sebagai Civitas Akademik	37
E. Strategi Manajemen Komunikasi dalam Penyiaran dan Media Sosial	39
BAB III	41

METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	42
C. Data dan Sumber Data	42
D. Subjek dan Objek Penelitian	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Teknik Analisis Data	45
E. Keabsahan Data.....	47
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.....	48
B. Gambaran Umum Informan Penelitian	50
C. Pola Perilaku Mahasiswa KPI Angkatan 2022 di Instagram	66
D. Hasil Penelitian	68
E. Analisis Dramaturgi Pengguna <i>Second Account</i> Instagram.....	75
BAB V.....	89
PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Alasan Utama Menggunakan *Second Account*

Tabel 4.2 Aktivitas dalam Menggunakan *Second Account* Instagram

Tabel 4.3 Perbedaan Akun Utama dan *Second Account* Instagram

Tabel 4.4 Bentuk *Front Stage* pada Akun Utama Instagram

Tabel 4.5 Bentuk *Back Stage* Pada *Second Account* Instagram

Tabel 4.6 Strategi Manajemen Impresi Pengguna *Second Account* Instagram



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 *Screenshot* Penyebaran Link Kuesioner

Lampiran 2 *Screenshot* Hasil Jawaban Kuesioner

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara Dengan Informan

Lampiran 4 *Screenshot* Tampilan Akun Utama dan *Second Account* Instagram Informan

Lampiran 5 *Screenshot* Unggahan Konten Akun Utama dan *Second Account* Instagram Informan

Lampiran 6 Pedoman Wawancara Penelitian

Lampiran 7 Hasil Wawancara Dengan Para Informan



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa transformasi besar dalam kehidupan masyarakat modern. Perpaduan antara budaya kontemporer dan kemajuan teknologi digital menciptakan era dimana ekspresi diri dapat muncul melalui platform media sosial secara hampir tanpa batas. Kini media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern.¹ Kemunculan internet membawa perubahan signifikan dalam cara manusia mengakses informasi, hiburan, dan membangun identitas diri di ruang digital. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 80,66%, atau setara dengan 229,43 juta jiwa dari total populasi 284,44 juta jiwa penduduk Indonesia. Angka ini menunjukkan adanya peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya (2024) yang mencapai 79,50% atau sekitar 221,56 juta jiwa.²

Kenaikan ini menggambarkan semakin luasnya akses masyarakat terhadap internet di berbagai wilayah Indonesia, yang turut mendorong perkembangan ekonomi digital, pendidikan daring, serta aktivitas sosial masyarakat di ruang digital. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia, terutama generasi muda yang dikenal sebagai generasi digital native, telah mengintegrasikan teknologi digital secara penuh dalam kehidupan sehari-hari mereka.³ Digital native adalah generasi yang sejak awal kehidupannya

¹ Amnah and St. Syahriati, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pembelajaran Lingkungan Perguruan Tinggi," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3 (2023): 4783–90. hlm.1

² Data ini diambil dari : <https://survei.apjii.or.id>. Diakses pada 3 November 2025. Pukul 14.45

³ Ni Made et al., "Pendidikan Karakter Untuk Generasi Digital Native," *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* 9, no. 2 (2021): 518–24. hlm. 519.

sudah terpapar teknologi dan internet, ini di dominasi generasi milenial dan gen Z yang memiliki pemahaman mendalam dalam mengoperasikan berbagai platform media sosial.⁴ Kelompok ini tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi semata, tetapi juga sebagai wahana untuk membangun eksistensi diri, menciptakan ruang sosial yang luas, serta mengonstruksi identitas virtual yang kompleks dan dinamis. Media sosial telah bertransformasi menjadi panggung utama dalam kehidupan sosial, dimana setiap individu dapat menampilkan dan mengelola citra dirinya kepada khalayak luas.⁵

Diantara banyak platform media sosial yang ada, Instagram menempati posisi istimewa sebagai salah satu media yang paling populer dan banyak diminati di Indonesia, khususnya dikalangan dewasa muda. Berdasarkan data terbaru dari *NapoleonCat* tahun 2025, Jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai 100.804.400 pengguna. Dari total tersebut, 53,4% penggunanya adalah perempuan dan 46,6% adalah laki-laki. Pengguna terbanyak berasal dari kelompok usia 18-24 tahun yakni mencapai 28,3% dan usia 25-34 tahun mencapai 43,7%, yang merupakan rentang usia mahasiswa dan dewasa muda.⁶ Popularitas Instagram didorong oleh berbagai fitur menarik seperti *instastory*, *feeds*, *reels*, *live*, *filter*, *sticker*, *avatar*, dan yang paling signifikan adalah fitur *multiple account* yang memungkinkan pengguna memiliki lebih dari satu akun dalam satu perangkat tanpa harus keluar dari akun utama.⁷ Kehadiran fitur *multiple account* ini mendorong munculnya fenomena *second account* atau akun kedua di Instagram yang kini menjadi tren di kalangan generasi digital native.

⁴ Data Indonesia, "221 Juta Penduduk Indonesia Makin Melek sama Internet", *Indonesia Baik.id*, 17 Desember 2023. Diakses pada 3 November 2025. Pukul 15.15

⁵ Ananda Ade Salsabila and Haerani Nur, "Representasi Diri Di Sosial Media : Antara Identitas Nyata Dan Identitas Virtual," *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* 4, no. 4 (2025): 5601–20. hlm. 5601.

⁶ Data ini diambil dari : <https://napoleoncat.com>. Diakses pada 3 November 2025. Pukul 15.45

⁷ Ghairun Nisya et al., "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram @ Potret _ Ranau Terhadap Pertumbuhan Dan Perkembangan Objek Wisata Danau Ranau," *Journal of Internet and Software Engineering*, no. 3 (2024): 1–15. hlm. 7.

Fenomena *Second account* Instagram tidak lepas dari cara pengguna membelah dirinya antara yang pantas dilihat oleh publik secara luas dan yang hanya untuk kalangan tertentu. *Second Account* biasanya dibuat privat, pengikutnya dipilih ketat, dan isinya jauh lepas dibanding akun utama. Disini, pengguna merasa tidak terlalu dibebani kewajiban untuk selalu tampil “baik-baik saja”, sehingga ekspresi yang muncul lebih jujur dan apa adanya. Berbeda dengan *second account*, sebaliknya akun utama justru diposisikan sebagai etalase publik yang menampilkan citra diri yang rapi, terkendali, dan terkurasi, sehingga aman untuk dilihat oleh audiens luas, termasuk teman sebaya hingga dosen.⁸

Praktik ini menggambarkan bahwa postingan di Instagram tidak hanya sekadar merekam aktivitas sehari-hari, tetapi juga sebagai bentuk pertunjukan diri. Pengguna secara sengaja menyusun gambar, teks, dan interaksi guna menciptakan kesan yang diinginkan oleh penonton. Erving Goffman dalam teorinya mengenai dramaturgi melihat interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan, di mana individu berperan sebagai aktor yang memainkan berbagai karakter sesuai dengan konteks dan audiens. Dalam kerangka ini, terdapat *front stage* yang berfungsi sebagai ruang publik di mana individu menunjukkan peran yang diharapkan oleh masyarakat, serta *back stage* yang merupakan ruang pribadi untuk melepaskan peran dan menampilkan aspek diri yang lebih nyata.⁹

Dalam ranah media sosial Instagram, akun utama dapat dianggap sebagai *front stage*, sementara akun kedua berperan sebagai *back stage*. Pola ini terlihat jelas ketika seseorang menampilkan citra yang terorganisir, religius, dan "baik-baik saja" di akun utama, tetapi lebih terbuka dan jujur di akun kedua. Perubahan peran ini bersifat fleksibel dan selalu berubah sesuai dengan situasi dan audiens yang ada. Erving Goffman menyebut proses ini sebagai permainan

⁸ Rahma Dini Anggraini et al., “Second Account Instagram Sebagai Media Self Disclosure Di Kalangan Mahasiswa,” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 24, no. 2 (2024): 1104. hlm. 1106.

⁹ Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori-Teori Komunikasi, Teori Komunikasi Dalam Perspektif Penelitian Kualitatif* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2015). hlm. 58.

peran. Seseorang, secara sadar atau tidak, mengatur bagaimana ia muncul dihadapan orang lain, kapan dia harus terlihat “ideal”, dan bagian mana yang sebaiknya disembunyikan. Permainan peran ini tidak pernah berhenti, ia berubah mengikuti situasi dan siapa yang sedang menjadi penonton. Di Instagram, pergeseran itu tampak jelas, seseorang bisa terlihat sangat rapi, kalem, religious dan baik-baik saja di satu akun, tetapi bisa terlihat jauh lebih blak-blakkan di akun lainnya.¹⁰

Mahasiswa saat ini termasuk mahasiswa yang berlatar belakang pendidikan agama, hidup dalam lingkungan sosial yang menuntut mereka untuk terus tampil dan berinteraksi di ruang digital. Instagram tidak lagi menjadi hanya sekedar ruang hiburan, tetapi juga ruang dimana mereka membangun identitas, mengelola citra diri, dan tempat bernegosiasi dengan pandangan orang lain. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan Instagram sebagai media untuk melakukan *self-disclosure*, mengelola kesan, dan menampilkan diri secara selektif, baik lewat *feed*, *story*, maupun fitur interaktif lainnya. Dalam konteks ini, *second account* sering dipakai sebagai ruang yang lebih aman untuk mengungkap hal-hal yang tidak ingin mereka tampilkan di akun utama. Di akun inilah mereka lebih bebas membagikan cerita personal, sisi rapuh dirinya, kegelisahan, hingga pendapat yang dianggap terlalu sensitif jika dikonsumsi oleh publik yang lebih luas.¹¹

Fenomena tersebut juga di temukan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya pada mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah. Penelitian yang dilakukan oleh Mega Yuliana Indah Lestari tahun 2025 menunjukkan bahwa dari 63 mahasiswa KPI yang menjadi responden, sebanyak 53 mahasiswa memiliki dan secara aktif menggunakan *second account* Instagram. *Second account* ini biasanya bersifat privat, memiliki jumlah pengikut yang terbatas, serta berisi konten yang bersifat

¹⁰ Tri Dewi Bilqis, “Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure,” *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara* 1, no. 2 (2024): 155–164. hlm. 160.

¹¹ Bilqis... hlm. 163.

personal seperti ungkapan perasaan, keluhan, humor internal, dan kegiatan santai, sementara akun utama cenderung menampilkan citra yang lebih resmi dan teratur. Hasil ini menegaskan bahwa pemisahan antara akun utama dan akun kedua telah menjadi kebiasaan di kalangan mahasiswa KPI UIN SAIZU Purwokerto.¹²

Di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Khususnya di Fakultas Dakwah, terdapat beberapa program studi yang sama-sama berkaitan dengan isu keislaman dan kehidupan masyarakat, seperti Bimbingan Konseling Islam (BKI), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), Manajemen Dakwah (MD), serta Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Penelitian ini secara khusus memfokuskan kajian pada mahasiswa KPI, karena posisi akademik dan orientasi profesi yang dipersiapkan bagi mereka memiliki kedekatan yang sangat kuat dengan dunia media, pesan, dan konstruksi citra. Kurikulum KPI secara eksplisit mengajarkan teori komunikasi, media, jurnalistik, penyiaran, konten digital, sekaligus etika bermedia dan dakwah di ruang publik. Instagram bagi mahasiswa KPI bukan sekadar tempat “nongkrong digital”, tetapi sekaligus sebagai laboratorium praktik komunikasi, tempat mereka menguji gaya bicara, visual, narasi, dan cara membangun perhatian audiens.¹³

Berbeda dengan mahasiswa BKI yang fokus utamanya pada konseling dan relasi dua arah yang intim, PMI yang banyak bergelut dengan pemberdayaan komunitas, atau MD yang menonjolkan manajemen program dakwah, mahasiswa KPI justru berada langsung di garis depan produksi pesan dan pengelolaan citra di media sosial. Mereka disiapkan sebagai calon jurnalis, penyiar, content creator dakwah, MC, atau komunikator publik lainnya. Konsekuensinya, apa yang mereka lakukan di media sosial termasuk di *second account* lebih mudah terbaca sebagai bagian dari “brand” pribadi dan sekaligus

¹² Mega Yuliana and Indah Lestari, “Motif Penggunaan Second Account Instagram Dalam Perspektif Teori Uses and Gratifications (Studi Kasus Mahasiswa Prodi KPI UIN SAIZU Purwokerto) Skripsi,” 2025.

¹³ Dwi Intan Rahayu et al., “Postingan Instagram Sebagai Media Self Disclosure Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Jambi,” *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan* 6, no. 3 (2023): 289–99. hlm. 298.

citra keislaman yang mereka bawa sebagai mahasiswa KPI. Itulah alasan utama mengapa penelitian ini memilih KPI, bukan BKI, PMI, atau MD, ketegangan dramaturgis antara peran sebagai komunikator Islam dan sebagai pengguna media sosial bisa jauh lebih terasa di kelompok ini.¹⁴

Penelitian terbaru juga menguatkan pentingnya mengkaji dramaturgi di kalangan mahasiswa KPI. Rahayu dkk. menunjukkan bahwa mahasiswa KPI UIN Jambi menggunakan Instagram sebagai media *self-disclosure*, menata apa yang ingin dibuka dan disembunyikan melalui berbagai fitur di akun mereka.¹⁵ Penelitian lain di lingkungan KPI menegaskan bahwa *second account* sering dijadikan ruang keterbukaan diri yang lebih jujur, dengan audiens terbatas dan tingkat kontrol yang lebih besar atas siapa yang boleh melihat konten tersebut. Sementara itu, kajian tentang *self-presenting* dan manajemen kesan mahasiswa di Instagram dengan perspektif dramaturgi menemukan bahwa mahasiswa secara sadar mengatur unggahan, gaya bicara, dan interaksi untuk membentuk citra tertentu di mata pengikut mereka.¹⁶

Fenomena *second account* Instagram dalam penelitian ini diposisikan sebagai panggung drama digital yang dikelola langsung oleh penggunanya. Mahasiswa membuat dan mengelola akun sesuai dengan sisi diri apa yang ingin mereka tunjukkan kepada penonton, akun utama untuk tampilan yang rapi dan dapat diterima publik, sementara *second account* menjadi ruang di mana mereka merasa lebih bebas mengekspresikan diri dan membangun citra tertentu sesuai kebutuhan dan suasana hati. Di titik ini, teori dramaturgi Goffman menjadi kaca mata utama untuk membaca bagaimana “pertunjukan” itu disusun, dijalankan, dan dinegosiasikan sehari-hari.¹⁷

¹⁴ Yuliana and Lestari, “Motif Penggunaan Second Account Instagram Dalam Perspektif Teori Uses and Gratifications (Studi Kasus Mahasiswa Prodi KPI UIN SAIZU Purwokerto) Skripsi.” hlm. 5.

¹⁵ Rahayu et al., “Postingan Instagram Sebagai Media Self Disclosure Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Jambi.” hlm. 289-299.

¹⁶ Muhammad Azhari and Khairussalam, “Self-Presenting Pada Instagram Dalam Perspektif Dramaturgi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat,” *Huma: Jurnal Sosiologi* 4, no. 1 (2024): 118–30. hlm. 118.

¹⁷ Citra Amelia, “Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Instagram Sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah,” *Jurnal Audiens* 5, no. 4 (2024): 591–606. hlm. 594.

Penelitian ini memandang *second account* bukan sekadar sebagai ruang pelarian atau wadah curhat, tetapi sebagai panggung tempat praktik permainan peran berlangsung secara halus. Dalam ruang ini, selalu terdapat jarak antara kehidupan yang sesungguhnya dengan citra yang ditampilkan, apa yang muncul di *feed* maupun *story* tidak selalu sepenuhnya merepresentasikan kondisi nyata di balik layar. Sejumlah penelitian tentang *second account* dan *self-presentation* menemukan adanya ketidaksesuaian antara identitas *offline* dan persona *online* yang dibangun, mulai dari sekadar memoles realitas sampai menciptakan versi diri yang sangat berbeda.¹⁸ Bedanya dengan kasus “*faker*” ekstrem yang pura-pura menjadi orang lain dan mencuri identitas orang tersebut, penelitian ini lebih menyoroti bentuk “kepalsuan halus” dimana ketika mahasiswa tetap menjadi dirinya sendiri, tetapi memilih, memotong, dan menyusun bagian-bagian tertentu saja untuk ditampilkan di akun utama maupun *second account*.¹⁹

Dalam konteks mahasiswa KPI, lapisan problemnya menjadi lebih tebal. Mereka belajar teori komunikasi, etika media, dan dakwah, tetapi pada saat yang sama juga menjadi bagian dari budaya *second account* yang longgar dan sangat personal. Di sini, ketidakselarasan antara citra yang dibangun yakni sebagai mahasiswa religius, komunikatif, dan profesional dengan ekspresi yang muncul di *second account* yang bisa sangat emosional, sarkastik, atau “seolah tidak seperti mahasiswa KPI” menjadi titik tarik utama penelitian ini. Penelitian ini ingin melihat sejauh mana permainan peran itu disadari, bagaimana mereka mengelola dua wajah digital tersebut, dan apa dampaknya bagi identitas dan citra diri mereka sebagai calon komunikator Islam di ruang publik.

Berdasarkan uraian di atas, fenomena penggunaan dua akun Instagram oleh mahasiswa KPI angkatan 2022 menarik untuk dikaji sebagai praktik pengelolaan *front stage* dan *back stage* dalam kehidupan digital mereka. Akun

¹⁸ Rahayu et al., “Postingan Instagram Sebagai Media Self Disclosure Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Jambi.” hlm. 289-299.

¹⁹ Annisa Salsa Nabila, “Presentasi Diri Pengguna Cyber Account di Aplikasi X: Analisis Perspektif Teori Dramaturgi Erving Goffman (Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025). hlm. 6.

utama diposisikan sebagai panggung depan untuk menampilkan citra ideal sebagai mahasiswa KPI yang religius, komunikatif, dan profesional, sedangkan *second account* berfungsi sebagai panggung belakang yang lebih privat untuk mengekspresikan sisi personal yang lebih jujur, emosional, dan terkadang berisiko terhadap citra jika dibawa ke ruang publik. Penelitian ini memandang kedua panggung tersebut melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman dan konsep manajemen impresi, untuk memahami bagaimana mahasiswa KPI mengelola dua akun, menyesuaikan peran di hadapan audiens yang berbeda, serta menegosiasikan identitas mereka sebagai generasi digital sekaligus calon komunikator Islam di media sosial. Dengan dasar pemikiran tersebut, penelitian ini mengangkat judul “*Front Stage dan Back Stage Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2022 Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto dalam penggunaan Second Account Instagram*”.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya ketidakpahaman dalam menafsirkan judul penelitian, peneliti merasa perlu memberikan penjelasan lebih lanjut yang berkaitan dengan istilah-istilah utama yang menjadi fokus di dalam penelitian. Beberapa penjelasan istilah tersebut ialah sebagai berikut:

a. Dramaturgi

Dramaturgi dalam penelitian ini mengacu pada pandangan teori Erving Goffman yang memandang kehidupan sosial sebagai sebuah pertunjukan teater di mana setiap individu bertindak sebagai aktor yang mementaskan diri di hadapan audiens. Konsep ini digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswa KPI secara sadar mengelola kesan (*impression management*), memainkan peran sosial yang berbeda, dan menampilkan peran sosial yang berbeda, dan menampilkan identitas yang bervariasi sesuai dengan konteks situasi interaksi, dan audiens yang dihadapi, terutama pada ekosistem media sosial Instagram. Dalam konteks penelitian ini, dramaturgi menjadi kerangka analitis untuk mengungkap mekanisme presentasi diri yang

dilakukan mahasiswa melalui penggunaan akun utama dan *second account* Instagram mereka.²⁰

b. *Front Stage* (Panggung Depan)

Front stage adalah ruang publik atau area pertunjukan yang terlihat oleh audiens, tempat individu secara sengaja menampilkan citra diri yang telah dikonstruksi dengan cermat sesuai dengan norma sosial, standar akademik, ekspektasi budaya, dan penilaian dari audiens yang lebih luas. Dalam penelitian ini, *front stage* merujuk pada akun utama mahasiswa KPI yang berfungsi sebagai wadah presentasi identitas “resmi” yang rapi, terkontrol, dan dianggap dapat diterima oleh khalayak luas termasuk dosen, orang tua, dan pengikut umum. Konten yang ditampilkan di *front stage* (akun utama) umumnya mencerminkan versi ideal dari diri yang ingin di pertahankan di ruang publik akademik dan sosial.

c. *Back Stage* (Panggung Belakang)

Back stage adalah ruang privat atau area dibalik pertunjukan dimana individu mempersiapkan peran mereka, melepas topeng publik, dan mengekspresikan diri secara lebih autentik dan bebas tanpa tekanan sosial yang ketat. Dalam penelitian ini, *back stage* mengacu pada *second account* Instagram yang bersifat pribadi, tertutup melalui pengaturan *privat account*, dan ditunjukan untuk audiens yang sangat terbatas seperti teman dekat atau kelompok tertentu. Di *back stage* (*second account*) individu memiliki kebebasan yang lebih besar untuk mengungkapkan perasaan, pemikiran, kekhawatiran, sisi humoris, sisi gelap, atau aspek identitas lainnya yang dihindari atau tidak ditampilkan di akun Instagram utama mereka.

d. Pengguna *Second Account* Instagram

Secara konseptual, pengguna *second account* Instagram adalah individu yang tidak hanya memiliki, tetapi juga secara sadar mengelola akun kedua di platform Instagram yang terpisah dari akun utama, baik dari segi identitas, jaringan pertemanan, maupun tujuan penggunaan. Pengguna melakukan

²⁰ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*. (University of Edinburgh Social Sciences Research Centre 39 George Square, Edinburgh 8 Monograph No.2, 1956). hlm. 17.

serangkaian tindakan komunikatif, seperti memilih jenis konten yang diunggah, menentukan siapa saja yang diberi akses sebagai pengikut, serta mengatur cara berinteraksi melalui komentar, pesan, maupun fitur lain, sehingga *second account* menjadi ruang ekspresi yang lebih selektif dan personal daripada akun utama. Dengan demikian, pengguna *second account* dipahami sebagai aktor yang aktif mengolah representasi diri dan relasi sosialnya dalam ruang digital yang lebih terbatas.²¹

Secara operasional dalam penelitian ini, pengguna *second account* Instagram adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. memiliki minimal satu *second account* di luar akun utama pada aplikasi Instagram.
2. menggunakan *second account* tersebut secara aktif dalam periode tertentu yang ditetapkan peneliti yakni selama tiga bulan terakhir, yang ditunjukkan melalui aktivitas unggahan, story, maupun interaksi dengan pengikut.
3. memanfaatkan *second account* untuk mengekspresikan sisi diri yang relatif berbeda dari akun utama, baik dari aspek gaya bahasa, tema konten, maupun pilihan audiens dan
4. bersedia menjadi informan penelitian.

Dengan penegasan ini, istilah “pengguna *second account* Instagram” dalam skripsi ini tidak merujuk pada semua pemilik akun Instagram, tetapi secara spesifik pada subjek yang melakukan praktik pengelolaan kesan di *second account* sehingga dapat dianalisis melalui perspektif dramaturgi.

e. *Second Account*

Second Account adalah akun media sosial tambahan yang dimiliki oleh seseorang dalam satu platform yang sama, dengan identitas atau *username*

²¹ Ayu Fitriyani Prasetya, “Penggunaan Second Account Instagram Bagi Self-Presentation Mahasiswa FISH UNJ,” *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 2, no. 3 (2025): 4243–4253. hlm. 4245.

yang berbeda dari akun utama. *Second Account* umumnya memiliki karakteristik khusus, seperti jumlah pengikut (*followers*) yang lebih sedikit dan terbatas pada lingkaran terdekat atau orang-orang yang dipercaya oleh pemilik akun. Pemilik *second account* cenderung lebih merahasiakan identitas asli mereka dan menggunakan akun tersebut sebagai ruang pribadi yang lebih memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri secara lebih leluasa tanpa terikat Batasan-batasan seperti halnya di akun utama. Dengan kata lain *second account* berfungsi sebagai wadah untuk *self-disclosure* yang lebih jujur dan autentik.²² Dalam perspektif dramaturgi di penelitian ini, *second account* dipahami sebagai panggung belakang (*back stage*) digital yang digunakan mahasiswa KPI untuk menampilkan sisi diri yang berbeda dari citra ideal di akun utama.

f. Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video, berinteraksi melalui like, komentar, dan direct message (DM) serta menyediakan berbagai fitur seperti *instastory*, *reels*, *feed*, dan *multiple account*. Nama Instagram berasal dari gabungan kata "insta" yang diambil dari kata "instan", mengacu pada kemampuan kamera polaroid dalam mencetak foto secara instan, dan "gram" yang diadopsi dari kata "telegram", merujuk pada pengiriman informasi secara cepat (ekspres) kepada orang lain.²³ Dalam konteks penelitian ini, Instagram menjadi ruang utama di mana praktik dramaturgi dan *self-presentation* mahasiswa KPI berlangsung, khususnya melalui pengelolaan akun utama dan *second account*.

²² Amelia, "Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Instagram Sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah." hlm. 602.

²³ Angelique Latupeirissa and Sutarto Wijono, "Self-Esteem Dengan Self-Presentation Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram," *Bulletin of Counseling and Psychotherapy* 4, no. 2 (2022): 226–34. hlm. 227.

g. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Angkatan 2022 UIN SAIZU Purwokerto

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto memiliki program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berada di bawah naungan Fakultas Dakwah Dan Saintek. Fokus mahasiswa KPI adalah untuk mempelajari dan meningkatkan ketrampilan komunikasi dan penyiaran yang dilandaskan pada nilai-nilai Islam. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa lulusan KPI dapat menjadi komunikator yang baik dan mampu berkontribusi untuk masyarakat dengan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip agama Islam.²⁴ Mahasiswa KPI angkatan 2022 adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang mulai terdaftar sebagai mahasiswa pada tahun akademik 2022/2023. Dalam penelitian ini, mereka diposisikan sebagai subjek yang menarik karena, selain berperan sebagai pengguna aktif media sosial, juga dipersiapkan sebagai komunikator dan dai yang dituntut untuk mengelola citra dan peran sosialnya, baik di dunia nyata maupun di ruang digital.

h. Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)

Pengelolaan kesan adalah suatu proses yang dilakukan secara sadar atau tidak sadar oleh individu untuk mengatur, mengontrol, dan mengomunikasikan informasi tentang diri mereka melalui perilaku verbal dan nonverbal, penampilan visual, pilihan bahasa, dan pola interaksi. Tujuan dari pengelolaan kesan adalah untuk membentuk, mempengaruhi, dan mengarahkan persepsi atau penilaian yang dibentuk oleh audiens terhadap identitas dan citra diri mereka.²⁵ Dalam penelitian ini, pengelolaan kesan dianalisis secara mendalam melalui identifikasi dan pernamdingan presentasi diri mahasiswa KPI antara akun utama (*front stage*) dan *second*

²⁴ Penyusun, *Panduan Akademik UIN SAIZU Purwokerto*. hlm. 133.

²⁵ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*, Revisi (Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya, 2020). hlm. 157.

account (back stage) Instagram mereka, yang mencakup pemilihan konten, strategi visual, nada komunikasi dan audiens yang ditargetkan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perbedaan perilaku mahasiswa KPI angkatan 2022 antara *front stage* di akun utama dan *back stage* di *second account* Instagram?
2. Bagaimana strategi manajemen impresi mahasiswa KPI angkatan 2022 dalam pengelolaan kedua akun tersebut?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara mendalam bagaimana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2022 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto mengelola *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) serta menerapkan strategi manajemen impresi dalam penggunaan akun utama dan *second account* Instagram berdasarkan perspektif teori dramaturgi Erving Goffman.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya kajian komunikasi dan penyiaran Islam yang berkaitan dengan pengelolaan *front stage* dan *back stage* serta manajemen impresi mahasiswa dalam penggunaan akun utama dan *second account* Instagram.

- b. Memperkaya khazanah literatur akademik mengenai praktik dramaturgi digital, representasi diri, dan konstruksi identitas mahasiswa di media sosial, terutama dalam konteks mahasiswa KPI sebagai calon komunikator Islam.
 - c. Menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji isu serupa tentang *front stage*, *back stage*, dan strategi pengelolaan kesan di platform media sosial lain maupun pada subjek yang berbeda.
2. Manfaat Praktis
- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif bagi mahasiswa tentang strategi pengelolaan citra diri dan manajemen impresi di media sosial, agar mereka lebih sadar dan reflektif dalam memanfaatkan akun utama dan *second account* Instagram.
 - b. Bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan materi literasi digital dan etika bermedia bagi mahasiswa, khususnya terkait jejak digital dan citra sebagai komunikator Islam.
 - c. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi dan inspirasi bagi masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan identitas serta presentasi diri berbasis teori komunikasi di era media sosial, sehingga mendorong terbentuknya budaya digital yang lebih sadar dan terarah.

F. Kajian Pustaka

Kajian tentang dramaturgi media sosial khususnya pada *second account* telah banyak dilakukan, diantaranya adalah:

1. Penelitian oleh Yeni Fransiska Andriani dan Muclis, Universitas Malikussalah tahun 2023 melalui jurnal berjudul “Dramaturgi dalam Penggunaan Second Account di Media Sosial Instagram”. Penelitian ini membahas penggunaan *second account* Instagram sebagai ruang untuk

menampilkan sisi asli dari kehidupan pengguna, yang berbeda dengan persona yang di bangun pada akun utama. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif dramaturgi untuk menganalisis dualitas peran di Instagram. Perbedaannya ada pada subjek penelitian jurnal tersebut, yaitu mahasiswa pengguna Instagram secara umum, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada mahasiswa KPI sebagai generasi digital native.²⁶

2. Penelitian oleh Citra Amelia, Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta tahun 2024 melalui jurnal berjudul “Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswi muslimah menggunakan *second account* di Instagram sebagai sarana untuk melakukan *self-disclosure* atau pengungkapan diri. Penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi Erving Goffman, yang membagi perilaku individu ke dalam dua panggung, yaitu panggung depan (*front stage*) yang menggambarkan citra diri ideal di akun utama, dan panggung belakang (*backstage*) yang mencerminkan sisi diri yang lebih jujur dan bebas di akun kedua. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap tiga mahasiswi muslimah pengguna *second account*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *second account* memungkinkan para mahasiswi muslimah menampilkan identitas yang lebih autentik dan bebas dari tekanan sosial yang mereka rasakan di akun utama. Akun utama dipandang sebagai ruang representasi ideal diri, sedangkan *second account* berfungsi sebagai ruang pribadi untuk mengekspresikan perasaan, pikiran, dan sisi lain dari kehidupan mereka yang tidak ingin ditampilkan di ruang publik.²⁷ Didalam jurnal ini terdapat

²⁶ Yeni Fransiska and Muchlis, “Dramaturgi Dalam Penggunaan Second Account Di Media Sosial Instagram (Studi Pada Paguyuban Ikatan Mahasiswa Labuhanbatu),” *JURNAL JURNALISME* 12, no. April (2023): 64–74.

²⁷ Amelia, “Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Instagram Sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah.”

kaitan terhadap apa yang hendak diteliti dalam penelitian ini, yaitu sama-sama meneliti tentang penggunaan *second account* Instagram melalui pendekatan dramaturgi. Persamaannya terletak pada analisis peran individu dalam memisahkan panggung depan dan panggung belakang di media sosial. Namun, yang membedakan yaitu pada subjek dan fokus penelitian. Dalam jurnal ini, subjek yang diteliti adalah mahasiswi muslimah dengan fokus pada proses self-disclosure dan pengelolaan citra diri di Instagram. Sedangkan dalam penelitian ini, fokusnya diarahkan pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang menggunakan *second account*, dengan tujuan untuk memahami latar belakang dan makna sosial yang melatarbelakangi penggunaan akun kedua tersebut, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

3. Penelitian oleh Mega Yuliana Indah Lestari, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto tahun 2025 melalui skripsi berjudul “Motif Penggunaan *Second Account* Instagram Dalam Perspektif Teori *Uses And Gratifications* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi KPI UIN SAIZU Purwokerto)”. Penelitian ini membahas tentang alasan mahasiswa KPI menggunakan *second account* Instagram sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi, hiburan, interaksi sosial, dan ekspresi diri. Dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications*, penelitian ini mengidentifikasi empat motif utama yaitu kognitif, diversifikasi, integrasi sosial, dan identitas personal, serta menemukan adanya motif afektif sebagai tambahan yang menunjukkan kebutuhan pelepasan emosi dan kebebasan berekspresi di ruang digital.²⁸ Didalam skripsi ini terdapat kaitan terhadap penelitian yang akan dilakukan, yaitu sama-sama meneliti fenomena penggunaan *second account* Instagram oleh mahasiswa KPI. Namun, perbedaannya terletak pada kerangka teori dan fokus kajian, di mana penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menelusuri motif pengguna, sedangkan penelitian yang akan dilakukan

²⁸ Yuliana and Lestari, “Motif Penggunaan *Second Account* Instagram Dalam Perspektif Teori *Uses and Gratifications* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi KPI UIN SAIZU Purwokerto) Skripsi.”

menggunakan teori Dramaturgi Erving Goffman dengan fokus pada panggung depan dan panggung belakang mahasiswa pengguna *second account* Instagram dalam mengonstruksi citra diri mereka di media sosial.

4. Penelitian oleh Satria Jamus Nuswantoro, Universitas Lampung tahun 2025 melalui skripsi berjudul “Dramaturgi Digital Pengguna Dual Account Instagram Gen Z dalam Konteks Digital Gaze”. Penelitian ini mengupas mekanisme dual account Instagram (*first Account* dan *second account*) pada pengguna generasi Z, dengan pendekatan dramaturgi Goffman dan digital gaze. Temuannya memperlihatkan bahwa akun utama berfungsi sebagai ruang pencitraan ideal (*front stage*) dengan tujuan membangun reputasi dan validasi sosial, sedangkan *second account* difungsikan sebagai ruang alternatif yang lebih personal (*back stage*) di mana ekspresi autentik lebih bebas. Dalam konteks digital gaze, "mata digital" membuat pengguna semakin sadar dan strategis dalam membagi persona, bahkan dalam kasus tertentu memiliki lebih dari dua akun dengan identitas berbeda sesuai kebutuhan audiens. Ada penekanan pada fleksibilitas dan adaptasi identitas digital di era media sosial.²⁹ Sama seperti penelitian ini, kajian Nuswantoro fokus pada praktik pengelolaan dua panggung digital melalui Instagram serta penggunaan teori dramaturgi sebagai landasan analisis. Perbedaannya Di penelitian Nuswantoro terdapat penekanan pada pengaruh digital gaze serta pengguna multi-akun lebih dari dua, sementara penelitian ini fokus pada mahasiswa KPI dan konteks akademik komunikasi Islam.
5. Penelitian oleh Fazri Zulfaramadhan, Universitas Sriwijaya tahun 2023 melalui skripsi berjudul “Dramaturgi Pada Media Sosial Penggunaan Fitur Close Friends di Instagram”. Penelitian ini membahas bagaimana fitur *close friends* di Instagram digunakan untuk membedakan interaksi public dan privat. Konten yang ditampilkan di luar close friends diposisikan sebagai presentasi diri di panggung depan (*front stage*) untuk citra yang terbuka dan ideal. Sementara interaksi dalam close friends sebagai panggung belakang

²⁹ Satria Jamus Nuswantoro, “Dramaturgi Digital Pengguna Dual Account Instagram Gen Z Dalam Konteks Digital Gaze Skripsi” (Universitas Lampung, 2025).

(*back stage*) yang lebih privat dan terbatas. Temuan utama menunjukkan adanya pengelolaan kesan secara sadar sesuai audiens, dengan fitur close friends menjadi strategi utama seleksi konten dan audiens di Instagram.³⁰ Persamaan skripsi dan penelitian ini adalah keduanya membahas strategi pengguna Instagram dalam memisahkan panggung depan-belakang untuk manajemen impresi sesuai audiens. Sedangkan perbedaannya penelitian Fazri menitik beratkan pada fitur close friends sebagai mekanisme selektif, sementara penelitian ini menekankan penggunaan *second account* secara spesifik oleh mahasiswa KPI.

6. Penelitian oleh Nur Saputriyan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarim Kasim Riau tahun 2022 melalui skripsi berjudul “Motif Penggunaan Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z: Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau”. Penelitian ini mengkaji motif dibalik pemanfaatan *second account* Instagram oleh mahasiswi gen Z. Hasilnya, *second account* berfungsi sebagai “panggung belakang” ruang bebas untuk mengekspresikan diri dan membagikan hal-hal yang bersifat lebih personal tanpa tekanan pencitraan seperti di akun utama, yang difungsikan sebagai “panggung depan”. Selain itu, motif lain adalah untuk menjaga privasi, membangun komunikasi dengan lingkaran terdekat, dan sarana hiburan. Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman sebagai acuan utama menganalisis peran ganda dan selektif mahasiswa dalam berinteraksi di media sosial.³¹ Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan teori dramaturgi, fokus dualitas panggung (*front stage* dan *back stage*), serta pengamatan pada strategi pengelolaan identitas di Instagram melalui *second account* sebagai ruang privat. Perbedaannya, pendekatan Saputriyan menekankan motif, kebutuhan, dan pengalaman mahasiswi gen Z secara

³⁰ Fazri Zulfaramadhan, “Dramaturgi Pada Media Sosial: Penggunaan Fitur Close Friends Di Instagram Skripsi” (Universitas Sriwijaya, 2023).

³¹ Nur Saputriyan, “Motif Penggunaan Second Account Instagram Di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau) Skripsi” (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIM KASIM RIAU, 2022).

umum, sementara penelitian ini lebih spesifik pada mahasiswa KPI dan mendalami aspek nilai serta profesionalitas komunikasi Islam.

7. Penelitian oleh Ayu Fitriyani Prasetya, Universitas Negeri Jakarta tahun 2025 melalui jurnal berjudul “Penggunaan Second Account Instagram Bagi Self-Presentation Mahasiswa FISH UNJ”. Mengungkapkan bahwa *second account* dipakai sebagai ruang privat untuk ekspresi diri yang lebih bebas, berbeda dengan akun utama yang fokus pada citra ideal. Dengan teori dramaturgi Goffman, studi ini menyoroti pembagian peran antara *front stage* dan *back stage* di media sosial.³² Persamaannya dengan penelitian ini adalah penggunaan *second account* sebagai panggung belakang untuk *self-presentation* melalui manajemen impresi. Perbedaannya terletak pada objek dan pendekatan; penelitian Prasetya berfokus pada mahasiswa umum dan menggunakan kuantitatif, sedangkan penelitian ini fokus pada mahasiswa KPI dan komunikasi Islam secara kualitatif.
8. Penelitian oleh Irma Juliana dkk, Universitas Jember tahun 2023 melalui jurnal berjudul “Manajemen Kesan Mahasiswa dalam Media Sosial Instagram”. Penelitian ini mengkaji bagaimana mahasiswa Universitas Jember menggunakan Instagram untuk membangun dan mengelola kesan yang ingin ditampilkan pada publik. Dengan teori dramaturgi Goffman sebagai kerangka, penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa cenderung hanya menampilkan sisi positif, aktivitas akademik, organisasi, dan hal-hal yang membangun citra diri di akun Instagram mereka. Citra diri dan manajemen kesan dilakukan secara sadar melalui unggahan, profil, hingga caption, sementara sisi “*backstage*” atau aspek yang berpotensi menurunkan citra jarang ditampilkan agar tidak merusak branding pribadi.³³ Penelitian ini sama-sama menggunakan teori dramaturgi untuk menganalisis pola presentasi diri dan manajemen impresi mahasiswa di Instagram. Keduanya

³² Prasetya, “Penggunaan Second Account Instagram Bagi Self-Presentation Mahasiswa FISH UNJ.”

³³ Irma Juliana et al., “Manajemen Kesan Mahasiswa Dalam Media Sosial Instagram,” *Journal Sains Student Research* 1, no. 2 (2023): 631–42.

menyoroti perbedaan strategi komunikasi antara panggung depan dan belakang di media sosial. Perbedaannya yakni Penelitian Juliana berfokus pada citra positif dan personal branding di akun utama mahasiswa universitas secara umum serta belum menyinggung konteks *second account* secara spesifik, sedangkan penelitian ini lebih mendalami dinamika penggunaan *second account* dalam membagi dua panggung identitas digital, khusus pada mahasiswa KPI.

9. Penelitian oleh Tri Dewi Bilqis dkk, Universitas Djuanda tahun 2025 melalui jurnal berjudul “Dramaturgi Media Sosial: Second Dalam Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure”. Penelitian ini membahas fenomena *second account* di Instagram sebagai ruang self-disclosure menggunakan pendekatan dramaturgi Goffman pada mahasiswa Komunikasi Universitas Djuanda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* dipakai mahasiswa sebagai panggung belakang (*back stage*) untuk menjaga privasi, menggali kreativitas, serta melakukan *self-disclosure* (pengungkapan diri dan pengalaman personal) secara lebih leluasa di luar batasan akun utama. Penelitian ini menegaskan, dengan wawancara dan observasi, bahwa motif utama pembuatan *second account* adalah menjaga privasi, memilah audiens, dan membangun narasi diri tanpa tekanan harapan sosial yang kuat sebagaimana di akun utama (*front stage*). Pengelolaan *second account* menjadi strategi penting dalam penciptaan identitas digital serta hubungan interpersonal di dunia maya Instagram.³⁴ Penelitian Bilqis dkk. sama-sama menggunakan teori dramaturgi Goffman dan menyoroti pemanfaatan *second account* sebagai ruang digital *back stage* bagi mahasiswa, serta menekankan strategi pengelolaan identitas untuk *self-disclosure*. Perbedaannya Penelitian Bilqis dkk. berfokus pada mahasiswa Komunikasi secara umum, sedangkan penelitian ini mengkhususkan pada mahasiswa KPI dengan nuansa komunikasi Islam. Penelitian Bilqis juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan fokus kuat pada aspek *self-*

³⁴ Bilqis, “Dramaturgi Dalam Media Sosial : Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure.”

disclosure dan kreativitas digital, sementara penelitian ini menambah analisis pada aspek manajemen impresi dan keislaman profesional mahasiswa KPI.

10. Penelitian oleh Sabrina Rahma Utami, Universitas Gunadarma tahun 2023 melalui jurnal berjudul “Fenomena Akun Pseudonym Sebagai Alter Ego: Dramaturgi Di Media Sosial Twitter”. Penelitian ini membahas fenomena penggunaan multiple account (akun personal dan *pseudonym*) pada Twitter oleh pengguna usia 18-24 tahun menggunakan teori dramaturgi Goffman. Ia menemukan bahwa akun personal berperan sebagai panggung depan (*front stage*) untuk menampilkan citra positif dan sopan sesuai ekspektasi lingkaran sosial, sementara akun pseudonym digunakan sebagai panggung belakang (*back stage*) yang membebaskan ekspresi, keluhan, serta minat personal tanpa tekanan sosial atau identitas asli. Segmentasi audiens dan pembagian konten didasarkan pada kebutuhan menjaga citra di hadapan teman dan keluarga pada akun personal, serta kebutuhan ruang privat dan *alter ego* di akun *pseudonym*.³⁵ Persamaannya dengan penelitian ini adalah penggunaan perspektif dramaturgi untuk mengkaji pemisahan peran antara panggung depan dan belakang pada dua akun yang berbeda. Perbedaannya, penelitian Sabrina berfokus pada Twitter dan konteks *pseudonym* atau *alter ego* secara umum, sedangkan penelitian ini mengkhususkan pada mahasiswa KPI di Instagram dan strategi manajemen impresi dalam pembentukan identitas digital.
11. Penelitian oleh Salsabila dan Haerani, Pascasarjana Universitas Negeri Makasar tahun 2025 melalui jurnal berjudul “Representasi Diri di Sosial Media: Antara Identitas Nyata dan Identitas Virtual”. Penelitian ini memandang bahwa media sosial menjadi arena strategi pembentukan identitas yang dinamis, di mana individu sering kali menampilkan versi ideal dari dirinya demi memenuhi ekspektasi sosial dan memperoleh validasi eksternal. Dengan pendekatan meta-sintesis terhadap berbagai

³⁵ Sabrina Rahma Utami, “Fenomena Akun Pseudonym Sebagai Alter Ego: Dramaturgi Di Media Sosial Twitter,” *Broadcomm: Jurnal Broadcasting Communication* 5, no. 2 (2023): 50–58.

penelitian, ditemukan bahwa mahasiswa dan remaja menggunakan media sosial seperti Instagram untuk mengkurasi konten, memilih foto, serta menyesuaikan narasi demi membentuk citra yang sesuai dengan kebutuhan self-presentation di panggung depan, sementara sisi asli atau konten personal cenderung disembunyikan atau hanya dibagikan di ruang privat atau circle terbatas, mirip konsep panggung belakang dalam dramaturgi Goffman.³⁶ Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penekanan pentingnya strategi presentasi diri, perbedaan identitas daring dan nyata, dan peran literasi digital dalam menjaga keaslian serta kesehatan mental pengguna. Perbedaannya, artikel Salsabila dan Haerani bersifat komprehensif dan mereview banyak riset lintas platform dan konteks sosial, sedangkan penelitian ini fokus secara kualitatif pada mahasiswa KPI, dan *second account* Instagram dalam praktik dramaturgi digital.

12. Penelitian oleh Ida Ayu Nyoman Sutriani, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram tahun 2022 melalui jurnal berjudul “Aktualisasi Diri Dan Media Sosial (Dramaturgi Kaum Milenial Dalam Media Sosial Tiktok)”. Penelitian ini menguraikan bahwa media sosial menjadi ruang aktualisasi diri kaum milenial, dengan TikTok sebagai contoh utama arena digital tempat individu menampilkan identitas ideal di panggung depan (*front stage*) dan sisi autentik atau personal di panggung belakang (*back stage*). Dengan teori dramaturgi Goffman, penelitian ini menemukan mahasiswa dan generasi muda secara sadar mengelola citra diri melalui konten, interaksi, dan fitur privasi demi meraih validasi eksternal atau menjaga privasi tertentu.³⁷ Persamaannya dengan penelitian ini adalah penggunaan pendekatan dramaturgi untuk memahami konstruksi citra atau identitas dan manajemen impresi di media sosial. Perbedaannya terletak pada fokus platform, penelitian Sutriani menganalisis TikTok pada generasi milenial,

³⁶ Salsabila and Nur, “Representasi Diri Di Sosial Media : Antara Identitas Nyata Dan Identitas Virtual.”

³⁷ Ida Ayu Nyoman Sutriani Dayuoman, “Aktualisasi Diri Dan Media Sosial (Dramaturgi Kaum Milenial Dalam Media Sosial Tiktok),” *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya* 17, no. 2 (2022): 89–98.

sedangkan penelitian ini lebih terfokus pada Instagram, mahasiswa KPI, dan pengelolaan *two account* sebagai strategi panggung digital berbasis nilai-nilai keislaman dan profesionalitas komunikasi.

13. Penelitian oleh Herman Elfridus Seran, Universitas Nusa Cendana tahun 2023 melalui jurnal berjudul “Dramaturgi: Presentasi Diri Ganjar Pranowo pada Media Sosial Instagram”. Penelitian ini membahas strategi presentasi diri seorang aktor politik di Instagram menggunakan teori dramaturgi Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo secara sadar mengelola konten yang akan diunggah sebagai upaya membentuk citra ideal di panggung depan (*front stage*), dengan menampilkan aktivitas pribadi, politik, dan pemerintahan dalam balutan pesan positif dan visual yang telah direncanakan. Adapun sisi belakang (*back stage*), seperti perselisihan atau hal privat, secara sengaja tidak ditampilkan demi menjaga manajemen impresi di ruang publik.³⁸ Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menerapkan perspektif dramaturgi untuk membedakan pengelolaan konten, narasi visual, dan strategi penampilan diri di media sosial, serta bagaimana pemilihan informasi menjadi alat pembentukan citra. Namun, perbedaannya, penelitian Seran menyoroti aktor politik dan proses agenda setting pada level tokoh publik di Instagram, sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada mahasiswa KPI, penggunaan *second account*, dan identitas akademik dalam manajemen impresi digital.
14. Penelitian oleh Jihan Akhidatussolihah dkk, Universitas Singaperbangsa Karawang tahun 2021 melalui jurnal berjudul “Dramaturgi Media Sosial: Fenomena Penggunaan Fake Account Instagram Pada Penggemar K-POP Perempuan di Karawang”. penelitian ini menyoroti bagaimana fitur *multiple account* Instagram mendorong fenomena *fake account (finsta)* atau akun palsu sebagai sarana bagi penggemar K-Pop, khususnya perempuan, untuk menampilkan sisi lain dari diri mereka secara privat (*back stage*), berbeda dengan akun asli yang digunakan untuk membangun citra ideal di ruang

³⁸ Herman Elfridus Seran, “Dramaturgi: Presentasi Diri Ganjar Pranowo Pada Media Sosial Instagram,” *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 12, no. 2 (2023): 188–201.

publik (*front stage*). Penelitian kualitatif ini membuktikan bahwa fake account dipakai antara lain untuk memenuhi kebutuhan informasi hiburan, melindungi identitas sebagai penggemar, dan membangun interaksi nyaman dengan komunitas sesama fans. Pengelolaan citra diri, setting visual, seleksi follower, dan gaya komunikasi sangat berbeda antara kedua akun sebagai bentuk *impression management*.³⁹ Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori dramaturgi dan menjelaskan strategi manajemen impresi melalui pemisahan akun untuk dua jenis audiens dan konten. Yang membedakannya adalah penelitian ini berfokus pada remaja perempuan fans K-Pop dan nuansa budaya fandom serta hiburan, sedangkan penelitian ini objeknya mahasiswa KPI dengan penekanan pada pengelolaan dua panggung identitas digital berbasis nilai-nilai keislaman dan profesionalitas komunikasi.

15. Penelitian oleh Gian Tiara, Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur tahun 2021 melalui jurnal berjudul “Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreator Di Media Sosial Instagram”. Penelitian ini mengkaji pengelolaan kesan konten kreator di Instagram dengan teori dramaturgi Goffman, menyoroti perbedaan impresi antara panggung depan tempat konten kreator membangun citra positif, personal branding, dan sikap inspiratif di media sosial dan panggung belakang yang lebih privat, di mana sisi asli atau kegiatan personal tidak selalu dipublikasikan ke *followers*. Pengelolaan kesan dilakukan untuk eksistensi diri, *engagement*, dan keuntungan finansial di dunia digital.⁴⁰ Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pemanfaatan Instagram sebagai arena pengelolaan dua panggung dengan strategi *impression management*. Yang membedakan adalah penelitian Gian Tiara memfokuskan pada perilaku dan motif konten kreator nano-influencer, sedangkan penelitian ini lebih mengelaborasi

³⁹ Jihan Akhidatussolihah, Ana Fitriana Poerana, and Fardiah Oktariani Lubis, “Dramaturgi Media Sosial: Fenomena Penggunaan Fake Account Instagram Pada Penggemar K-POP Perempuan Di Karawang,” *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)* 7, no. 1 (2021): 108–36.

⁴⁰ Gian Tiara, “Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreator Di Media Sosial Instagram,” *Jurnal AKRAB JUARA* 6, no. 3 (2021): 14–24.

pengelolaan dua akun oleh mahasiswa KPI beserta keterkaitan pada nilai komunikasi Islam dan konteks akademik.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman dan tata urutan penulisan, skripsi ini dibagi ke dalam lima bab utama, dengan penjelasan sistematika sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi penjelasan tentang latar belakang masalah yang mendasari pentingnya penelitian, penegasan istilah utama agar tidak menimbulkan salah arti, batasan dan rumusan masalah yang terfokus dan jelas, tujuan serta manfaat penelitian baik dari sisi akademik maupun praktis, kajian pustaka serta sistematika pembahasan sebagai deskripsi urutan bab dan alur kajian yang akan dikembangkan dalam skripsi ini.

Bab II: Kajian Teori

Bab ini memuat uraian mengenai kajian teori yang relevan dengan fokus penelitian, termasuk konsep-konsep utama, teori-teori yang digunakan, serta kerangka berpikir yang menjadi landasan analisis dalam penelitian ini.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan metode dan prosedur riset yang diterapkan, meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber data yang digunakan, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta keabsahan data, sesuai rambu-rambu metodologi ilmu sosial dan komunikasi Islam.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi uraian hasil penelitian lapangan yang dilengkapi dengan analisis menggunakan teori dan konsep yang sudah dibahas pada bab sebelumnya. Pembahasan difokuskan pada interpretasi data, temuan utama, serta

analisis kritis yang menjawab rumusan masalah dan menempatkan hasil penelitian dalam konteks kajian ilmiah yang lebih luas.

Bab V: Penutup

Bab terakhir ini merangkum keseluruhan jawaban atas rumusan masalah, memuat kesimpulan utama dari hasil pembahasan, serta saran atau rekomendasi yang dapat diberikan bagi pengembangan keilmuan maupun praktik di bidang komunikasi dan dakwah.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Media Sosial dan Instagram

Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan bertukar informasi, gagasan, maupun konten visual secara cepat dan interaktif.⁴¹ Di antara berbagai platform yang ada, Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi muda karena fokus pada tampilan visual berupa foto, video, serta fitur interaktif seperti *Stories*, *Reels*, dan *Live*. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang untuk membangun identitas diri, menjalin relasi sosial, dan mengelola citra di hadapan orang lain.⁴² Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital memanfaatkan Instagram sebagai “panggung utama” untuk merepresentasikan diri, membangun *personal branding*, dan menampilkan sisi-sisi diri yang ingin mereka perlihatkan kepada publik.⁴³

Seiring berkembangnya penggunaan Instagram, muncul fenomena penggunaan lebih dari satu akun dalam satu identitas diri, yaitu adanya akun utama dan akun kedua atau *second account*. Akun utama biasanya bersifat lebih publik, diikuti oleh beragam audiens seperti keluarga, dosen, teman kampus, dan rekan organisasi, sehingga konten yang diunggah cenderung lebih terpilih, rapi, dan sesuai dengan norma sosial maupun nilai yang dianut. Sementara itu, *second account* biasanya dibuat dengan pengikut yang lebih terbatas dan dekat secara emosional, seperti sahabat atau lingkaran pertemanan tertentu. Pada akun inilah pengguna merasa lebih bebas untuk mengekspresikan isi pikiran,

⁴¹ Mariati and Luthfi Salim, “Instagram Dramaturgy and Social Religious Behavior of Students,” *Socio Religia* 4, no. 2 (2023): 74–94. hlm 79.

⁴² Mariati and Salim... hlm 80.

⁴³ Mariati and Salim... hlm 78.

perasaan, dan pengalaman sehari-hari secara lebih apa adanya, spontan, bahkan terkadang bertentangan dengan citra ideal yang ditampilkan di akun utama.⁴⁴

Dalam konteks mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah, Instagram memiliki posisi yang lebih kompleks. Di satu sisi, mahasiswa KPI kerap memanfaatkan akun utama sebagai media dakwah, ruang berbagi konten keagamaan, serta sarana membangun citra sebagai komunikator dan calon dai yang religius, santun, dan berwibawa. Unggahan tentang kegiatan keagamaan, kutipan ayat atau hadis, serta aktivitas organisasi dakwah sering kali dimunculkan sebagai bentuk representasi identitas religius.⁴⁵ Di sisi lain, kebutuhan untuk mengekspresikan sisi personal yang lebih santai, lelah, jenuh dengan tugas, atau bercanda secara bebas sering kali disalurkan melalui *second account*.

Dengan demikian, Instagram khususnya ketika pengguna memiliki lebih dari satu akun menjadi ruang penting bagi mahasiswa KPI untuk bernegosiasi antara tuntutan identitas religius dan profesional dengan kebutuhan akan ekspresi diri yang lebih privat dan autentik.⁴⁶

B. Teori Interaksi Simbolik

a. Interaksi Simbolik Sebagai Landasan Teori Dramaturgi

Interaksi simbolik memandang kehidupan sosial sebagai aktivitas khas manusia yang melibatkan komunikasi dan pertukaran simbol yang bermakna.⁴⁷ Esensinya adalah bahwa manusia bertindak bukan semata-mata karena dorongan biologis, norma, atau tuntutan peran, tetapi berdasarkan makna yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek, bahkan diri

⁴⁴ Prasetya, "Penggunaan Second Account Instagram Bagi Self-Presentation Mahasiswa FISH UNJ." hlm 4244.

⁴⁵ Prasetya... hlm 4248.

⁴⁶ Prasetya... hlm 4250.

⁴⁷ Nurhadi, *Teori-Teori Komunikasi, Teori Komunikasi Dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. hlm 42.

sendiri. Makna-makna tersebut dibentuk, dinegosiasikan, dan diubah melalui proses interaksi sosial yang terus berlangsung.

Interaksi dipahami sebagai kegiatan sosial yang dinamis. Karena individu selalu berubah, masyarakat pun dipandang berubah melalui interaksi itu sendiri. Struktur sosial tidak dianggap sebagai sesuatu yang berdiri di atas individu, tetapi justru diciptakan dan diubah melalui interaksi manusia, ketika individu secara aktif bertukar pikiran dan berhubungan dengan objek-objek di sekitarnya.

Dalam perspektif interaksi simbolik, perilaku manusia dipahami dari sudut pandang pelaku sebagai subjek. Tindakan manusia dipandang sebagai proses di mana seseorang membentuk dan mengatur tindakannya berdasarkan ekspektasi pihak lain dalam interaksi. Definisi yang diberikan kepada orang lain, situasi, objek, dan diri sendiri menjadi faktor utama yang menentukan perilaku tersebut. Perilaku manusia tidak dipandang sekadar hasil kebutuhan, impuls, norma budaya, atau tuntutan peran, melainkan sebagai hasil definisi dan interpretasi terhadap objek-objek di sekelilingnya.⁴⁸

Sejumlah tokoh diakui sebagai perintis interaksi simbolik, seperti James Mark Baldwin, William James, Charles H. Cooley, John Dewey, William I. Thomas, dan George Herbert Mead. Mead meletakkan dasar teorinya, sedangkan istilah “interaksi simbolik” dipopulerkan oleh Herbert Blumer pada tahun 1937. Dalam pandangan Blumer, individu adalah agen yang aktif, reflektif, dan kreatif. Perilaku manusia yang kompleks dan sulit diprediksi dijelaskan melalui mekanisme “interaksi diri”, yakni proses ketika individu mengelola dan merencanakan aspek-aspek dalam dirinya secara kognitif sehingga menghasilkan makna tertentu. Makna itu kemudian diungkapkan melalui simbol-simbol tertentu agar tindakan dapat berlangsung sesuai harapan.

⁴⁸ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. hlm. 104.

Blumer merumuskan tiga premis penting di dalam interaksi simbolik, yaitu:

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu itu bagi mereka.
2. Makna tersebut muncul dari interaksi sosial individu dengan orang lain.
3. Makna tersebut dimodifikasi melalui proses interpretasi yang berlangsung dalam interaksi sosial.

Menurut Blumer, interaksi simbolik merupakan ciri khas interaksi antarmanusia. Tindakan orang lain tidak sekadar ditanggapi, tetapi terlebih dahulu ditafsirkan dan didefinisikan oleh para aktor. Respons selalu didasarkan pada makna yang telah diolah oleh aktor, baik secara sadar maupun tidak. Karena itu, simbol-simbol penafsiran digunakan dalam interaksi manusia untuk menemukan makna di balik tindakan orang lain. Makna dalam situasi tertentu dipilih, dianalisis, dipertimbangkan, dikelompokkan, dan ditransformasikan sesuai situasi dan arah tindakan yang akan diambil.⁴⁹

Dengan demikian, inti interaksi simbolik dapat dirumuskan sebagai aktivitas khas yang melibatkan komunikasi dan pertukaran simbol bermakna. Kehidupan sosial dipahami sebagai “interaksi manusia dengan simbol-simbol” simbol-simbol dipelajari untuk tujuan komunikasi, dan penafsirannya dipahami sebagai faktor penting yang memengaruhi perilaku individu dalam interaksi sosial.

Erving Goffman termasuk tokoh yang memperjelas proses interaksi simbolik. Pandangan Blumer yang menekankan individu sebagai pemberi makna dianggap belum cukup untuk menjelaskan bagaimana simbol bekerja dalam membentuk identitas. Goffman memperluasnya dengan menunjukkan bahwa simbol-simbol yang diciptakan individu, disadari atau tidak, dapat membuat individu “bukan lagi dirinya”. Menurut Goffman, simbol dipahami sebagai tindakan yang telah direncanakan sebelum digunakan secara sadar.

⁴⁹ Nurhadi, *Teori-Teori Komunikasi, Teori Komunikasi Dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. hlm 42.

Dalam proses ini, individu menempatkan dirinya sebagai “orang lain” dan memilih simbol tertentu untuk mendukung identitas yang ingin ditonjolkan, sementara simbol lain disembunyikan atau diabaikan. Pola ini dijelaskan sebagai pola teatral, di mana individu memainkan peran sesuai skenario tertentu. Identitas individu akhirnya sangat bergantung pada bagaimana audiens menafsirkan simbol-simbol yang disampaikan.

C. Teori Dramaturgi Erving Goffman

Teori dramaturgi merupakan pengembangan lebih lanjut dari interaksi simbolik yang menempatkan fokus pada dimensi teateris dalam interaksi sosial. Goffman mengurai berbagai pengaruh yang muncul karena penafsiran orang lain terhadap identitas atau citra diri individu ketika menjadi objek interpretasi sosial. Konsep ini dihubungkan dengan gagasan tentang “keutuhan diri” (*self*), yang menjadi pusat perhatian Goffman, sejalan dengan para interaksionis lain yang juga menempatkan “diri” sebagai konsep utama.⁵⁰

Teori dramaturgi memandang interaksi sosial antarmanusia sebagai sebuah pertunjukan teater atau drama kehidupan di atas panggung. Manusia dipandang sebagai aktor yang berusaha menggabungkan karakteristik pribadi dengan tujuan tertentu dalam berinteraksi dengan orang lain melalui “pertunjukan” yang mereka ciptakan. Dalam konteks ini, Goffman memperdalam konsep interaksi sosial dan menjadikannya dasar untuk memahami berbagai proses evaluasi sosial dalam masyarakat kontemporer.

Dalam kerangka interaksi simbolik yang lebih luas, terdapat sejumlah pedoman dasar, antara lain:

- a. Manusia berbeda dari binatang karena ditopang kemampuan berpikir.
- b. Kemampuan berpikir dibentuk dan dikembangkan melalui interaksi sosial.
- c. Dalam interaksi sosial, manusia mempelajari makna dan simbol.
- d. Makna dan simbol memungkinkan manusia melakukan tindakan dan interaksi khas manusia.

⁵⁰ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. hlm. 106.

e. Manusia mampu mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan berdasarkan tafsir terhadap situasi yang dihadapi.⁵¹

Dramaturgi Goffman beroperasi di antara dua ranah: interaksi sosial dan fenomenologi. Interaksi sosial dipahami sebagai proses di mana makna dalam tindakan ditafsirkan oleh individu dan kelompok. Masyarakat dipandang sebagai sistem yang memproses dan menginterpretasikan pesan. Esensi interaksi simbolik di sini tetap berupa aktivitas khas manusia yang melibatkan komunikasi dan pertukaran simbol bermakna. Ketertiban interaksi dijelaskan sebagai struktur, proses, dan hasil interaksi sosial yang muncul sebagai upaya mempertahankan keutuhan diri dan identitas dalam hubungan sosial.

Teori dramaturgi juga tidak terlepas dari pengaruh konsep *the looking glass self* dari Cooley yang meliputi tiga komponen:

- a. individu membayangkan bagaimana ia tampil di hadapan orang lain.
- b. individu membayangkan bagaimana orang lain menilai penampilan tersebut.
- c. sebagai akibat membayangkan penilaian itu, berkembang perasaan diri seperti bangga atau malu.

Dalam *The Presentation of Self in Everyday Life*, Goffman menjelaskan aspek teateris dalam penampilan manusia. Kehidupan individu dianalogikan sebagai panggung sandiwara yang dilengkapi set panggung dan peran-peran yang dimainkan aktor dalam “drama kehidupan”. Dramaturgi, dengan demikian, merupakan eksplorasi mendalam terhadap konsep interaksi sosial yang menempatkan individu sebagai aktor, masyarakat sebagai penonton, dan interaksi sebagai pertunjukan yang sarat makna.⁵²

Dalam konteks penelitian ini, teori dramaturgi Erving Goffman digunakan sebagai model untuk membaca praktik *front stage* dan *back stage* mahasiswa KPI angkatan 2022 dalam penggunaan akun utama dan *second account* Instagram. Akun utama diposisikan sebagai panggung depan (*front stage*) tempat mahasiswa menampilkan citra ideal yang rapi, religius, produktif, dan profesional di hadapan audiens luas. Sebaliknya, *second account* dipahami

⁵¹ Mulyana. hlm... 58.

⁵² Mulyana. hlm... 42.

sebagai panggung belakang (*back stage*) yang lebih privat, di mana mereka mengekspresikan sisi personal yang lebih jujur, spontan, dan emosional di hadapan lingkaran pertemanan yang terbatas. Analisis penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi bagaimana kedua panggung tersebut dikelola melalui pemilihan konten, pengaturan audiens, dan strategi komunikasi yang digunakan sebagai bentuk manajemen impresi di media sosial.

a. Panggung pertunjukan

Dari perspektif dramaturgis, kehidupan sosial diibaratkan sebagai teater, di mana interaksi sosial berfungsi sebagai pertunjukan di atas panggung. Goffman membedakan dua wilayah utama: “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*). Wilayah depan diibaratkan sebagai panggung utama tempat individu mempersembahkan citra yang telah dikemas untuk dinikmati orang lain. Wilayah belakang adalah ruang persiapan, tempat individu merancang peran sebelum tampil di hadapan publik.⁵³

Dengan kata lain, wilayah depan adalah panggung sandiwara yang disaksikan penonton, sedangkan wilayah belakang adalah ruang latihan dan persiapan, tempat aktor dapat bersikap lebih lepas dari tuntutan panggung. Deddy Mulyana menambahkan bahwa di antara keduanya terdapat pula “panggung tengah” (*middle stage*), yaitu ruang peralihan di mana aktor menyiapkan atribut dan strategi, namun masih berada dalam bayang-bayang panggung resmi.⁵⁴

1. Panggung depan (*front stage*)

Panggung depan adalah panggung di mana pertunjukan ditampilkan dengan beragam gaya. Di sini terdapat tiga elemen penting: *setting*, *personal front*, dan *expressive equipment*. *Setting* merujuk pada latar fisik atau lokasi peristiwa berlangsung. *Personal front* mencakup atribut yang melekat pada individu, seperti pakaian, jenis kelamin, usia,

⁵³ Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*. hlm. 66-69.

⁵⁴ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. hlm. 58.

karakteristik personal, cara berbicara, ekspresi wajah, hingga pengucapan kata-kata asing. *Expressive equipment* adalah alat-alat yang digunakan untuk mengekspresikan diri.⁵⁵

Di panggung depan, aktor berusaha menampilkan sosok ideal dari identitas yang ingin ditonjolkan. Mereka cenderung menghadirkan versi diri yang telah diidealkan agar dapat diterima penonton. Pada saat yang sama, aktor berusaha menyembunyikan aspek-aspek tertentu dari penampilan mereka, antara lain:

- a. kesenangan tersembunyi atau masa lalu yang tidak sesuai dengan citra panggung (misalnya kebiasaan menyimpang).
- b. kesalahan yang terjadi saat persiapan pertunjukan dan langkah perbaikannya.
- c. proses kerja yang menghasilkan produk akhir, karena penonton hanya diharapkan melihat hasil jadi.
- d. “kerja kotor” yang bersifat fisik, semi-legal, kejam, atau menghinakan.
- e. kompromi atau negosiasi yang harus dilakukan agar pertunjukan tetap berlangsung.⁵⁶

2. Panggung tengah (*middle stage*)

Panggung tengah adalah arena yang melampaui panggung resmi, tempat aktor menyampaikan pesan sekaligus mempersiapkan atribut dan perlengkapan untuk panggung utama. Di sini, aktor melakukan persiapan matang untuk menghadapi tantangan di panggung depan, sambil menutupi identitas asli mereka. Panggung tengah sering disebut sebagai panggung pribadi yang dijaga kerahasiaannya dari khalayak. Fungsinya adalah sebagai ruang bagi aktor untuk menyiapkan segala hal yang mendukung pertunjukan.⁵⁷

⁵⁵ Nurhadi, *Teori-Teori Komunikasi, Teori Komunikasi Dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. hlm. 59.

⁵⁶ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. hlm. 116.

⁵⁷ Mulyana... hlm. 58.

3. Panggung belakang (*back stage*)

Panggung belakang adalah ruang di mana berlangsung apa yang disebut sebagai “*the self*”, yakni seluruh kegiatan tersembunyi yang mendukung keberhasilan penampilan di panggung depan. Panggung belakang berada dekat dengan panggung utama, tetapi tersembunyi dari pandangan penonton. Area ini dirancang untuk melindungi rahasia pertunjukan; karenanya penonton umumnya tidak diizinkan masuk. Di sinilah individu dapat menampilkan identitas asli secara lebih utuh.⁵⁸

Di belakang panggung, aktor memiliki ruang untuk melatih dan mempersiapkan atribut pendukung pertunjukan: tata rias, peran, pakaian, sikap, perilaku, bahasa tubuh, ekspresi wajah, gaya bercerita, hingga gaya bahasa. Di ruang ini, perilaku aktor dapat berbeda dengan penampilan mereka di panggung depan. Panggung belakang memungkinkan terlihatnya perbandingan antara penampilan “panggung” dan realitas diri seorang aktor.

b. Presentasi diri dan manajemen kesan

Presentasi diri dipahami sebagai tindakan yang dilakukan individu untuk membentuk pemahaman tentang situasi dan identitas sosialnya. Pemahaman ini dipengaruhi oleh interaksi yang dianggap sesuai atau tidak sesuai dalam konteks tertentu. Upaya ini tampak dalam usaha mengatur perilaku dan atribut simbolik misalnya busana, cara berjalan, cara berbicara, lingkungan tempat tinggal, pekerjaan, dan cara menghabiskan waktu luang agar orang lain menafsirkan identitas individu sesuai harapan. Informasi yang diberikan kepada orang lain dikelola agar pemaknaan mereka terhadap diri dapat dikendalikan.⁵⁹

Dalam *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959), Goffman menggambarkan individu sebagai aktor yang mempresentasikan diri secara verbal dan nonverbal dalam interaksi sosial. “Diri” diproduksi melalui kerja sama dalam setiap peristiwa interaksi; ia bukan sesuatu yang

⁵⁸ Mulyana... hlm. 115.

⁵⁹ Mulyana... hlm. 110.

organik atau berlokasi tertentu, melainkan hasil kolaborasi sementara yang “dipasakkan” pada tubuh individu. Sarana untuk memproduksi “diri” banyak dipinjamkan oleh orang lain melalui reaksi dan penilaian mereka.⁶⁰

Konsep diri yang dikembangkan Goffman sangat dipengaruhi gagasan Cooley tentang *the looking glass self* yang terdiri dari tiga komponen:

- a. kita membayangkan bagaimana kita tampil bagi orang lain.
- b. kita membayangkan bagaimana penilaian mereka atas penampilan kita.
- c. kita mengembangkan perasaan diri, seperti bangga atau malu, sebagai akibat dari penilaian yang kita bayangkan itu.

Manusia dipandang sebagai aktor yang menggabungkan karakteristik pribadi dengan tujuan melalui “pertunjukan drama” mereka. Perilaku yang mendukung peran disiapkan untuk menciptakan gambaran diri yang dapat diterima orang lain. Simbol-simbol identitas dipilih, diorganisasi, dan disajikan dalam interaksi sosial. Goffman menyebut pengelolaan kesan (*impression management*) sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk menciptakan kesan tertentu demi mencapai tujuan tertentu.⁶¹

“*Front*” dipahami sebagai perangkat yang digunakan untuk menampilkan diri, yang meliputi panggung (*setting*), penampilan (*appearance*), dan gaya bertingkah laku (*manner*). *Setting* adalah ruang dan benda yang mendukung penampilan, *appearance* mencakup petunjuk visual seperti pakaian formal atau aksesori tertentu, sedangkan *manner* merujuk pada cara berjalan, berbicara, dan berinteraksi.

Seluruh aktivitas yang dirancang untuk memengaruhi orang lain disebut sebagai “*performance*”, yang mencakup presentasi diri melalui ungkapan teatral, kontekstual, dan nonverbal. Kehidupan, menurut

⁶⁰ Mulyana. hlm. 112.

⁶¹ Mulyana. hlm. 112.

Goffman, dapat dianalogikan sebagai teater yaitu individu sebagai aktor, masyarakat sebagai penonton, panggung sebagai ruang memainkan peran, dan belakang panggung sebagai ruang persiapan dan “kembali ke diri”. Analisis kehidupan melalui analogi teater inilah yang menjadi inti studi dramaturgi.⁶²

d. Mahasiswa Sebagai Civitas Akademik

Sebagai bagian dari civitas akademik, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai penerima ilmu, tetapi juga sebagai subjek yang aktif dalam membentuk budaya komunikasi di lingkungan kampus maupun di ruang digital. Posisi ini membuat perilaku, cara berkomunikasi, hingga cara mereka menampilkan diri baik secara luring maupun daring menjadi cerminan iklim akademik dan nilai-nilai yang dijunjung perguruan tinggi. Penelitian tentang dramaturgi Instagram menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai panggung virtual untuk memainkan peran sosialnya, termasuk ketika mereka menampilkan identitas keagamaan dan nilai-nilai yang diyakini.⁶³

a. Pola Perilaku Komunikasi Mahasiswa

Pola perilaku komunikasi mahasiswa saat ini sangat dipengaruhi oleh kehadiran media sosial. Instagram digunakan untuk berbagai tujuan seperti membagikan aktivitas perkuliahan, mendokumentasikan kegiatan organisasi, membangun jejaring, hingga memperkuat eksistensi diri di hadapan teman sebaya dan publik. Banyak penelitian menunjukkan bahwa akun utama mahasiswa di Instagram cenderung diisi dengan konten yang “aman” dan positif, seperti foto kegiatan kampus, prestasi, kegiatan religius, atau momen

⁶² Mulyana... hlm. 112.

⁶³ Mariati and Salim, “Instagram Dramaturgy and Social Religious Behavior of Students.” hlm 82.

yang indah secara visual, sehingga membentuk kesan bahwa pemilik akun adalah pribadi yang aktif, produktif, dan berkepribadian baik.⁶⁴

Di sisi lain, praktik memiliki *second account* semakin umum di kalangan mahasiswa. *Second account* biasanya diikuti oleh lingkaran pertemanan yang lebih sempit dan diposisikan sebagai ruang komunikasi yang lebih intim dan informal. Pengguna memanfaatkan pengaturan akun (public atau privat), fitur *close friends*, dan akun kedua untuk mengontrol siapa yang dapat melihat konten tertentu dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh audiens yang berbeda.⁶⁵

b. Aktualisasi Diri dan Identitas Personal Mahasiswa

Media sosial juga berfungsi sebagai ruang aktualisasi diri dan pembentukan identitas personal. Mahasiswa memanfaatkan Instagram untuk mengekspresikan minat, nilai, emosi, dan cara pandang mereka terhadap berbagai hal. Penelitian psikologi tentang online *self-presentation* di Instagram menunjukkan bahwa faktor psikologis seperti harga diri dan penilaian terhadap diri (*self-esteem, body image*) berhubungan dengan kecenderungan individu menampilkan diri secara aktif di dunia online.⁶⁶ semakin positif pandangan seseorang terhadap dirinya, semakin besar kecenderungannya menggunakan media sosial untuk menampilkan citra diri yang dianggap baik dan menarik.

Fenomena dua akun menggambarkan pembelahan ruang aktualisasi diri. Akun utama sering diarahkan untuk menunjukkan identitas yang lebih terjaga sebagai mahasiswa yang sopan, religius, dan aktif, sementara *second account* digunakan untuk mengekspresikan sisi personal yang lebih jujur dan

⁶⁴ Dirga Ayu Sulistia and Irma Simamora Simamora, "Perilaku Komunikasi Penggunaan Media Sosial TikTok Di Kalangan Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019," *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*. 4(3), no. 3 (2023): 1189–1200. hlm 1192.

⁶⁵ Zulfaramadhan, "Dramaturgi Pada Media Sosial: Penggunaan Fitur Close Friends Di Instagram Skripsi." hlm 6.

⁶⁶ Latupeirissa and Wijono, "Self-Esteem Dengan Self-Presentation Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram." hlm 228-229.

spontan, seperti keluhan, humor internal, atau kegelisahan yang tidak ingin dibagikan ke publik luas.⁶⁷

Dengan demikian, konsep mahasiswa sebagai civitas akademik yang memiliki pola komunikasi khas dan kebutuhan aktualisasi diri menjadi bingkai penting untuk memahami bagaimana mereka mengelola panggung depan dan panggung belakang, serta bagaimana praktik dramaturgi dan *self-presentation* berlangsung melalui penggunaan akun utama dan *second account* di Instagram.

E. Strategi Manajemen Komunikasi dalam Penyiaran dan Media Sosial

Strategi manajemen komunikasi pada dasarnya merupakan perpaduan antara kegiatan perencanaan dan pengelolaan (manajemen) untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu secara efektif. Dalam perspektif komunikasi organisasi dan penyiaran, strategi komunikasi berfungsi menetapkan bagaimana pesan dirancang, melalui media apa disalurkan, kepada siapa ditujukan, dan dampak apa yang diharapkan pada penerima. Proses komunikasi yang efektif melibatkan berbagai bentuk pesan, baik verbal, tertulis, maupun nonverbal, yang dapat disampaikan melalui surat kabar, radio, televisi, maupun platform digital. Efek komunikasi tercermin dalam perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku audiens setelah mereka memproses pesan, sehingga kualitas strategi komunikasi yang diterapkan akan sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan tersebut.

Perencanaan komunikasi biasanya dibedakan menjadi perencanaan strategis dan operasional. Perencanaan komunikasi strategis menekankan kebijakan jangka panjang untuk mendukung tujuan organisasi secara menyeluruh, sedangkan perencanaan komunikasi operasional berfokus pada implementasi praktis teknik-teknik komunikasi dan pengaturan infrastruktur yang diperlukan dalam interaksi sehari-hari. Dalam kerangka ini, komunikasi

⁶⁷ Syifah Fhauziah and Laila Rohani, "Pengaruh Aktualisasi Konsep Diri Dalam Self - Disclosure Gen Z Terhadap Second Account Pada Aplikasi Instagram Di Kota Medan," *Jurnal Satwika* 8, no. April (2024): 1–9. hlm 3.

memegang berbagai fungsi, antara lain fungsi kontrol, motivasi, ekspresi emosional, dan penyebaran informasi, yang secara bersama-sama memengaruhi perilaku anggota organisasi dan menyelaraskan mereka dengan target yang telah ditetapkan.

Prinsip-prinsip strategi manajemen komunikasi tersebut juga relevan ketika dipindahkan ke konteks media sosial. Media sosial memungkinkan individu sekaligus berperan sebagai pengirim dan penerima pesan, sehingga mereka perlu mengelola akun, mengatur privasi, menyusun konten, dan merespons audiens secara terencana. Pemilihan platform, pengaturan akun menjadi publik atau privat, penggunaan fitur tertentu seperti *close friends*, hingga keputusan untuk memisahkan akun utama dan *second account*, merupakan bentuk strategi komunikasi digital yang berkaitan langsung dengan segmentasi audiens dan pengendalian akses terhadap informasi.⁶⁸

Dalam konteks penelitian ini, strategi manajemen komunikasi dipahami melalui cara mahasiswa KPI angkatan 2022 mengelola dua akun Instagram sekaligus. Akun utama difungsikan sebagai panggung depan (*front stage*) untuk menampilkan citra ideal sebagai mahasiswa KPI yang religius, rapi, dan profesional, sedangkan *second account* berfungsi sebagai panggung belakang (*back stage*) yang lebih privat untuk mengekspresikan sisi personal yang lebih spontan dan emosional. Pemisahan fungsi akun, pembatasan audiens melalui pengaturan privasi, serta pembedaan tema konten dan gaya bahasa antara akun utama dan *second account* merupakan bentuk konkret strategi manajemen komunikasi sekaligus praktik manajemen impresi. Dengan demikian, konsep strategi komunikasi di tingkat organisasi dan penyiaran memberikan landasan untuk memahami bagaimana mahasiswa KPI menata panggung komunikasi mereka di media sosial sebagai bagian dari identitas mereka sebagai generasi digital sekaligus calon komunikator Islam.

⁶⁸ Dhika Kamesywar and Sofia Ningsih, "Strategi Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab," *Jurnal Komunika* 2, no. 1 (2023): 110–118. hlm. 112.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman, makna, dan cara atau strategi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) mengelola akun utama dan *second account* Instagram. Penelitian ini tidak diarahkan untuk menguji hipotesis atau mengukur variabel secara statistik, namun diarahkan untuk menggali dan memaknai fenomena sosial sebagaimana dialami oleh subjek penelitian.

Sugiyono dan Puji Lestari menjelaskan, jenis penelitian kualitatif adalah metode riset yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme dan digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alamiah, di mana peneliti merupakan instrumen kunci. Peneliti bukan hanya sebagai pengumpul data pasif, melainkan sebagai instrument utama yang menggunakan kemampuan deskripsi, analisis, sistesis, dan evaluasi untuk menghasilkan temuan yang bermakna.⁶⁹

Selain itu Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini digunakan karena penelitian ini berupaya menggambarkan secara rinci dan sistematis bagaimana praktik dramaturgi mahasiswa KPI dalam penggunaan dua akun Instagram, khususnya dalam pengelolaan kesan, pemisahan audiens, serta perbedaan ekspresi diri antara akun utama dan *second account*. Fenomena tersebut dilihat sebagaimana berlangsung secara alamiah di lapangan, tanpa adanya perlakuan atau manipulasi terhadap subjek penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara triangulasi, sementara analisis data bersifat induktif dengan tujuan memahami makna dan

⁶⁹ Sugiyono and Puji Lestari, *Metode Penelitian KOMUNIKASI (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Nasional Dan Internasional)*, Revisi (Bandung: Alfabeta, 2024). hlm 459

konteks secara mendalam. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono dan Puji Lestari, Penelitian kualitatif bersifat eksploratif, yakni menggali fenomena sosial guna menemukan pemahaman, pola, atau konstruksi makna yang belum sepenuhnya terungkap. Sejalan dengan pandangan tersebut, penelitian ini memposisikan peneliti sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses pengumpulan dan analisis data.⁷⁰ Teknik yang digunakan meliputi wawancara mendalam dan observasi terhadap aktivitas penggunaan Instagram oleh mahasiswa KPI. Melalui pendekatan ini, penelitian diarahkan untuk mengungkap makna, motif, serta strategi presentasi diri digital mahasiswa dalam praktik penggunaan *second account* Instagram, khususnya dalam kerangka dramaturgi dan pengelolaan kesan di media sosial.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2022, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, yang dipilih sebagai lokasi penelitian karena relevan dengan fokus kajian mengenai praktik penggunaan *second account* Instagram di kalangan mahasiswa KPI. Waktu penelitian direncanakan berlangsung pada bulan Desember 2025 Hingga Februari 2026, yang meliputi tahapan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, serta analisis data penelitian.

C. Data dan Sumber Data

Data penelitian ini terdiri atas :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang menggunakan *second account* Instagram. Data ini akan digunakan untuk menggali pengalaman, makna, serta strategi pengelolaan akun utama dan *second account* dalam praktik presentasi diri di media sosial.

⁷⁰ Sugiyono and Lestari... hlm.459

- b. Data sekunder, yaitu data pendukung yang di peroleh dari berbagai sumber tertulis seperti, buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan literatur lain yang relevan dengan topik penelitian, khususnya yang berkaitan dengan teori dramaturgi Erving Goffman, media sosial, Instagram, dan fenomena *second account*.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2022 yang aktif menggunakan Instagram dan memiliki lebih dari satu akun Instagram, yaitu akun utama dan akun kedua. Klasifikasi subjek penelitian dilakukan secara bertahap. Pertama, peneliti menetapkan populasi penelitian, yaitu seluruh mahasiswa KPI angkatan 2022. Kedua, melalui penyebaran kuesioner awal, peneliti mengidentifikasi mahasiswa yang memiliki akun utama dan *second account* Instagram serta aktif menggunakannya. Dari hasil kuesioner tersebut diperoleh sejumlah responden yang memenuhi kriteria dual akun. Ketiga, dari kelompok responden ini peneliti kemudian merucutkan subjek menjadi empat informan kunci yang dipilih berdasarkan intensitas penggunaan dua akun, kesediaan untuk diwawancarai, dan potensi memberikan data yang kaya dan mendalam. Dengan demikian, subjek penelitian tidak diambil secara acak, melainkan melalui proses klasifikasi berlapis dari populasi umum mahasiswa KPI angkatan 2022, ke kelompok pengguna dual akun, hingga terpilih empat informan kunci yang menjadi fokus penggalan data kualitatif.

Objek penelitian adalah praktik pengelolaan *front stage* dan *back stage* serta strategi manajemen impresi mahasiswa KPI angkatan 2022 dalam penggunaan akun utama dan *second account* Instagram. Fokus analisis diarahkan pada bentuk presentasi diri di masing-masing akun dan cara mereka mengelola kesan di hadapan audiens yang berbeda.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses penting dalam sebuah penelitian karena menentukan kualitas data yang diperoleh. Teknik yang tidak tepat dapat berakibat pada kesimpulan yang keliru sehingga hasil penelitian tidak relevan dengan tujuan awal. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data disesuaikan dengan pendekatan kualitatif yang digunakan, yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dan penginderaan terhadap objek penelitian secara langsung dan sistematis. Observasi digunakan untuk melihat bagaimana informan menampilkan diri dan mengelola dua akun Instagram (akun utama dan *second account*) dalam keseharian mereka. Jenis observasi yang digunakan adalah observasi nonpartisipan dengan fokus online, di mana peneliti tidak terlibat dalam aktivitas komunikasi informan, tetapi mengamati tampilan dan aktivitas mereka di Instagram. Observasi dilakukan setelah peneliti memperoleh izin dari informan, terutama untuk melihat *second account* yang bersifat privat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menangkap “panggung depan” dan “panggung belakang” dalam praktik dramaturgi digital mahasiswa KPI tanpa mengubah situasi alami mereka.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu antara pewawancara dan informan untuk menggali data yang relevan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk memahami pengalaman subjektif, motivasi, dan cara pandang mahasiswa KPI terkait penggunaan *second account* Instagram. Model wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam semi-terstruktur. Peneliti telah menyiapkan pedoman wawancara sebagai acuan utama, namun pelaksanaannya bersifat fleksibel dan berkembang mengikuti alur cerita informan. Wawancara dilakukan secara santai dan fleksibel, menyesuaikan gaya komunikasi informan, sehingga mereka merasa nyaman untuk bercerita apa adanya. Lokasi wawancara tidak ditentukan secara kaku, dapat

disesuaikan berdasarkan kesepakatan bersama, seperti di kampus, kafe, tempat tinggal atau secara daring, maupun di ruang publik lainnya. Dengan persetujuan informan, peneliti menggunakan alat perekam untuk menjaga ketepatan data, yang kemudian akan ditranskripsikan untuk dianalisis lebih lanjut

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan dokumen atau arsip yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) unggahan feed, *story*, bio, highlight atau aktivitas lain pada akun utama dan *second account* Instagram informan yang telah memperoleh persetujuan dari masing-masing informan.

Dokumen tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi. Melalui dokumentasi ini, peneliti dapat melihat secara langsung bentuk representasi diri, jenis konten yang ditampilkan, gaya bahasa, visual, serta pola interaksi yang terjadi di masing-masing akun. Data dokumentasi kemudian dianalisis sebagai bagian dari interpretasi dramaturgi untuk mengidentifikasi perbedaan antara panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) dalam praktik presentasi diri mahasiswa KPI di media sosial.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara interaktif dan terus-menerus sejak awal pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Model analisis yang digunakan merujuk pada konsep Miles dan Huberman, dalam bukunya Sugiyono, analisis kualitatif dilakukan melalui tiga tahap utama yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.⁷¹

⁷¹ Sugiyono and Lestari... hlm 535.

a. Reduksi Data

Yaitu memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan fokus penelitian. Peneliti menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data wawancara, observasi, dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian, terutama yang berkaitan dengan:

1. Perbedaan peran di akun utama dan *second account*,
2. Cara informan menggambarkan kesan yang ingin dibentuk,
3. Pengalaman mereka terkait kebebasan ekspresi dan batasan di kedua akun.

Data Yang tidak relevan dengan fokus dramaturgi tidak dimasukkan dalam analisis utama.

b. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis, Penyajian data dilakukan berdasarkan tema-tema analisis yang mengacu pada konsep dramaturgi seperti *front stage*, *back stage*, *impression management* dan, *self-presentation*. Penyajian juga dapat disusun berdasarkan masing-masing informan untuk memperlihatkan pola dan perbedaan pengalaman penggunaan dua akun Instagram.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap ini, peneliti menafsirkan makna data dengan menghubungkannya secara eksplisit dengan teori dramaturgi. Unggahan pada akun utama dianalisis sebagai bentuk pertunjukan diri di wilayah *front stage*, sementara konten di *second account* diinterpretasikan sebagai ruang *back stage* yang lebih privat. Peneliti juga mengidentifikasi bagaimana informan membangun citra tertentu (*ideal image*) di akun utama serta menampilkan diri yang lebih spontan atau autentik di *second account*. Kesimpulan yang diperoleh tidak bersifat final sejak awal, melainkan terus

diverifikasi melalui pengecekan ulang terhadap data wawancara, observasi, dan dokumentasi hingga diperoleh pemahaman yang konsisten dan mendalam mengenai praktik dramaturgi mahasiswa KPI dalam penggunaan dua akun Instagram.⁷²

E. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui penerapan teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Penggunaan triangulasi bertujuan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan (kredibilitas) data serta meminimalkan bias subjektivitas peneliti. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, yakni mahasiswa KPI yang sama-sama menggunakan akun utama dan *second account* Instagram. Data dari satu informan tidak langsung dijadikan kesimpulan, melainkan dikonfirmasi dengan pengalaman dan pandangan informan lain untuk melihat kesamaan, perbedaan, dan konsistensi pola dramaturgi yang muncul.

Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu wawancara semi-terstruktur, observasi terhadap aktivitas akun Instagram, dan dokumentasi berupa tangkapan layar unggahan, *story*, atau bio akun yang relevan. Hasil wawancara mengenai strategi presentasi diri, dikonfirmasi melalui pengamatan langsung pada akun informan untuk melihat kesesuaian antara pernyataan dan praktik yang ditampilkan. Dengan demikian, keabsahan data dalam penelitian ini tidak hanya bergantung pada satu sumber atau satu teknik, tetapi diperkuat melalui proses saling silang data sehingga hasil penelitian lebih kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

⁷² Sugiyono and Lestari... hlm 535.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) berada di bawah naungan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan visi menjadi program studi yang unggul, progresif, dan integrative dalam pengkajian dan pengembangan ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam di tahun 2040. Program studi ini bertujuan menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia dan professional di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan komitmen dakwah yang tinggi, serta melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat berbasis nilai keislaman, lokalitas dan keindonesiaan.⁷³ Kurikulum untuk Program Studi KPI dirancang dengan total beban studi sebesar 148 SKS, yang dikelompokkan dalam tiga kategori mata kuliah. Kategori mata kuliah tingkat universitas mencakup 30 SKS yang meliputi mata kuliah dasar dalam bidang ilmu, keislaman, bahasa, budaya, serta teknologi informasi. Kategori mata kuliah tingkat fakultas terdiri dari 32 SKS yang berfokus pada dasar-dasar ilmu dakwah Islam, terutama yang berhubungan dengan konten, media, serta strategi dakwah. Selain itu, kategori mata kuliah tingkat program studi mencakup 86 SKS yang meliputi teori, metode, dan praktik dalam komunikasi serta penyiaran Islam di berbagai platform media.⁷⁴

Lulusan Program Studi KPI memiliki profil sebagai jurnalis dan pengelola media, peneliti bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, humas atau *public relations*, dan penyuluh agama Islam. Mahasiswa KPI dibekali kompetensi jurnalistik, penyiaran, produksi konten, serta pemahaman audiens dan strategi komunikasi yang membuat mereka terbiasa mengelola pesan, citra, dan identitas diri secara sadar, baik dalam konteks akademik maupun di media

⁷³ Tim Penyusun, *Panduan Akademik UIN SAIZU Purwokerto*, 2025. hlm. 146.

⁷⁴ Tim Penyusun. hlm... 146.

sosial. Dengan latar belakang akademik tersebut, mahasiswa KPI tidak hanya menggunakan Instagram sebagai media interaksi sosial, tetapi juga sebagai ruang komunikasi strategis untuk mengelola audiens, membangun citra, dan menyesuaikan presentasi diri dengan konteks sosial yang berbeda. Oleh karena itu, penggunaan second account pada mahasiswa KPI menjadi menarik karena tidak sekadar menunjukkan kebutuhan ekspresi diri, tetapi juga memperlihatkan kesadaran komunikasi yang lebih reflektif dalam membedakan ruang publik dan ruang privat di media sosial.⁷⁵

Sebagai mahasiswa yang belajar di bidang komunikasi dan penyiaran, mahasiswa KPI umumnya memiliki literasi media digital yang sangat baik. Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa KPI untuk berbagai keperluan, seperti membagikan aktivitas perkuliahan, mendokumentasikan kegiatan organisasi, menyampaikan konten dakwah, hingga menjalin relasi sosial dengan lingkungan sekitarnya. Pola penggunaan Instagram tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang penting bagi mahasiswa KPI dalam berkomunikasi dan menampilkan aktivitas diri di ranah digital. Beberapa mahasiswa KPI menggunakan dua akun Instagram, yaitu akun utama dan akun kedua. Akun utama biasanya bersifat lebih terbuka dan bisa diakses oleh banyak orang, sedangkan akun kedua cenderung lebih privat serta hanya terbatas pada lingkaran pertemanan tertentu. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, penggunaan akun kedua di media sosial berhubungan dengan kebutuhan untuk mengekspresikan diri, mengelola kesan diri, membangun hubungan sosial, serta mencari ruang yang lebih pribadi.⁷⁶

Mahasiswa KPI yang memiliki kesadaran tinggi terhadap citra diri dan kemampuan dalam mengelola komunikasi publik, penggunaan dua akun tersebut menjadi fenomena yang layak untuk diteliti lebih lanjut. Praktik ini

⁷⁵ Tim Penyusun... hlm.147

⁷⁶ Yuliana and Lestari, "Motif Penggunaan Second Account Instagram Dalam Perspektif Teori Uses and Gratifications (Studi Kasus Mahasiswa Prodi KPI UIN SAIZU Purwokerto) Skripsi." Hlm. 34.

dapat diartikan sebagai cara mengatur peran serta batasan yang dialami oleh audiens dalam berinteraksi di dunia digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2022 memahami serta mengatur penggunaan akun Instagram kedua mereka melalui sudut pandang dramaturgi.⁷⁷

B. Gambaran Umum Informan Penelitian

1. Profil Informan

Informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2022. Pemilihan informan dilakukan melalui tahap penjangkaran awal dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui Google Form kepada enam kelas mahasiswa KPI angkatan 2022. Penyebaran dilakukan melalui grup Whatsapp masing-masing kelas dengan tujuan mengidentifikasi mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial Instagram dan memiliki lebih dari satu akun (*main account* dan *second account*).

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tersebut, Total informan kuesioner mencapai 13 mahasiswa dan terdapat 12 informan yang memenuhi kriteria awal sebagai informan, yakni mahasiswa aktif KPI angkatan 2022 yang menggunakan lebih dari satu akun Instagram. Data kuesioner tersebut tidak hanya digunakan untuk mengidentifikasi kepemilikan akun ganda, tetapi juga untuk melihat intensitas penggunaan serta pengelolaan akun yang dilakukan oleh responden. Selanjutnya, peneliti melakukan konfirmasi kesediaan wawancara mendalam sebagai bagian dari teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Dari 12 informan tersebut, sebanyak 4 mahasiswa menyatakan kesediaannya untuk diwawancarai dan memenuhi kriteria penelitian secara

⁷⁷ Azhari and Khairussalam, "Self-Presenting Pada Instagram Dalam Perspektif Dramaturgi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat." hlm. 67.

lebih spesifik, yakni aktif menggunakan akun utama dan *second account* dalam kehidupan sehari-hari.

Pemilihan keempat informan tersebut didasarkan pada fokus penelitian, yaitu pengelolaan identitas diri melalui penggunaan dua akun Instagram. Keempat informan ini dinilai mampu memberikan data yang mendalam, reflektif, dan sesuai dengan kebutuhan analisis penelitian. Dengan demikian, pemilihan informan tidak semata-mata didasarkan pada jumlah responden, melainkan pada pertimbangan kedalaman informasi dan relevansi terhadap fokus penelitian. Dalam konteks penelitian kualitatif, jumlah informan tidak ditentukan berdasarkan kuantitas, melainkan pada kedalaman dan kelengkapan data yang diperoleh dari proses wawancara mendalam. Untuk menjaga etika penelitian serta melindungi privasi informan, peneliti menggunakan nama samaran dalam penulisan hasil penelitian. Adapun profil masing-masing informan adalah sebagai berikut:

a. Informan Luna

Luna (nama samaran) adalah mahasiswi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Fakultas Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2022 yang saat ini berada pada semester 8. Ia berasal dari Bekasi dan berdomisili di daerah Pasar Manis, Purwokerto. Saat ini Luna berstatus sebagai mahasiswa aktif dan tengah menyelesaikan tugas akhir. Dalam aktivitas kampus, Luna mengaku tidak lagi mengikuti organisasi dan lebih fokus pada perkuliahan serta penyusunan skripsi. Ia menyampaikan:

“Status aktif sebagai mahasiswa, semester, aktivitas sekarang selain kuliah nggak ada. Nggak ikut organisasi.”⁷⁸

⁷⁸ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

Luna telah menggunakan Instagram sejak duduk di bangku SMP kelas 9. Ia memiliki tiga akun Instagram yang terdiri dari satu akun utama, satu *second account*, dan satu akun khusus hewan peliharaannya. Ia menjelaskan:

*“Tiga. Yang satu itu Instagram untuk publik, yang satu second account untuk teman-teman dekat doang, yang satu akun hewan.”*⁷⁹

Akun utama di ikuti oleh berbagai kalangan, termasuk teman yang tidak di kenalnya secara personal. Sedangkan *second account* hanya diikuti oleh teman-teman dekat dan tidak melibatkan keluarga.

*“Second account keluarga enggak. Khusus teman.”*⁸⁰

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa Luna membatasi akses pada *second account* hanya untuk lingkaran pertemanan terdekat. Pembatasan tersebut memperlihatkan adanya kebutuhan menjaga privasi dan membedakan interaksi sosial yang bersifat publik dengan yang bersifat personal.

b. Informan Putra

Putra (Nama samaran) adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Fakultas Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang saat ini berada pada semester 8. Putra berasal dari Jakarta dan kini berdomisili di daerah Karangwangkal, Purwokerto. Saat ini, kesibukan utamanya adalah menyusun tugas akhir atau skripsi sembari bekerja. Dalam hal aktivitas organisasi, ia mengaku sudah tidak lagi aktif setelah menyelesaikan masa organisasinya di semester sebelumnya. Ia menyampaikan:

*“Gue semester 8, prodi KPI, kesibukannya paling ya cuman skripsian sambil kerja sih. Cuman kalau organisasi udah enough lah, udah cukup kemarin di semester 7.”*⁸¹

⁷⁹ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

⁸⁰ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

⁸¹ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

Putra telah menggunakan media sosial Instagram sejak tahun 2017. Saat ini, ia mengelola tiga akun Instagram dengan fungsi yang berbeda-beda, mulai dari akun untuk *lifestyle*, akun pribadi untuk berkeluh kesah, hingga akun khusus kebutuhan akademik. Ia menjelaskan:

*“Ada tiga. Kalau yang pertama itu kan biasa untuk lifestyle gitu ya, Kalau yang kedua itu, di situ second account buat tempat kayak misalkan gue misuh-misuh, Nah terus kalau yang ketiga ini gue biasanya buat tempat tugas-tugas gitu.”*⁸²

Mengenai jangkauan pengikutnya, akun utama Putra bersifat lebih terbuka dan diikuti oleh audiens yang sangat luas, bahkan mencakup orang-orang yang tidak ia kenal secara pribadi dari berbagai lokasi geografis.

*“Kalau akun utama sih random ya, siapa aja dari bahkan sampai ada yang di luar kota, luar negara gitu.”*⁸³

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa akun utama Putra memiliki jangkauan pengikut yang luas dan tidak terbatas pada lingkaran pertemanan terdekat. Hal ini menegaskan bahwa akun utama berfungsi sebagai ruang publik di media sosial, sehingga dapat diakses dan diikuti oleh berbagai kalangan, termasuk pengguna dari luar daerah bahkan luar negeri.

c. Informan Baim

Baim (nama samaran) adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Fakultas Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2022 yang saat ini menempuh studi di semester 8. Ia berasal dari Pematang dan kini berdomisili di salah satu pondok pesantren di daerah Purwokerto Utara. Berbeda dengan mahasiswa tingkat akhir pada umumnya, Baim masih tercatat aktif dalam kegiatan

⁸² Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

⁸³ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

organisasi kampus, yakni Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Pencak Silat. Ia menjelaskan:

“Semester 8 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, sekarang masih aktif di UKM Pencak Silat periode 2025-2026 dan sebentar lagi akan habis masa jabatan saya.”⁸⁴

Baim mulai aktif menggunakan media sosial Instagram sejak tahun 2020. Saat ini, ia mengelola dua akun Instagram yang dipisahkan berdasarkan fungsinya, yaitu satu akun utama untuk konsumsi publik dan satu akun tambahan sebagai ruang arsip pribadi. Ia menyampaikan:

“Sekarang saya punya dua akun Instagram. Yang akun pertama itu untuk saya memposting story atau postingan lain yang sifatnya umum, Kalau yang kedua itu saya gunakan untuk meng-archive-kan ketika saya bersama teman-teman.”⁸⁵

Bagi Baim, akun kedua tersebut berfungsi sebagai ruang penyimpanan memori digital untuk mengabadikan momen-momen tertentu yang dianggap berkesan bersama lingkaran pertemanan terdekatnya.

“Ada momen-momen tertentu yang dimana itu harus saya abadikan.”⁸⁶

Pernyataan ini menunjukkan bahwa Baim memandang Instagram, khususnya akun yang digunakannya, sebagai sarana untuk menyimpan dan mendokumentasikan momen penting dalam kehidupannya. Dengan demikian, akun tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi, tetapi juga sebagai ruang arsip digital untuk mengabadikan pengalaman yang dianggap berkesan.

d. Informan Rara

Rara (nama samaran) adalah mahasiswi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Fakultas Dakwah, Program Studi

⁸⁴ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

⁸⁵ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

⁸⁶ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang saat ini berada di semester 8. Ia berasal dari Pematang dan berdomisili di Purwokerto selama menempuh masa studi. Saat ini, Rara tidak lagi memiliki jadwal perkuliahan tatap muka dan lebih memfokuskan aktivitas kampusnya pada proses bimbingan tugas akhir. Ia mengungkapkan:

“Semester 8, kegiatan kampusnya, ini enggak apa-apa jadi cuma aku udah enggak ada kuliah, paling cuma pembimbingan skripsi.”⁸⁷

Rara telah aktif menggunakan Instagram sejak duduk di bangku SMP kelas 9. Saat ini, ia mengelola tiga akun Instagram yang memiliki fungsi spesifik untuk menjaga estetika dan privasi. Akun pertama atau *first account* digunakan untuk membangun citra diri (*image building*), akun kedua untuk mengekspresikan sisi personal secara bebas, dan akun ketiga digunakan khusus untuk *memantau aktivitas pengguna lain (stalking)*. Ia menjelaskan:

“Aktif 3. Yang pertama kayak akun first ya itu kayak buat membangun image lah. Terus yang kedua itu kayak buat gabut-gabut lah, kayak dari mulai alay-alay, curhatan gitu. Kalau akun yang ketiga ini biasanya buat ngepoin orang-orang.”⁸⁸

Bagi Rara, memiliki lebih dari satu akun sangat penting karena ia tidak ingin akun utamanya terlihat berantakan atau tidak estetik. Akun utama memiliki bersifat publik dan terbuka bagi siapa saja, termasuk untuk kepentingan perkenalan atau mutual dengan orang baru. Sementara itu, *second account* hanya diperuntukkan bagi lingkaran pertemanan terdekat tanpa melibatkan dosen maupun keluarga inti.

“Aku enggak mau di akun first aku itu jadi kayak berantakan, pengennya itu kayak yang bagus-bagus aku masukin ke first. Kalau second

⁸⁷ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

⁸⁸ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

account yang jelas temen-temen dekat ya, keluarga, dosen enggak ada, paling sepupu.”⁸⁹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Rara memiliki pertimbangan estetika dan privasi dalam mengelola akun Instagramnya. Akun pertama diposisikan sebagai ruang publik yang harus tetap rapi dan representatif, sedangkan *second account* digunakan sebagai ruang yang lebih terbatas untuk berinteraksi dengan orang-orang terdekat seperti teman dan keluarga tertentu. Dengan demikian, pemisahan akun bagi Rara bukan hanya soal fungsi, tetapi juga terkait dengan pengelolaan citra diri dan batasan audiens.

2. Alasan Mahasiswa Menggunakan *Second Account* Instagram

Berdasarkan hasil wawancara, penggunaan *second account* Instagram di kalangan mahasiswa dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memisahkan ruang ekspresi publik dan ruang ekspresi yang lebih privat. Para informan pada dasarnya memandang bahwa akun utama merupakan ruang yang bersifat lebih terbuka, karena dapat diakses oleh audiens yang lebih luas, seperti teman kampus, keluarga, dan kenalan lain. Kondisi tersebut membuat pengguna cenderung lebih berhati-hati dalam menentukan konten yang akan diunggah pada akun utama. Sebaliknya, *second account* dipahami sebagai ruang yang lebih terbatas dan personal, sehingga memberikan keleluasaan yang lebih besar bagi pengguna untuk menampilkan diri secara lebih bebas.

Tabel 4.1 Alasan Utama Menggunakan *Second Account*

NO	Informan	Alasan menggunakan <i>Second Account</i>	Bentuk penggunaan pada <i>second account</i>
-----------	-----------------	---	---

⁸⁹ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

1	Luna	Memisahkan ruang publik dan ruang ekspresi pribadi.	<i>Second account</i> dipakai untuk cerita keseharian dan sisi <i>real life</i> ke teman dekat, sementara postingan yang rapi dan bagus tetap di akun utama.
2	Putra	Menjadi ruang ekspresi diri tanpa tekanan menjaga citra.	<i>Second account</i> menjadi tempat misuh, unggah konten yang terkesan alay, dan ekspresi apa adanya, berbeda dengan akun utama yang dijaga untuk <i>lifestyle</i> .
3	Baim	Mengunggah konten yang tidak cocok di ruang publik luas.	<i>Second account</i> diisi foto dan <i>story</i> random yang dianggap kurang lumrah untuk <i>followers</i> akun utama yang jumlahnya lebih banyak.
4	Rara	Menampung konten santai, random, dan curhatan pribadi.	<i>Second account</i> diisi video jedag-jedug, cerita keseharian, dan postingan random atau alay untuk hiburan diri sendiri dan teman dekat.

(Data diambil dari hasil wawancara dengan informan)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa penggunaan *second account* Instagram di kalangan mahasiswa dilatarbelakangi oleh berbagai alasan yang berkaitan dengan kebutuhan untuk memisahkan ruang publik dan ruang privat. Secara umum, akun utama digunakan sebagai ruang yang bersifat

terbuka dengan audiens yang lebih luas, sehingga informan cenderung lebih berhati-hati dalam mengunggah konten. Sebaliknya, *second account* dimanfaatkan sebagai ruang yang lebih terbatas dan personal, sehingga memberikan keleluasaan dalam mengekspresikan diri. Temuan tersebut terlihat dari penjelasan informan Luna yang menyampaikan bahwa ia memiliki beberapa akun Instagram dengan fungsi yang berbeda. Ia menyatakan, “*Yang satu Instagram untuk publik, untuk semua teman-teman yang bukan teman dekat pun follow, yang satu second account untuk teman-teman dekat doang, yang satu akun hewan.*”⁹⁰ Selain itu, ia juga menegaskan alasan penggunaan *second account* sebagai ruang untuk mengekspresikan kehidupan sehari-hari secara lebih terbuka, “*Buat menumpahkan seluruh keseharian gue. Itu real life.*”⁹¹ Dari penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa informan secara sadar mengelompokkan akun berdasarkan fungsi dan audiens, sekaligus memanfaatkan *second account* sebagai sarana untuk menampilkan kehidupan sehari-hari secara lebih terbuka tanpa batasan seperti pada akun utama.

Selanjutnya, informan Putra mengungkapkan bahwa akun utama digunakan untuk menjaga citra diri, sedangkan *second account* menjadi ruang ekspresi yang lebih bebas. Ia menyatakan, “*Kalau akun yang pertama itu biasanya untuk lifestyle gitu ya, kalau akun yang kedua, itu second account buat tempat misalnya gue misuh-misuh atau kayak tempat alay gitu lah.*”⁹² Ia juga menambahkan, “*Karena biasanya gue di Instagram pertama itu kayak jaga image banget buat upload di feed atau story. Tapi kalau di second account yaudah diri gue sendiri.*”⁹³ Berdasarkan keterangan tersebut, tampak adanya perbedaan pola ekspresi antara akun utama dan *second account*, di mana *second account* dimanfaatkan untuk menampilkan sisi diri yang lebih spontan dan tidak terikat oleh tuntutan citra.

⁹⁰ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

⁹¹ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

⁹² Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

⁹³ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

Di sisi lain, informan Baim menjelaskan bahwa keterbatasan akun utama sebagai ruang publik menjadi alasan utama penggunaan *second account*. Ia menyatakan, “*Kalau akun utama itu saya rasa tidak bisa memposting semua kegiatan saya, followers di akun utama kan banyak, jadi kalau saya memposting sesuatu yang kurang lumrah rasanya kurang cocok.*”⁹⁴ Oleh sebab itu, ia menggunakan *second account* sebagai ruang alternatif untuk mengunggah konten yang lebih personal, “*Sedangkan di second account biasanya saya memposting hal-hal random yang mungkin dikatakan kurang lumrah, jadinya dibatasi untuk teman-teman terdekat saja.*”⁹⁵ Kondisi ini mengindikasikan bahwa luasnya jangkauan audiens pada akun utama memengaruhi cara informan dalam berbagi konten, sehingga *second account* dipilih sebagai ruang yang lebih terbatas untuk menyalurkan ekspresi personal.

Sejalan dengan informan sebelumnya, informan Rara juga memandang *second account* sebagai ruang yang berbeda dari akun utama. Ia menyatakan, “*Yang pertama itu akun utama atau first account, biasanya untuk membangun image, yang kedua second account itu untuk gabut-gabut saja.*”⁹⁶ Ia juga menambahkan, “*Kalau di first account itu kan tidak mungkin posting yang terlalu random atau alay, kalau di second account saya cerita keseharian atau upload video random.*”⁹⁷ Dari penjelasan tersebut, terlihat bahwa *second account* dimanfaatkan sebagai ruang yang lebih fleksibel untuk mengunggah konten santai, tanpa adanya tuntutan untuk menyesuaikan dengan standar tertentu sebagaimana pada akun utama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *second account* Instagram tidak hanya berkaitan dengan kebiasaan bermedia sosial, tetapi juga berkaitan dengan upaya

⁹⁴ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

⁹⁵ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

⁹⁶ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

⁹⁷ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

memisahkan fungsi akun, membatasi audiens, serta memperoleh kebebasan dalam mengekspresikan diri dalam ruang yang lebih privat.

3. Aktivitas Mahasiswa dalam Menggunakan *Second Account* Instagram

Aktivitas yang dilakukan mahasiswa pada *second account* Instagram menunjukkan adanya perbedaan pola penggunaan dibandingkan dengan akun utama. Jika akun utama cenderung digunakan untuk menampilkan konten yang telah dipilih dan dipertimbangkan, maka *second account* dimanfaatkan sebagai ruang untuk membagikan pengalaman sehari-hari secara lebih spontan dan tanpa banyak penyaringan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa aktivitas pada *second account* meliputi *storytelling* keseharian melalui fitur *story*, curahan emosi, unggahan konten random, hingga dokumentasi momen kebersamaan dengan teman dekat. Beragam aktivitas tersebut menunjukkan bahwa *second account* tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi, tetapi juga sebagai ruang ekspresi yang lebih personal dan fleksibel. Selain itu, penggunaan *second account* juga mencerminkan kebutuhan mahasiswa untuk memiliki ruang yang lebih bebas dalam menampilkan diri. Konten yang diunggah tidak selalu mempertimbangkan aspek estetika atau penilaian audiens luas, melainkan lebih menekankan pada kejujuran pengalaman dan kedekatan emosional. Dengan demikian, *second account* menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengekspresikan diri secara lebih santai dan apa adanya.

Tabel 4.2 Aktivitas dalam Menggunakan *Second Account* Instagram

NO	Informan	Jenis Aktivitas	Bentuk Aktivitas pada <i>Second Account</i>
1	Luna	<i>Storytelling</i> keseharian dan dokumentasi aktivitas.	<i>Second account</i> digunakan untuk membagikan aktivitas sehari-hari secara intens melalui Instagram story, seperti bernyanyi, jalan-jalan, dan berbagai kegiatan lain secara terbuka tanpa batasan.

2	Putra	Ekspresi diri, unggahan random, dan pelampiasan emosi.	<i>Second account</i> digunakan untuk mengunggah foto random, repost konten, serta sebagai sarana menyalurkan emosi seperti rasa jenuh atau kesal yang tidak ditampilkan di akun utama.
3	Baim	Dokumentasi momen kebersamaan dan aktivitas spontan.	<i>Second account</i> digunakan untuk mengunggah momen bersama teman, seperti bercanda dan aktivitas santai yang bersifat spontan dan tidak dibagikan di akun utama.
4	Rara	Konten santai, hiburan, dan curahan keseharian.	<i>Second account</i> digunakan untuk mengunggah video hiburan, cerita keseharian, serta berbagai konten random dan santai yang bersifat informal.

(Data diperoleh dari hasil wawancara dengan informan)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa aktivitas mahasiswa pada *second account* Instagram cenderung bersifat lebih personal, spontan, dan ekspresif dibandingkan dengan akun utama. Jika akun utama digunakan untuk menampilkan konten yang lebih terkurasi, maka *second account* dimanfaatkan sebagai ruang untuk membagikan pengalaman sehari-hari tanpa batasan yang ketat. Aktivitas yang dilakukan pun beragam, mulai dari *storytelling* keseharian, curahan emosi, unggahan random, hingga dokumentasi momen kebersamaan dengan teman dekat. Temuan tersebut tercermin dari penjelasan informan Luna yang secara aktif menggunakan *second account* untuk membagikan aktivitas hariannya melalui fitur Instagram story. Ia menyatakan, “*Kayak storytelling di Instagram story, nge-spam keseharian setiap hari, terus nyanyi-nyanyi gue sering banget di second account, dan jalan-jalan juga, pokoknya all in, kayak*

ga punya rahasia di second account.”⁹⁸ Dari keterangan tersebut, dapat dipahami bahwa *second account* dimanfaatkan sebagai media *storytelling* yang memungkinkan informan mendokumentasikan kehidupan sehari-hari secara terbuka dan berkelanjutan. Selain itu, intensitas unggahan yang tinggi menunjukkan bahwa akun ini berfungsi sebagai ruang ekspresi yang tidak dibatasi oleh standar tertentu seperti pada akun utama.

Selanjutnya, informan Putra menunjukkan bahwa aktivitas pada *second account* tidak hanya berkaitan dengan berbagi konten, tetapi juga berhubungan dengan ekspresi diri dan emosi. Ia menyatakan, “*Kalau di second account benar-benar jauh dari akun yang first.*”⁹⁹ Ia juga menambahkan, “*Kalau gue lagi jenuh atau kesal sama orang, gue obrak-abriknya di second account, jadi gue bebas di situ.*”¹⁰⁰ Berdasarkan penuturan tersebut, terlihat bahwa *second account* digunakan sebagai sarana untuk menyalurkan perasaan secara lebih leluasa. Dengan demikian, akun ini tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi aktivitas, tetapi juga sebagai ruang pelampiasan emosi yang tidak dapat ditampilkan pada akun utama. Di sisi lain, informan Baim memanfaatkan *second account* untuk mendokumentasikan momen kebersamaan yang bersifat spontan. Ia menyatakan, “*Kalau di second account biasanya random, kadang saat main bareng teman, kadang ada momen tertentu seperti bercanda dengan teman, itu saya upload di sana dan tidak saya upload di akun utama.*”¹⁰¹ Keterangan tersebut mengindikasikan bahwa *second account* digunakan sebagai tempat untuk menyimpan dan membagikan kenangan personal dalam lingkup yang lebih terbatas. Oleh karena itu, akun ini juga berperan sebagai sarana dokumentasi sosial yang memperkuat hubungan dalam lingkaran pertemanan yang dekat.

Sejalan dengan itu, informan Rara mengungkapkan bahwa *second account* digunakan untuk mengunggah berbagai konten santai dan spontan. Ia

⁹⁸ Wawancara dengan Luna, Tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

⁹⁹ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹⁰⁰ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹⁰¹ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

menyatakan, “Banyak, ada video jedag-jedug, kegiatan sehari-hari, dan postingan random lainnya.”¹⁰² Ia juga menambahkan bahwa *second account* digunakan untuk konten yang bersifat gabut dan curhat.¹⁰³ Dari penjelasan tersebut, tampak bahwa *second account* berfungsi sebagai ruang komunikasi yang lebih fleksibel, di mana pengguna dapat membagikan pengalaman maupun ekspresi personal tanpa tekanan untuk menampilkan citra tertentu. Secara keseluruhan, aktivitas pada *second account* Instagram menunjukkan bahwa akun tersebut tidak hanya berfungsi sebagai akun tambahan, tetapi juga sebagai ruang personal yang menampung berbagai bentuk ekspresi diri. Mahasiswa memanfaatkannya untuk membagikan keseharian, menyalurkan emosi, mendokumentasikan hubungan sosial, serta mengunggah konten spontan yang tidak ditampilkan pada akun utama

4. Perbedaan Akun Utama dan *Second Account* Instagram

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat perbedaan yang jelas antara akun utama dan *second account*, baik dari segi fungsi, isi konten, audiens, maupun cara pengguna menampilkan dirinya. Akun utama cenderung dimanfaatkan sebagai ruang yang lebih publik dan terkurasi, karena diikuti oleh audiens yang beragam seperti keluarga, dosen, teman kampus, hingga relasi lain yang membuat informan merasa perlu menjaga citra dan menyeleksi unggahan dengan lebih hati-hati. Konten yang muncul di akun utama umumnya bersifat lebih rapi, estetik, dan menonjolkan sisi diri yang dianggap pantas dan layak dilihat banyak orang, misalnya aktivitas akademik, kegiatan organisasi, maupun momen tertentu yang sudah melalui proses penyuntingan. Sebaliknya, *second account* diposisikan sebagai ruang yang lebih privat, santai, dan bebas, dengan audiens yang sengaja dibatasi pada teman-teman dekat sehingga memungkinkan informan menampilkan sisi diri yang lebih spontan, emosional, dan apa adanya tanpa terlalu khawatir terhadap penilaian sosial. Di akun ini, mereka lebih leluasa mengunggah cerita keseharian, curhatan, humor internal,

¹⁰² Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹⁰³ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

hingga konten yang dinilai terlalu random atau “alay” jika ditampilkan di akun utama, sehingga kedua akun tersebut pada akhirnya memainkan fungsi sosial yang berbeda dalam pengelolaan identitas digital mereka.

Tabel 4.3 Perbedaan Akun Utama dan *Second Account* Instagram

NO	Informan	Perbedaan Utama	Karakteristik Akun Utama	Karakteristik <i>Second Account</i>
1	Luna	Perbedaan pada estetika dan kebebasan unggahan.	Konten harus rapi, menarik, dan melalui proses seleksi sebelum diunggah.	Konten diunggah secara spontan tanpa editan, lebih bebas dan tidak terikat standar visual.
2	Putra	Perbedaan pada citra diri yang ditampilkan	Menampilkan citra diri yang lebih rapi, cool, dan terkontrol.	Menampilkan sisi diri yang apa adanya, bebas, dan tidak terikat citra.
3	Baim	Perbedaan pada fungsi dan jenis konten.	Digunakan untuk konten umum dengan tampilan lebih <i>aesthetic</i> .	Digunakan untuk dokumentasi momen personal bersama teman secara lebih santai.
4	Rara	Perbedaan pada identitas diri dan gaya konten.	Digunakan untuk membangun citra diri yang rapi dan terstruktur.	Digunakan untuk menampilkan sisi diri yang random, santai, dan lebih bebas.

(Data diperoleh dari hasil wawancara dengan informan)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa mahasiswa secara sadar membedakan penggunaan akun utama dan *second account* sebagai dua ruang yang memiliki fungsi yang tidak sama. Akun utama cenderung diposisikan

sebagai ruang yang lebih terbuka dan terkurasi, sementara *second account* dimanfaatkan sebagai ruang yang lebih santai dan fleksibel. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari cara informan Luna mengelola kedua akunnya. Ia menyampaikan bahwa unggahan pada akun utama harus memenuhi standar tertentu, terutama dari segi visual, sedangkan pada *second account* ia tidak merasa perlu melakukan hal tersebut. Ia menyatakan, “*Kalau di second akun ya gembel-gembel aja. Kalau di akun utama postingannya harus bagus. Bahkan kalau di second nggak usah diedit, langsung masukin story, kalau di first harus bagus.*”¹⁰⁴ Cara Luna memaknai kedua akun tersebut menunjukkan bahwa akun utama diperlakukan sebagai representasi diri yang harus terlihat menarik, sementara *second account* menjadi ruang yang lebih bebas tanpa tuntutan estetika.

Gambaran yang serupa juga muncul pada informan Putra yang melihat kedua akun sebagai dua versi dirinya. Ia menjelaskan, “*Di first account tampilannya lebih cool. Kalau di second account benar-benar bobrok banget,*”¹⁰⁵ dan menambahkan bahwa keduanya “*berbeda, sangat berbeda.*”¹⁰⁶ Perbedaan ini mengisyaratkan bahwa akun utama digunakan untuk menampilkan citra diri yang lebih terkontrol, sedangkan *second account* menjadi ruang untuk menampilkan sisi diri yang lebih apa adanya tanpa tekanan sosial yang sama. Berbeda dengan itu, informan Baim lebih menekankan pada perbedaan fungsi penggunaan. Ia menyatakan, “*Akun pertama itu untuk memposting story atau postingan lain yang sifatnya umum. Kalau second account saya gunakan untuk mengarsipkan ketika saya bersama teman-teman ataupun ada momen-momen tertentu.*”¹⁰⁷ Ia juga menambahkan, “*Kalau di akun utama lebih aesthetic, tapi kalau di second account ya apa adanya.*”¹⁰⁸ Penjelasan tersebut memperlihatkan bahwa *second account* tidak hanya

¹⁰⁴ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

¹⁰⁵ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹⁰⁶ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹⁰⁷ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

¹⁰⁸ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

menjadi ruang ekspresi, tetapi juga berfungsi sebagai tempat penyimpanan kenangan personal dalam lingkup pertemanan yang lebih dekat.

Sementara itu, informan Rara memaknai perbedaan kedua akun sebagai perbedaan dalam menampilkan identitas diri. Ia menyatakan, “*Kalau akun utama saya tata dengan rapi dan bagus, kalau second account isinya random dan alay,*”¹⁰⁹ serta menambahkan, “*Kalau di akun utama saya tidak menampilkan sisi alay, kalau di second account justru alay sekali.*”¹¹⁰ Dari penuturan tersebut, tampak bahwa *second account* menjadi ruang untuk menampilkan sisi diri yang tidak dimunculkan pada akun utama. Jika ditarik secara keseluruhan, perbedaan antara akun utama dan *second account* menunjukkan adanya pembagian peran dalam penggunaan media sosial. Mahasiswa memanfaatkan akun utama sebagai ruang representasi diri yang lebih formal dan dapat diterima oleh audiens luas, sedangkan *second account* digunakan sebagai ruang yang lebih personal untuk mengekspresikan diri secara bebas. Dengan demikian, kedua akun tersebut saling melengkapi dalam membentuk cara mahasiswa berkomunikasi dan menampilkan dirinya di ruang digital.

C. Pola Perilaku Mahasiswa KPI Angkatan 2022 di Instagram

Mahasiswa KPI angkatan 2022 termasuk dalam kelompok generasi digital native yang intens memanfaatkan Instagram sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari mereka. Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara, mayoritas informan mengakses Instagram setiap hari, dengan frekuensi membuka aplikasi beberapa kali dalam satu hari untuk melihat unggahan di feed, *instastory*, maupun mengunggah konten sendiri. Instagram bukan hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk mengikuti informasi kampus, kegiatan organisasi, serta dinamika sosial di lingkungan pertemanan.

¹⁰⁹ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹¹⁰ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

Pada akun utama, pola perilaku komunikasi mahasiswa KPI cenderung terarah pada pembentukan citra diri yang positif dan dapat diterima secara luas. Konten yang diunggah umumnya berupa dokumentasi kegiatan akademik, kegiatan organisasi dakwah, momen bersama teman kampus, kegiatan keagamaan, maupun foto dengan tampilan visual yang dianggap rapi dan estetik. Caption yang digunakan relatif lebih terkontrol, dengan bahasa yang sopan dan tidak menyinggung pihak tertentu. Akun utama juga diikuti oleh audiens yang beragam, seperti keluarga, dosen, teman sekolah, teman kampus, hingga kenalan dari luar kampus, sehingga mendorong informan untuk menjaga kesan profesional dan religius sebagai mahasiswa KPI.

Sebaliknya, *pada second account*, pola perilaku komunikasi mahasiswa KPI tampak lebih santai, personal, dan spontan. *Second account* umumnya diatur privat dengan jumlah pengikut yang lebih sedikit dan dipilih secara selektif hanya dari kalangan teman dekat atau *inner circle*. Di ruang ini, informan merasa lebih leluasa mengekspresikan keluh kesah terkait perkuliahan, membagikan cerita keseharian yang tidak terlalu “rapi”, melempar humor internal, hingga menyampaikan pendapat tentang isu-isu sensitif yang tidak ingin mereka tampilkan di akun utama. Bahasa yang digunakan cenderung lebih informal, menggunakan istilah gaul, dan tidak selalu memperhatikan kaidah bahasa baku, karena mereka merasa audiensnya lebih homogen dan dapat memahami konteks komunikasi secara personal. Pola pemisahan konten ini menunjukkan bahwa mahasiswa KPI angkatan 2022 secara sadar mengatur jenis pesan dan gaya komunikasi sesuai dengan karakter audiens yang mereka bayangkan. Akun utama berfungsi sebagai ruang formal untuk mempertahankan citra sebagai mahasiswa KPI yang religius, komunikatif, dan profesional, sedangkan *second account* menjadi ruang informal untuk aktualisasi diri yang lebih jujur dan emosional. Di antara dua akun tersebut, informan juga memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti *story*, *close friends*, dan *direct message* untuk menyesuaikan tingkat keterbukaan informasi dan kedekatan hubungan dengan audiens. Hal ini mengindikasikan adanya pola perilaku komunikasi yang strategis dalam mengelola dua panggung digital

sekaligus, yang kemudian dianalisis lebih lanjut melalui kaca mata dramaturgi dan manajemen impresi pada subbab-subbab berikutnya.

D. Hasil Penelitian

1. *Front Stage* (Panggung Depan) Pengguna Instagram

Dalam dramaturgi Erving Goffman, *front stage* adalah ruang di mana individu menampilkan dirinya sesuai peran yang ingin dipersepsikan audiens, dengan cara mengatur penampilan, bahasa, dan perilaku agar selaras dengan harapan sosial. Pada bagian ini, *front stage* tidak hanya dipahami sebagai panggung simbolik dalam interaksi tatap muka, tetapi juga meluas ke ruang digital, termasuk bagaimana mahasiswa menyusun unggahan, *story*, dan interaksi di akun utama Instagram mereka. Dalam konteks penelitian ini, akun utama Instagram para informan berperan sebagai *front stage* karena dipakai untuk menampilkan citra diri yang sudah melalui proses seleksi dan kurasi, baik dari sisi visual maupun narasi. Konten yang diunggah umumnya lebih rapi, estetik, dan menonjolkan sisi diri yang dinilai pantas dipertontonkan kepada khalayak luas, seperti dosen, keluarga, teman kampus, hingga relasi organisasi. Di sini, setiap unggahan bukan sekadar dokumentasi kegiatan, tetapi juga bagian dari pertunjukan diri, di mana informan berupaya menunjukkan bahwa mereka adalah mahasiswa KPI yang layak, sopan, dan berkompeten. Gambaran bentuk *front stage* pada akun utama dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4 Bentuk *Front Stage* pada Akun Utama Instagram

NO	Informan	Cara Memaknai Akun Utama	Praktik pengelolaan konten di akun utama
1	Rara	Ruang untuk membangun <i>image</i> .	Menata feed agar rapi, menahan unggahan yang dianggap alay, mempertimbangkan penilaian orang sebelum memposting konten.

2	Putra	Panggung <i>lifestyle</i> dan jaga <i>image</i> .	Memilih konten yang terlihat bagus dan layak, menghindari unggahan berlebihan karena dilihat dosen, keluarga, dan teman kampus.
3	Luna	Etalase konten “cakep” dan rapi.	Menyeleksi dan mengedit foto atau video sampai sesuai, hanya mengunggah konten yang dianggap bagus di akun utama.
4	Baim	Ruang publik yang harus aman dan wajar.	Menghindari postingan nyeleneh karena <i>followers</i> banyak, menjaga citra agar tetap baik di mata audiens luas.

(Data diperoleh dari hasil wawancara dengan informan)

Informan Rara secara eksplisit menempatkan akun utama sebagai ruang pembentukan citra. Ia menyatakan, “Yang pertama itu akun utama atau *first account*, biasanya untuk membangun *image*.”¹¹¹ Ia juga mengakui bahwa sebelum mengunggah sesuatu, ia mempertimbangkan penilaian orang lain karena takut dianggap alay.¹¹² Sikap ini menunjukkan bahwa akun utama dijaga sebagai ruang presentasi diri yang harus sesuai dengan standar sosial tertentu. Informan Putra juga menempatkan akun utama sebagai *front stage*. Ia menyatakan, “Kalau yang pertama itu biasanya untuk *lifestyle*,” dan menambahkan bahwa pada akun utama ia “jaga *image banget*.”¹¹³ Selain itu, ia mengaku mempertimbangkan apakah unggahan tertentu terlihat bagus, layak, atau justru berlebihan sebelum dipublikasikan.¹¹⁴ Keberadaan dosen, keluarga, dan teman kampus yang mengikuti akun tersebut turut memperkuat kebutuhan untuk mengelola kesan secara hati-hati.

¹¹¹ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹¹² Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹¹³ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹¹⁴ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

Informan Luna menunjukkan karakter serupa, meskipun secara verbal ia mengatakan tidak terlalu memikirkan penilaian orang. Dalam praktiknya, ia tetap menyeleksi dan mengedit foto sebelum diunggah ke akun utama. Ia menjelaskan bahwa pada akun utama, “*Kalau first yang cakep-cakep posting di first,*” dan jika hasil edit foto atau video belum sesuai, ia akan memindahkannya ke aplikasi lain sampai dianggap pas.”¹¹⁵ Hal ini menunjukkan bahwa akun utama tetap menjadi ruang yang menuntut kurasi konten yang lebih ketat. Informan Baim juga memandang akun utama sebagai ruang yang harus dijaga. Ia mengatakan, “*Kalau di akun utama pastinya iya. Karena followers-nya sudah banyak, jadi kalau saya posting sesuatu yang nyeleneh nanti bisa berpengaruh pada citra saya.*”¹¹⁶ Pernyataan ini menunjukkan bahwa akun utama dipakai sebagai panggung depan tempat individu menampilkan diri secara lebih aman, wajar, dan layak dilihat publik.

Berdasarkan keseluruhan data tersebut, akun utama dapat dipahami sebagai *front stage* karena menjadi ruang tempat mahasiswa menampilkan identitas yang ideal, terpilih, dan sesuai dengan ekspektasi sosial audiens yang luas. Dalam konteks mahasiswa KPI, *front stage* pada akun utama tampak lebih terstruktur karena para informan tidak hanya mempertimbangkan penilaian sosial, tetapi juga estetika visual, kelayakan unggahan, dan citra profesional. Hal ini menunjukkan bahwa latar pendidikan komunikasi turut membentuk cara mereka mengelola presentasi diri di media sosial.

2. *Back Stage (Panggung Belakang) Pengguna Second Account Instagram*

Jika akun utama berfungsi sebagai *front stage*, maka *second account* menunjukkan karakteristik *back stage* dalam perspektif dramaturgi Erving Goffman. Dalam konsep dramaturgi, *back stage* merupakan ruang di mana individu dapat menurunkan formalitas penampilan dan menampilkan diri secara lebih santai, spontan, dan jujur karena tekanan norma sosial dan tuntutan peran

¹¹⁵ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

¹¹⁶ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

jauh lebih longgar. Pada penelitian ini, *second account* para informan berfungsi sebagai ruang digital untuk menunjukkan sisi diri yang tidak ditampilkan pada akun utama, baik dalam bentuk curhat, candaan, maupun dokumentasi keseharian yang tidak melalui proses kurasi ketat. Hal ini tercermin dalam berbagai bentuk konten yang diunggah, seperti ungkapan perasaan (*self-disclosure*), humor internal, hingga dokumentasi aktivitas sehari-hari yang bersifat spontan dan tidak melalui proses seleksi yang ketat.

Tabel 4.5 Bentuk *Back Stage* Pada *Second Account* Instagram

NO	Informan	Cara memaknai <i>Second Account</i>	Bentuk ekspresi di <i>Second Account</i>
1	Luna	Ruang untuk menampilkan kehidupan nyata (<i>real life</i>).	Mengunggah aktivitas secara bebas, merasa “kayak nggak punya rahasia di <i>second account</i> ”.
2	Putra	Ruang pelepasan dari tuntutan citra.	Tempat misuh-misuh, live update kehidupan yang ia sebut “bobrok”, merasa sangat bebas mengunggah apa saja.
3	Baim	Arsip momen informal bersama teman dan hal-hal random.	Mengunggah momen “kurang lumrah” yang hanya ditujukan kepada orang terdekat, menampilkan diri lebih apa adanya dibanding akun utama.
4	Rara	Ruang bebas dari tuntutan <i>image</i> dan penilaian sosial.	Mengunggah video jedag-jedug, kegiatan sehari-hari, dan postingan random tanpa takut di-judge.

(Data diperoleh dari hasil wawancara dengan informan)

Informan Luna memaknai *second account* sebagai ruang yang menampilkan kehidupan nyata. Ia menyatakan, “Buat menumpahkan seluruh

keseharian gue. Itu real life.”¹¹⁷ Ia juga mengatakan bahwa di *second account* ia dapat mengunggah berbagai aktivitas secara bebas, “*Pokoknya all in, kayak nggak punya rahasia di second akun.*”¹¹⁸ Hal ini menunjukkan bahwa *second account* bagi Luna menjadi ruang untuk menampilkan sisi hidup sehari-hari yang tidak dikurasi secara ketat. Informan Putra juga menempatkan *second account* sebagai ruang pelepasan dari tuntutan citra. Ia menyatakan bahwa *second account* merupakan tempat untuk “*misuh-misuh*” dan “*live update kehidupan yang bobrok.*”¹¹⁹ Ia juga menyebut bahwa pada akun kedua ia merasa “*bebas banget*” dan dapat mengunggah apa saja.¹²⁰ Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa *second account* berfungsi sebagai ruang di mana ekspresi emosi dan sisi diri yang lebih rapuh dapat ditampilkan tanpa tekanan publik.

Pada informan Baim, *back stage* tampak dalam penggunaan *second account* sebagai tempat untuk mengarsipkan momen bersama teman dan hal-hal random yang tidak diunggah pada akun utama. Ia mengatakan bahwa *second account* dipakai untuk momen yang “*kurang lumrah*” dan hanya ditujukan kepada orang-orang terdekat.¹²¹ Selain itu, ia menyebut bahwa pada akun kedua ia “*lebih menampilkan diri apa adanya.*”¹²² Hal ini menunjukkan bahwa *back stage* digital tidak selalu identik dengan curhat emosional, tetapi juga dapat berupa dokumentasi informal kehidupan sehari-hari. Informan Rara secara jelas menggambarkan *second account* sebagai ruang yang bebas dari tuntutan image. Ia menyatakan, “*Kalau di second account lebih bebas karena bisa upload apa saja tanpa takut di-judge.*”¹²³ Ia juga menyebut bahwa isi akun tersebut berupa “*video jedag-jedug, kegiatan sehari-hari, dan postingan random lainnya.*”¹²⁴ Pernyataan ini menunjukkan bahwa *second account* menjadi ruang untuk

¹¹⁷ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

¹¹⁸ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

¹¹⁹ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹²⁰ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹²¹ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

¹²² Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

¹²³ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹²⁴ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

menampilkan sisi diri yang lebih spontan, santai, dan tidak dibatasi oleh pertimbangan penilaian sosial.

Dengan demikian, *second account* dapat dipahami sebagai *back stage* digital, yaitu ruang privat tempat mahasiswa menampilkan kehidupan sehari-hari, emosi, kebosanan, candaan, dan sisi diri yang tidak sesuai untuk ditampilkan di panggung depan.

3. Manajemen Impresi Pengguna *Second Account* Instagram

Dalam perspektif dramaturgi, manajemen impresi merupakan upaya individu untuk mengontrol informasi tentang dirinya agar membentuk kesan tertentu di hadapan orang lain. Pada penggunaan dua akun Instagram, manajemen impresi tampak bukan hanya pada isi konten, tetapi juga pada pemisahan ruang tampil, pengaturan audiens, dan perbedaan identitas yang dimunculkan.

Tabel 4.6 Strategi Manajemen Impresi Pengguna *Second Account* Instagram

NO	Informan	Pemisahan fungsi akun	Strategi pengaturan audiens	Pola perbedaan konten
1	Luna	Akun utama untuk publik, <i>second account</i> untuk teman dekat.	<i>Second account</i> hanya di-follow teman-teman dekat, akun utama terbuka bagi lingkaran yang lebih luas.	Akun utama berisi konten rapi dan “cakep”, <i>second account</i> diisi keseharian dan <i>real life</i> yang lebih apa adanya.
2	Putra	Akun utama sebagai akun <i>lifestyle</i> , <i>second account</i>	<i>Second account</i> dibatasi untuk <i>circle</i> tertentu yang dianggap	Akun utama dijaga untuk <i>image</i> , <i>second account</i> diisi misuh, <i>live update</i> “kehidupan bobrok”,

		untuk ekspresi bebas.	memahami dirinya.	dan konten yang ia anggap alay.
3	Baim	Akun utama sebagai ruang umum, <i>second account</i> sebagai arsip personal.	<i>Second account</i> hanya diakses teman dekat untuk momen “kurang lumrah”.	Akun utama diisi konten yang aman untuk <i>followers</i> banyak, <i>second account</i> berisi momen random dan diri yang lebih apa adanya.
4	Rara	Akun utama untuk membangun image, <i>second account</i> untuk konten random dan alay.	<i>Second account</i> dijaga lebih tertutup, hanya diikuti orang yang dipercaya.	Akun utama berisi konten yang tertata rapi, <i>second account</i> diisi video jedag-jedug, curhat, dan aktivitas santai tanpa takut di-judge.

(Data diperoleh dari hasil wawancara dengan informan)

Keempat informan secara sadar memisahkan akun utama dan *second account* sebagai dua ruang presentasi diri yang berbeda. Informan Luna memisahkan akun publik dan akun untuk “*teman-teman dekat doang.*”¹²⁵ Informan Putra membedakan akun *lifestyle* dan akun untuk ekspresi bebas.¹²⁶ Baim memisahkan akun umum dan akun arsip personal.¹²⁷ Rara membedakan akun untuk “*membangun image*” dan akun untuk konten random serta alay.¹²⁸ Pemisahan ini menunjukkan bahwa para informan mengatur dua panggung berbeda untuk dua bentuk penampilan diri yang berbeda pula. Selain itu,

¹²⁵ Wawancara dengan Luna, tanggal 13 Februari 2026, di Umayumcha Purwokerto.

¹²⁶ Wawancara dengan Putra, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

¹²⁷ Wawancara dengan Baim, tanggal 22 Februari 2026, di Kost Djaka Purwokerto.

¹²⁸ Wawancara dengan Rara, tanggal 22 Februari 2026, di Kopi Kirin Purwokerto.

pembatasan audiens pada *second account* menunjukkan adanya strategi audience segregation atau pemisahan audiens. Para informan hanya mengizinkan orang-orang tertentu untuk mengikuti *second account* mereka, sehingga konten yang lebih personal tidak terbaca oleh audiens publik pada akun utama. Dengan demikian, mereka dapat menjaga konsistensi citra di akun utama sekaligus tetap memiliki ruang untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas pada *second account*.

Strategi lain tampak pada pengendalian konten. Akun utama diisi oleh unggahan yang telah dipilih, diedit, dan dipertimbangkan kesesuaiannya dengan citra diri. Sebaliknya, *second account* diisi oleh unggahan yang lebih spontan, emosional, dan dekat dengan pengalaman sehari-hari. Pola ini menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif mengontrol aliran informasi tentang dirinya, menentukan mana yang layak dipublikasikan secara luas dan mana yang hanya dibagikan kepada audiens terbatas. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa penggunaan *second account* Instagram di kalangan mahasiswa bukan sekadar praktik memiliki akun cadangan, melainkan strategi manajemen impresi yang kompleks. Melalui pemisahan akun, pembatasan audiens, dan diferensiasi konten, mahasiswa membangun dua ruang presentasi diri, yaitu ruang publik yang terkontrol dan ruang privat yang lebih spontan. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai arena pengelolaan identitas dan negosiasi kesan secara sadar.

E. Analisis Dramaturgi Pengguna *Second Account* Instagram

1. *Main Account* (Akun Utama) Sebagai *Front Stage* (Panggung Depan)

Erving Goffman, dalam teori dramaturgi, kehidupan sosial dipahami sebagai pertunjukan teater, di mana individu tampil di hadapan audiens tertentu dengan peran yang sudah diatur melalui penampilan, gaya, dan cara membawa

diri.¹²⁹ Pada konteks ini, akun utama pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) berfungsi sebagai *front stage* (panggung depan), yaitu ruang tampil yang ditujukan untuk publik yang lebih luas dan heterogen. Di panggung depan ini, individu cenderung menyeleksi konten agar citra yang muncul tetap sesuai dengan identitas sosial yang ingin dipertahankan.

Temuan wawancara menunjukkan bahwa akun utama tidak digunakan secara netral, melainkan sebagai ruang yang sarat pertimbangan simbolik, di mana informan mengelola kesan melalui pemilihan konten, cara pengemasan, dan pengaturan feed. Informan Luna, misalnya, membedakan dengan jelas unggahan di akun utama dan *second account*: foto-foto yang “cakep-cakep” dan momen yang dianggap layak dipamerkan diunggah di akun utama, sementara konten lain dipindahkan ke *second account*. Secara verbal ia menyatakan “bodoh amat” terhadap penilaian orang lain, tetapi praktik memilih foto terbaik, mengedit, serta mengarsip unggahan yang dirasa mengganggu komposisi feed menunjukkan adanya kurasi diri yang cukup ketat. Dengan kata lain, pengelolaan citra di *front stage* tidak selalu hadir dalam bentuk rasa takut dinilai, tetapi juga sebagai dorongan untuk menjaga konsistensi estetika, kualitas visual, dan kerapian penampilan digital.¹³⁰ Sebagaimana digambarkan Goffman ketika aktor menata presentasi dirinya agar sesuai dengan definisi situasi yang ingin dipertahankan di hadapan audiens.¹³¹

Pada informan Putra, fungsi *front stage* tampak lebih eksplisit. Ia mengaitkan akun utama dengan *lifestyle*, branding, dan bahkan peluang ekonomi, akun ini awalnya digunakan untuk mencari informasi, namun kemudian ia sadari dapat menghasilkan benefit material dan menjadi sarana membangun citra diri. Sebelum mengunggah konten di akun utama, Putra

¹²⁹ Nurhadi, *Teori-Teori Komunikasi, Teori Komunikasi Dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. hlm. 58.

¹³⁰ Yuliana and Lestari, “*Motif Penggunaan Second Account Instagram Dalam Perspektif Teori Uses and Gratifications* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi KPI UIN SAIZU Purwokerto) Skripsi.” hlm. 54.

¹³¹ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. hlm 154.

mengaku selalu mempertimbangkan apakah unggahan tersebut sudah “bagus”, “cakep”, atau justru “alay”, terlebih karena akun tersebut diikuti oleh dosen dan keluarga. Pertimbangan berulang ini menjadikan akun utama sebagai panggung yang “serius”, di mana penampilan harus dijaga agar tetap konsisten dengan citra yang diinginkan dan aman bagi reputasi diri. Kecenderungan serupa juga tampak pada informan Rara yang memaknai akun utama sebagai media untuk membangun *image* di hadapan publik yang lebih luas. Ia menyatakan bahwa di akun utama “tidak mungkin posting yang terlalu random atau alay”, sehingga ia hanya menampilkan foto-foto estetik dan konten yang “bagus-bagus”, sementara video jedag-jedug, postingan random, dan curhatan dipindahkan ke *second account* agar akun utama tidak terlihat “berantakan”. Rara juga menyadari bahwa ketika berkenalan dengan orang baru, yang pertama kali dilihat adalah akun utama Instagram, sehingga ia menjaga betul tampilan akun tersebut agar dapat diterima secara sosial.

Berdasarkan temuan penelitian, akun utama Instagram bagi mahasiswa KPI angkatan 2022 berfungsi sebagai panggung depan (*front stage*) tempat mereka menampilkan citra diri yang ideal dan dapat diterima secara luas. Konten yang diunggah pada akun utama cenderung terkurasi, dengan dominasi foto atau video yang menampilkan aktivitas akademik, kegiatan organisasi dakwah, partisipasi dalam acara kampus, serta momen kebersamaan yang dinilai layak konsumsi publik. Pemilihan sudut pengambilan gambar, penggunaan filter, dan penyuntingan visual menunjukkan adanya upaya untuk menampilkan tampilan yang rapi, estetik, dan selaras dengan standar citra mahasiswa KPI yang religius dan profesional. Elemen *setting* dalam perspektif dramaturgi tampak pada bagaimana informan menata tampilan profil akun utama, mulai dari foto profil yang sopan, bio yang mencantumkan identitas formal sebagai mahasiswa KPI, hingga konsistensi tema visual pada feed. *Personal front* terlihat melalui penampilan fisik dan gaya berpakaian yang ditampilkan dalam unggahan, yang umumnya menonjolkan kesan rapi, santun, dan sesuai dengan norma keislaman. Sementara itu, *expressive equipment* tercermin dalam penggunaan caption yang terkontrol, pilihan diksi yang sopan,

serta pemanfaatan fitur tag dan lokasi untuk memperkuat kesan aktif, produktif, dan terhubung dengan lingkungan akademik maupun kegiatan dakwah.¹³²

Analisis yang lebih dalam menunjukkan bahwa *front stage* bukan semata-mata ruang kepalsuan, tetapi ruang penyesuaian sosial. Para informan tidak selalu memalsukan diri, melainkan menonjolkan aspek tertentu dari diri mereka yang dianggap paling layak untuk konsumsi publik. Informan Luna merasa dirinya sama di dua akun, hanya saja di akun utama ia menampilkan versi yang lebih tersusun. Informan Putra, Baim, dan Rara lebih jelas memperlihatkan adanya penyaringan diri karena mempertimbangkan keluarga, dosen, dan penilaian sosial lainnya. Ini menegaskan bahwa di *front stage*, yang bekerja bukan hanya keinginan tampil baik, tetapi juga kesadaran bahwa identitas digital dibentuk melalui tatapan audiens. Dalam bahasa Goffman, Individu menyesuaikan pertunjukannya agar definisi situasi tetap terkendali dan kesan yang muncul tidak merugikan dirinya.¹³³ Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa akun utama berfungsi sebagai ruang presentasi diri yang lebih terkontrol dan ditujukan kepada audiens yang lebih luas. Para informan cenderung menampilkan konten yang dianggap layak dilihat publik, seperti foto perjalanan, aktivitas positif, maupun konten yang mendukung citra diri. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Citra Amelia¹³⁴ yang menemukan bahwa akun utama Instagram sering diposisikan sebagai panggung depan (*front stage*) untuk menampilkan citra diri yang ideal. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian Irma Juliana dkk.¹³⁵ yang menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menampilkan aktivitas positif dan membangun personal branding pada akun Instagram utama mereka sebagai bagian dari strategi manajemen kesan di ruang digital. Secara keseluruhan, akun utama menjadi ruang di mana mahasiswa KPI menampilkan peran sebagai civitas akademik

¹³² Mulyana... hlm. 152

¹³³ Mulyana... hlm. 153-154.

¹³⁴ Amelia, "Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Instagram Sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah."

¹³⁵ Irma Juliana et al., "Manajemen Kesan Mahasiswa Dalam Media Sosial Instagram."

dan calon komunikator Islam yang kredibel. Mereka menyadari bahwa akun ini dapat diakses oleh dosen, keluarga, dan pihak eksternal lain, sehingga membangun pola komunikasi yang hati-hati dan terarah. Hal ini sesuai dengan konsep *front stage* Goffman, di mana aktor menampilkan diri dengan cara yang telah dikemas sedemikian rupa agar sesuai dengan ekspektasi audiens dan norma sosial yang berlaku.

2. *Second Account* (Akun Kedua) Sebagai *Back Stage* (Panggung Belakang)

Berbeda dengan akun utama, *second account* Instagram berfungsi sebagai panggung belakang (*back stage*) bagi mahasiswa KPI angkatan 2022. Pada akun ini, informan mengaku lebih bebas mengekspresikan diri tanpa merasa terlalu diawasi oleh dosen, orang tua, atau audiens yang luas. Konten yang diunggah di *second account* cenderung bersifat personal, spontan, dan emosional, seperti curahan hati terkait tekanan akademik, cerita kelelahan, candaan internal, hingga momen keseharian yang dianggap terlalu “biasa” atau bahkan sensitif jika ditampilkan di akun utama. Dalam istilah Goffman, wilayah ini dapat dipahami sebagai *back region*, yakni ruang di balik panggung resmi di mana aktor dapat menurunkan kontrol formal atas penampilannya dan tidak lagi terikat secara ketat oleh tuntutan peran publik yang ia mainkan di *front stage*.¹³⁶ Temuan wawancara menunjukkan bahwa *second account* tidak sekadar berfungsi sebagai akun tambahan, melainkan sebagai ruang ekspresi yang relatif bebas dari tuntutan estetika maupun tekanan sosial. Jika akun utama sarat dengan proses kurasi, *second account* justru menjadi ruang di mana kehidupan sehari-hari dapat ditampilkan secara lebih terbuka dan apa adanya. Luna menggambarkan *second account* sebagai tempat ia melakukan *storytelling* di Instagram *story*, nge-spam keseharian, bernyanyi, dan mengunggah aktivitas jalan-jalan, sampai merasa tidak punya rahasia di *second account*. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol sosial yang kuat di *front stage* dilonggarkan di

¹³⁶ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya...* hlm. 153

back stage, sehingga ekspresi diri dapat muncul secara lebih total dan aktor dapat “keluar dari peran formal” yang sebelumnya ia mainkan di hadapan audiens luas.

Pola yang sama terlihat pada Putra yang secara langsung memaknai *second account* sebagai ruang kebebasan berekspresi. Ia menyatakan bahwa di akun utama ia “jaga image banget”, sedangkan di *second account* “yaudah diri gue sendiri”, sehingga apapun yang ia lakukan bisa diunggah tanpa terlalu banyak pertimbangan, termasuk misuh-misuh dan *live update* kehidupan yang ia sebut “bobrok”. Putra juga menegaskan fungsi emosional *second account* sebagai tempat meluapkan kejenuhan dan kekesalan melalui *live update* kehidupan sehari-hari. Artinya, *back stage* tidak hanya menjadi ruang berbagi aktivitas, tetapi juga media pelampiasan emosi yang tidak mungkin ditampilkan di panggung depan, di wilayah inilah, menurut Goffman, aktor dapat lebih leluasa memperlihatkan reaksi dan perasaannya yang tidak sesuai dengan skenario formal di *front stage*.¹³⁷ Informan Baim menunjukkan bahwa *second account* juga berfungsi sebagai ruang dokumentasi personal yang tidak ditujukan untuk publik luas. Ia merasa tidak bisa memposting semua kegiatan di akun utama karena banyaknya pengikut dan adanya konten yang dianggap “kurang lumrah”, sehingga hal-hal random dan momen bercanda dengan teman diunggah di *second account* yang pengikutnya dibatasi pada teman-teman terdekat saja. Dengan demikian, *back stage* tidak hanya berfungsi sebagai ruang ekspresi diri, tetapi juga sebagai arsip sosial yang beredar dalam lingkup relasi yang lebih dekat, di mana aktor dan audiens kecil yang ia percayai membentuk semacam “tim pertunjukan” yang memahami konteks di balik penampilan resmi mereka di panggung depan.

Disisi lain, informan Rara juga memperlihatkan bahwa *second account* digunakan untuk mengunggah konten yang santai, spontan, dan tidak terikat standar estetika tertentu, seperti curhatan, video hiburan, maupun aktivitas

¹³⁷ Mulyana... hlm. 153

sehari-hari yang dianggap terlalu random jika dipublikasikan di akun utama. Hal ini semakin menegaskan bahwa *second account* berfungsi sebagai ruang komunikasi yang lebih fleksibel dan informal. Meskipun demikian, *back stage* bukanlah ruang yang sepenuhnya bebas tanpa batas. Kebebasan yang dirasakan para informan justru terbentuk karena adanya pembatasan audiens yang dilakukan secara sadar. Mereka menyeleksi siapa saja yang boleh menjadi pengikut, biasanya hanya teman dekat, *circle* yang dipercaya, atau orang yang benar-benar dikenal. Dengan kata lain, ruang *privat* tersebut dikonstruksi melalui seleksi sosial terhadap audiens. Individu tetap melakukan kontrol, tetapi bukan pada konten yang diunggah, melainkan pada siapa yang dapat melihat konten tersebut. Dalam kerangka dramaturgi, kondisi ini menegaskan bahwa panggung belakang bukan berarti tanpa aturan, melainkan ruang di mana aturan sosial dinegosiasikan secara lebih longgar dan akses penonton dibatasi agar jarak antara *front region* dan *back region* tetap terjaga.

Setting back stage tampak pada pengaturan akun yang umumnya dibuat privat dengan jumlah pengikut yang terbatas dan dipilih secara selektif. *Personal front* di *second account* lebih longgar, misalnya gaya berpakaian yang lebih santai, ekspresi wajah yang tidak selalu “rapi”, dan penggunaan pose yang lebih apa adanya. *Expressive equipment* terlihat dari kualitas foto atau video yang tidak terlalu memperhatikan estetika, penggunaan bahasa gaul, slang, dan kalimat yang emosional dalam caption maupun instastory. Bagi informan, *second account* menjadi ruang “belakang panggung” tempat mereka dapat melepaskan peran formal dan menampilkan sisi diri yang tidak mereka tunjukkan di akun utama. Dalam beberapa kasus, informan juga mengakui bahwa *second account* dapat memuat konten yang berpotensi menimbulkan kontroversi atau dinilai tidak sejalan dengan citra ideal mahasiswa KPI jika diketahui publik luas, misalnya unggahan terkait aktivitas nongkrong malam hari, penggunaan bahasa yang kasar, atau opini tentang isu tertentu yang belum matang. Namun, karena audiens *second account* terbatas pada orang-orang yang dianggap memahami konteks diri mereka, informan merasa lebih aman untuk mengekspresikan hal-hal tersebut. Kondisi ini sejalan dengan konsep *back stage*

Goffman, di mana aktor merasa lebih leluasa untuk bersikap apa adanya di luar sorotan panggung utama.

Dengan demikian, *second account* sebagai *back stage* memperlihatkan bagaimana mahasiswa KPI mengelola dua wilayah identitas yang berbeda. Jika akun utama digunakan untuk menampilkan citra diri yang ideal dan terkurasi, maka *second account* menjadi ruang di mana individu dapat menampilkan sisi diri yang lebih jujur, spontan, dan emosional. Perbedaan ini menunjukkan bahwa praktik bermedia sosial tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga dengan strategi individu dalam mengatur batas antara identitas publik dan identitas personal di ruang digital. Dari hasil analisis, *second account* bukan sekadar akun kedua, melainkan mekanisme sosial untuk menciptakan rasa aman. Para informan merasa lebih lega, lebih santai, dan lebih jujur karena audiens di akun tersebut adalah orang-orang yang sudah melewati proses seleksi kepercayaan. Kebebasan mereka bukan karena tidak ada penonton, melainkan karena penontonnya dianggap aman. Ini menjelaskan mengapa Informan Luna merasa orang-orang di *second account* tidak akan mengomentari semua yang ia unggah, mengapa Informan Putra merasa lebih lega saat meluapkan kejenuhan di sana, dan mengapa Rara merasa tidak takut di-judge. Jadi, *back stage* di media sosial bukan ruang sunyi, melainkan ruang semi-privat yang memungkinkan ekspresi diri berlangsung dengan risiko sosial yang lebih kecil, sebagaimana digambarkan Goffman ketika membedakan antara pertunjukan di *front stage* dan kelonggaran perilaku di *back stage*.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *second account* digunakan oleh para informan sebagai ruang yang lebih privat untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan spontan. Konten yang diunggah pada akun kedua cenderung berupa aktivitas sehari-hari, curahan perasaan, maupun unggahan yang dianggap terlalu personal jika ditampilkan di akun utama. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yeni Fransiska Andriani dan

Muclis¹³⁸ yang menyatakan bahwa *second account* Instagram sering dimanfaatkan sebagai ruang untuk menampilkan sisi kehidupan yang lebih autentik dibandingkan dengan persona yang ditampilkan pada akun utama. Penelitian Tri Dewi Bilqis dkk.¹³⁹ juga menunjukkan bahwa *second account* berfungsi sebagai panggung belakang (*back stage*) yang memungkinkan pengguna melakukan *self-disclosure* secara lebih leluasa tanpa tekanan ekspektasi sosial yang biasanya muncul pada akun utama.

3. Strategi Manajemen Impresi (*Impression Management*)

Konsep utama dalam dramaturginya Erving Goffman adalah bahwa individu berupaya mengelola kesan yang muncul di hadapan orang lain.¹⁴⁰ Dalam penelitian ini, pengelolaan dua akun menunjukkan adanya praktik manajemen impresi yang dilakukan secara sadar melalui pemisahan ruang tampil, pembatasan audiens, dan pembedaan jenis konten. Dengan dua akun, para informan dapat mengontrol siapa yang melihat sisi formal dirinya dan siapa yang boleh mengakses sisi personalnya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemisahan akun utama dan *second account* bukan sekadar fenomena teknis penggunaan fitur *multiple account*, melainkan bagian dari strategi manajemen impresi yang disusun secara sadar oleh mahasiswa KPI angkatan 2022. Setidaknya terdapat tiga bentuk strategi utama yang tampak dari praktik mereka. Pertama, pemisahan fungsi akun. Akun utama diposisikan sebagai ruang resmi untuk membangun citra ideal sebagai mahasiswa KPI, sedangkan *second account* diarahkan sebagai ruang privat untuk ekspresi personal. Pembagian fungsi ini memudahkan informan untuk memutuskan jenis konten yang layak diunggah di masing-masing akun.

¹³⁸ Fransiska and Muchlis, "Dramaturgi Dalam Penggunaan Second Account Di Media Sosial Instagram (Studi Pada Paguyuban Ikatan Mahasiswa Labuhanbatu)."

¹³⁹ Bilqis, "Dramaturgi Dalam Media Sosial : Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure."

¹⁴⁰ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. hlm 149.

Strategi pertama adalah pemisahan fungsi akun. Akun utama diarahkan untuk citra yang lebih stabil dan dapat diterima publik, sedangkan *second account* digunakan untuk konten yang lebih cair, emosional, dan tidak terlalu dipoles. Pemisahan ini menunjukkan bahwa para informan memahami bahwa satu ruang digital tidak cukup untuk menampung semua dimensi dirinya. Ada sisi diri yang ingin dipertontonkan secara luas, tetapi ada juga sisi yang hanya aman jika dibagikan kepada lingkaran terbatas. Karena itu, keberadaan dua akun bukan tanda identitas yang terpecah, melainkan strategi untuk menempatkan ekspresi diri sesuai konteks audiens. Strategi kedua adalah pembatasan audiens. Dalam praktiknya, para informan tidak hanya membedakan isi konten, tetapi juga membedakan siapa yang berhak menjadi penonton. Karena dalam dramaturgi, pertunjukan selalu terkait dengan siapa audiensnya. Konten yang dianggap wajar di depan teman dekat belum tentu aman jika dilihat keluarga, dosen, atau orang yang baru dikenal. Karena itu, penyaringan pengikut pada *second account* menjadi cara untuk menjaga agar batas antara ruang publik dan ruang intim tetap terpelihara. Pembatasan ini menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar medium berbagi, tetapi juga medium pengaturan jarak sosial.

Strategi ketiga adalah negosiasi identitas. Temuan wawancara menunjukkan bahwa tidak semua informan memaknai dua akun sebagai dua identitas yang sepenuhnya berbeda. Informan Putra, Baim, dan Rara cenderung merasakan adanya perbedaan yang cukup tegas antara diri di akun utama dan diri di *second account*. Sebaliknya, Informan Luna merasa dirinya tetap sama, hanya lebih terbuka di *second account*. Perbedaan ini penting secara analitis, karena menunjukkan bahwa dramaturgi digital tidak selalu berarti seseorang memiliki “dua kepribadian” secara literal. Yang terjadi justru lebih tepat dibaca sebagai perbedaan tingkat keterbukaan, kadar spontanitas, dan bentuk performa sesuai situasi interaksi. Jika dilihat melalui perspektif strategi manajemen komunikasi, ketiga hal tersebut merupakan bentuk taktik komunikasi digital untuk menjaga citra sekaligus memenuhi kebutuhan ekspresi diri. Mahasiswa KPI menempatkan akun utama sebagai kanal penyiaran identitas ideal dan profesional, sementara *second account* menjadi kanal penyiaran untuk audiens

terbatas yang memahami sisi personal mereka. Pada saat yang sama, melalui kacamata dramaturgi dan manajemen impresi, praktik ini menunjukkan bagaimana mereka memainkan dua peran sekaligus di dua panggung yang berbeda, dan terus menegosiasikan identitas sebagai generasi muda dan calon komunikator Islam di ruang digital.

Di titik ini, teori dramaturgi Goffman membantu menjelaskan bahwa identitas bukan sesuatu yang tetap, melainkan hasil pengelolaan terus-menerus dalam relasi sosial.¹⁴¹ Seseorang dapat tetap menjadi individu yang sama, tetapi menampilkan versi yang berbeda ketika panggung, audiens, dan tuntutan sosialnya berubah. Karena itu, perbedaan antara akun utama dan *second account* tidak perlu dipahami sebagai pertentangan antara diri palsu dan diri asli, melainkan sebagai spektrum presentasi diri dari yang paling terkendali hingga yang paling longgar. Pemahaman ini membuat analisis terhadap praktik bermedia sosial menjadi lebih jelas, karena tidak menyederhanakan praktik bermedia sosial hanya menjadi oposisi “pencitraan” lawan “keaslian”.

Konteks mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) juga memperkuat temuan tersebut. Beberapa informan mengaitkan akun utama dengan estetika visual, editing, fotografi, branding, dan penampilan yang lebih layak tayang. Artinya, kapasitas akademik dan pengalaman mereka sebagai mahasiswa komunikasi turut membentuk cara mereka mengelola panggung depan. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan *second account* pada mahasiswa KPI tidak hanya dapat dipahami sebagai kebutuhan ekspresi personal, tetapi juga sebagai bentuk kecakapan komunikasi digital. Mahasiswa KPI tampak memiliki kesadaran yang lebih jelas dalam membedakan ruang tampil, memilih audiens, serta mengatur kesan yang ingin dibangun pada masing-masing akun. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada penegasan bahwa praktik *second account* pada mahasiswa KPI merupakan bagian dari strategi komunikasi diri yang reflektif, bukan semata-mata

¹⁴¹ Nabila, “Presentasi Diri Pengguna Cyber Account di Aplikasi X (Analisis Perspektif Teori Dramaturgi Erving Goffman) Skripsi.” hlm. 6.

kebiasaan bermedia sosial. Pada saat yang sama, *second account* memberi ruang untuk keluar dari standar performatif itu tanpa harus sepenuhnya meninggalkan identitas sosialnya. Dalam konteks ini, dua akun berfungsi sebagai mekanisme keseimbangan, akun utama menjaga keterbacaan sosial, sedangkan *second account* menjaga keberlangsungan ekspresi personal. Praktik penggunaan dua akun ini menunjukkan adanya strategi manajemen impresi yang dilakukan secara sadar oleh para informan. Mereka membedakan jenis konten, audiens, serta cara berinteraksi antara akun utama dan *second account*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fazri Zulfaramadhan¹⁴² yang menemukan bahwa pengguna Instagram secara aktif melakukan seleksi konten dan audiens untuk menyesuaikan presentasi diri dengan konteks interaksi yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang di mana individu secara strategis mengelola kesan yang ingin ditampilkan kepada orang lain.

4. Makna Dramaturgis Penggunaan Dua Akun

Secara keseluruhan, penggunaan akun utama dan *second account* oleh mahasiswa KPI menunjukkan bahwa media sosial adalah arena negosiasi identitas yang sangat aktif. Dalam teori dramaturgi, akun utama bekerja sebagai *front stage* tempat individu mempertahankan definisi diri yang rapi, dapat diterima, dan sesuai harapan audiens luas, sedangkan *second account* menjadi *back stage* yang memberi ruang bagi ekspresi diri yang lebih intim dan tidak terlalu terikat tuntutan sosial. Pola ini juga sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menempatkan akun utama sebagai ruang pencitraan dan formalitas, sementara *second account* menjadi ruang kebebasan berekspresi dan pengungkapan diri yang lebih autentik.¹⁴³ Akan tetapi, temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa hubungan antara *front stage* dan *back stage* tidak bersifat hitam-putih. Akun utama tidak selalu palsu, dan *second account* tidak selalu sepenuhnya tanpa topeng. Keduanya sama-sama dikelola, hanya tingkat

¹⁴² Zulfaramadhan, "Dramaturgi Pada Media Sosial: Penggunaan Fitur Close Friends Di Instagram Skripsi."

¹⁴³ Saputriyan, "Motif Penggunaan Second Account Instagram Di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau) Skripsi." hlm. 89.

kontrolnya berbeda. Akun utama menuntut kontrol tinggi karena audiensnya luas dan konsekuensi sosialnya lebih besar, sedangkan *second account* menurunkan tingkat kontrol karena audiensnya lebih sempit dan lebih dipercaya. Dengan demikian, praktik memiliki dua akun dapat dipahami sebagai bentuk kecakapan sosial digital, yaitu kemampuan individu menyesuaikan penampilan diri dengan tuntutan ruang, hubungan, dan ekspektasi yang berbeda-beda.

Oleh sebab itu, analisis dramaturgi terhadap pengguna *second account* Instagram tidak cukup berhenti pada pernyataan bahwa akun utama adalah panggung depan dan *second account* adalah panggung belakang. Yang lebih penting adalah melihat bagaimana kedua panggung itu bekerja bersama sebagai sistem pengelolaan identitas.¹⁴⁴ Melalui akun utama, informan memperoleh legitimasi sosial, keteraturan citra, dan penerimaan publik, sedangkan melalui *second account*, mereka memperoleh ruang untuk jujur, lega, dekat, dan spontan.¹⁴⁵ Dalam pengertian inilah *second account* bukan sekadar akun tambahan, tetapi bagian penting dari strategi mahasiswa dalam mengelola diri di tengah tuntutan sosial media digital. Dengan demikian, penggunaan dua akun Instagram dapat dipahami sebagai strategi sosial dalam mengelola identitas digital. Akun utama berfungsi sebagai ruang representasi diri yang lebih formal dan terbuka, sedangkan *second account* menjadi ruang yang lebih privat untuk mengekspresikan sisi personal.¹⁴⁶ Temuan ini memperkuat hasil penelitian Nur Saputriyan¹⁴⁷ yang menunjukkan bahwa *second account* berperan sebagai panggung belakang yang memberikan kebebasan berekspresi bagi pengguna media sosial tanpa tekanan pencitraan yang kuat seperti pada akun utama. Ini memperluas konsep dramaturgi Goffman dengan menunjukkan bahwa pada era

¹⁴⁴ Inosensius Enryco Mokos, "Kontruksi Identitas Diri Remaja Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 3 (2025): 638–649. hlm. 645.

¹⁴⁵ Prasetya, "Penggunaan Second Account Instagram Bagi Self-Presentation Mahasiswa FISH UNJ." hlm. 4243.

¹⁴⁶ Jamus Nuswantoro, "Dramaturgi Digital Pengguna Dual Account Instagram Gen Z Dalam Konteks Digital Gaze Skripsi."

¹⁴⁷ Saputriyan, "Motif Penggunaan Second Account Instagram Di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau) Skripsi."

media sosial, panggung depan dan panggung belakang tidak lagi terpisah secara fisik, tetapi dikelola melalui fitur platform digital seperti *multiple accounts*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2022 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan perilaku yang jelas antara front stage di akun utama dan back stage di second account Instagram pada mahasiswa KPI angkatan 2022. Akun utama digunakan sebagai panggung depan untuk menampilkan citra diri ideal sebagai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang religius, rapi, aktif, dan profesional. Konten yang diunggah cenderung terkurasi, menonjolkan kegiatan akademik, organisasi, keagamaan, serta momen positif dengan visual yang estetik dan caption yang sopan karena audiensnya luas, mencakup keluarga, dosen, dan teman dari berbagai lingkungan. Sebaliknya, second account berfungsi sebagai panggung belakang yang lebih privat, diatur dengan mode privat dan pengikut yang terbatas, berisi ekspresi personal yang lebih spontan seperti keluhan, humor internal, cerita keseharian, serta opini yang dianggap terlalu sensitif jika ditampilkan di akun utama. Bahasa di second account lebih santai dan emosional, sementara aspek estetika unggahan tidak terlalu dipentingkan, sehingga mencerminkan sisi diri yang lebih apa adanya.
2. Perbedaan perilaku di dua akun tersebut menunjukkan adanya strategi manajemen impresi yang dijalankan secara sadar oleh mahasiswa KPI angkatan 2022 dalam mengelola identitas dan citra diri di media sosial. Strategi ini tampak melalui:
 - a. pemisahan fungsi akun, di mana akun utama difokuskan sebagai ruang resmi untuk membangun citra ideal mahasiswa KPI, sedangkan second

account sebagai ruang ekspresi personal dan emosional bagi *inner circle*.

- b. Pembatasan dan segmentasi audiens, dengan menjadikan akun utama relatif lebih terbuka, sementara *second account* sangat selektif dan privat untuk meminimalkan risiko sosial
- c. Perbedaan tema konten dan gaya bahasa di masing-masing akun, di mana akun utama menonjolkan konten positif dan formal, sedangkan *second account* menampung konten lebih jujur, santai, dan terkadang kontroversial. Melalui strategi ini, mahasiswa KPI menegosiasikan dua peran sekaligus di ruang digital, menjaga citra sebagai calon komunikator Islam di panggung depan, sekaligus memenuhi kebutuhan aktualisasi diri dan pelepasan emosi di panggung belakang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa KPI Pengguna *Second Account* Instagram
 - a. Mahasiswa diharapkan terus meningkatkan kesadaran reflektif dalam menggunakan akun utama maupun *second account*, sehingga kebebasan berekspresi tetap selaras dengan nilai keislaman, etika komunikasi, dan tanggung jawab sebagai calon komunikator serta dai di ruang publik digital.
 - b. *Second account* dapat dimanfaatkan bukan hanya sebagai ruang keluh kesah atau pelarian emosional, tetapi juga sebagai media untuk saling menguatkan, berbagi refleksi kritis, dan membangun budaya digital yang sehat di lingkaran pertemanan dekat.
 - c. Mahasiswa perlu menyadari bahwa konten di ruang privat tetap memiliki potensi tersebar keluar, sehingga kehati-hatian dalam memilih kata, gambar, dan topik menjadi penting agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi diri sendiri, teman sebaya, maupun nama baik program studi dan kampus.

2. Bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Fakultas Dakwah
 - a. Program studi dan fakultas dapat memanfaatkan temuan penelitian ini sebagai bahan pengayaan dalam mata kuliah yang terkait dengan komunikasi digital, etika bermedia, dan dakwah di media sosial, agar mahasiswa lebih peka terhadap dinamika panggung depan dan belakang dalam kehidupan daring mereka.
 - b. Perlu dikembangkan program literasi digital dan forum diskusi tematik yang secara khusus membahas praktik *second account*, manajemen impresi, serta tantangan identitas digital mahasiswa KPI, sehingga kampus tidak hanya menekankan aturan normatif, tetapi juga memberikan ruang dialog yang mendalam dan kontekstual.
 - c. Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengelola program studi dalam merumuskan kebijakan atau panduan etika informal terkait jejak digital mahasiswa, khususnya yang berkaitan dengan citra prodi dan tugas keilmuan sebagai komunikator Islam.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas fokus kajian, misalnya dengan membandingkan dramaturgi *second account* pada mahasiswa KPI dengan program studi lain di Fakultas Dakwah atau fakultas berbeda, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai variasi strategi pengelolaan identitas digital.
 - b. Penelitian lanjutan dapat mengombinasikan perspektif dramaturgi dengan teori lain seperti *self-presentation*, identitas sosial, atau psikologi media, agar interpretasi mengenai pengelolaan dua panggung digital menjadi lebih kaya dan *multidisipliner*.
 - c. Mengingat penelitian ini berfokus pada pendekatan kualitatif dengan jumlah informan terbatas, peneliti berikutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* untuk memetakan pola penggunaan *second account* dalam skala yang lebih luas di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

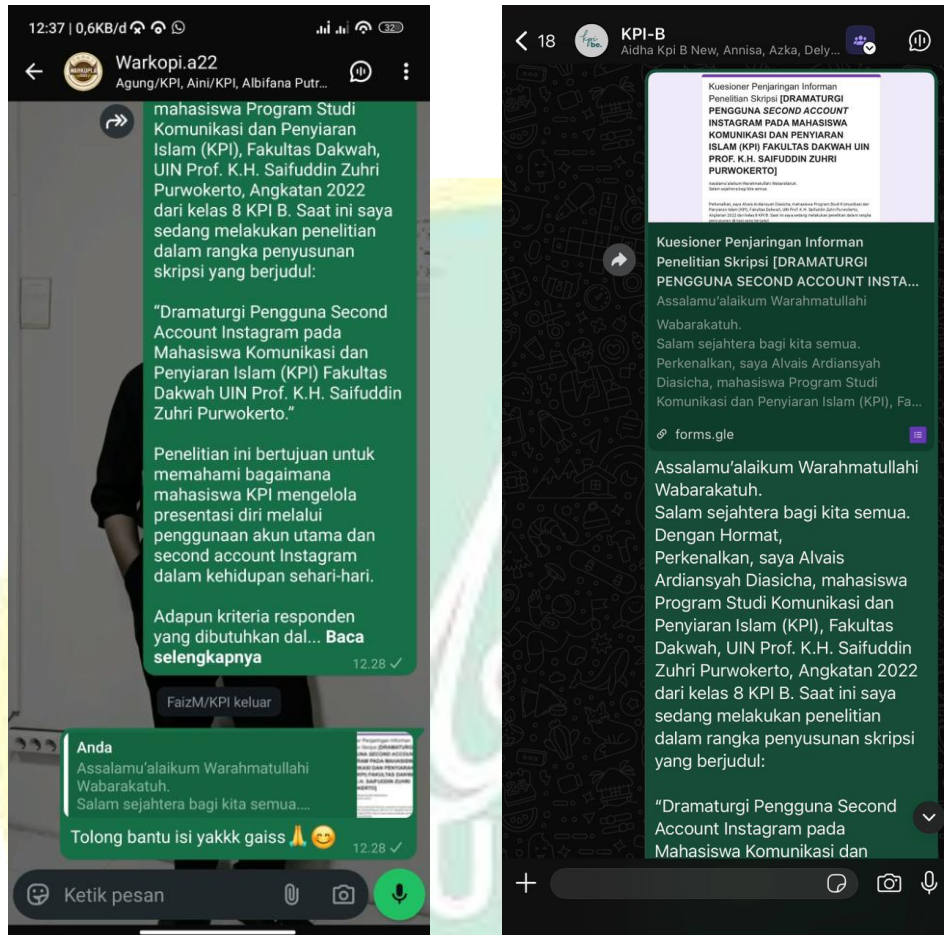
- Akhidatussolihah, Jihan, Ana Fitriana Poerana, dan Fardiah Oktariani Lubis. "Dramaturgi Media Sosial: Fenomena Penggunaan Fake Account Instagram pada Penggemar K-Pop Perempuan di Karawang." *Promedia: Public Relation dan Media Komunikasi* 7, no. 1 (2021): 108–136.
- Amelia, Citra. "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah." *Jurnal Audiens* 5, no. 4 (2024): 591–606.
- Amnah, dan St. Syahriati. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pembelajaran Lingkungan Perguruan Tinggi." *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research* 3 (2023): 4783–4790.
- Anggraini, Rahma Dini, Ardiyansyah Ardiyansyah, Siti Aminah, dan Ayu Nurkhayati. "Second Account Instagram sebagai Media Self-Disclosure di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 24, no. 2 (2024): 1104–1112.
- Azhari, Muhammad, dan Khairussalam. "Self-Presenting pada Instagram dalam Perspektif Dramaturgi di Kalangan Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat." *Huma: Jurnal Sosiologi* 4, no. 1 (2024): 118–130.
- Bilqis, Tri Dewi. "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai Self-Disclosure." *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara* 1, no. 2 (2024): 155–164.
- Dayuoman, Ida Ayu Nyoman Sutriani. "Aktualisasi Diri dan Media Sosial (Dramaturgi Kaum Milenial dalam Media Sosial TikTok)." *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya* 17, no. 2 (2022): 89–98.
- Fhauziah, Syifah, dan Laila Rohani. "Pengaruh Aktualisasi Konsep Diri dalam Self-Disclosure Gen Z terhadap Second Account pada Aplikasi Instagram di Kota Medan." *Jurnal Satwika* 8, no. 1 (2024): 1–9.
- Fransiska, Yeni, dan Muchlis. "Dramaturgi dalam Penggunaan Second Account di Media Sosial Instagram (Studi pada Paguyuban Ikatan Mahasiswa Labuhanbatu)." *Jurnal Jurnalisme* 12, no. 1 (2023): 64–74.
- Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre, 1956.

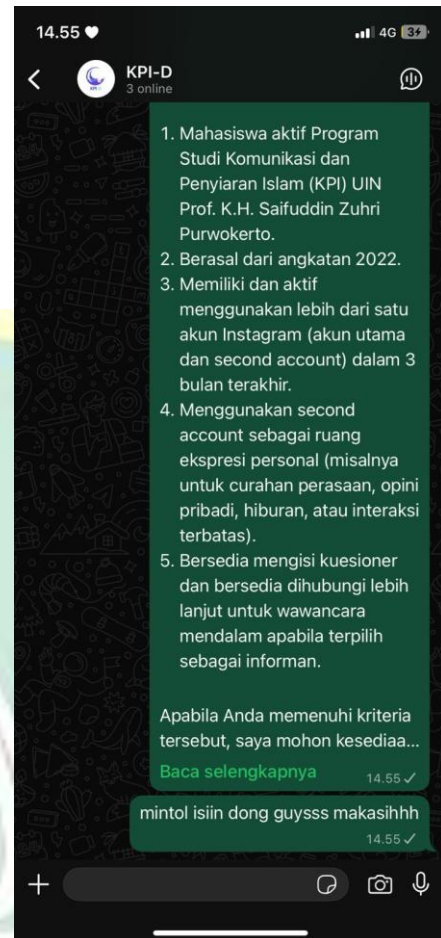
- Juliana, Irma, Nindi Laili Safitri, Muhammad Rijal Izzul Haq, dan Muhammad Ardiansyah. "Manajemen Kesan Mahasiswa dalam Media Sosial Instagram." *Journal Sains Student Research* 1, no. 2 (2023): 631–642.
- Jamus Nuswantoro, Satria. *Dramaturgi Digital Pengguna Dual Account Instagram Gen Z dalam Konteks Digital Gaze*. Skripsi, Universitas Lampung, 2025.
- Kamesywara, Dhika, dan Sofia Ningsih. "Strategi Manajemen Komunikasi dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran 'Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab'." *Jurnal Komunika* 2, no. 1 (2023): 110–118.
- Latupeirissa, Angeliq, dan Sutarto Wijono. "Self-Esteem dengan Self-Presentation pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram." *Bulletin of Counseling and Psychotherapy* 4, no. 2 (2022): 226–234.
- Made, Ni Widya Sari. "Pendidikan Karakter untuk Generasi Digital Native." *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* 9, no. 2 (2021): 518–524.
- Mariati, dan Luthfi Salim. "Instagram Dramaturgy and Social Religious Behavior of Students." *Socio Religia* 4, no. 2 (2023): 74–94.
- Mokos, Inosensius Enryco. "Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 3 (2025): 638–649.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020.
- Nabila, Annisa Salsa. *Presentasi Diri Pengguna Cyber Account di Aplikasi X: Analisis Perspektif Teori Dramaturgi Erving Goffman*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025.
- Nisya, Ghairun, Indah Islami, Fifi Hasmawati, dan Muhammad Randicha Hamandia. "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram @potret_ranau terhadap Pertumbuhan dan Perkembangan Objek Wisata Danau Ranau." *Journal of Internet and Software Engineering* 3 (2024): 1–15.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. *Teori-Teori Komunikasi: Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- Prasetya, Ayu Fitriyani. "Penggunaan Second Account Instagram bagi Self-Presentation Mahasiswa FISH UNJ." *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara* 2, no. 3 (2025): 4243–4253.

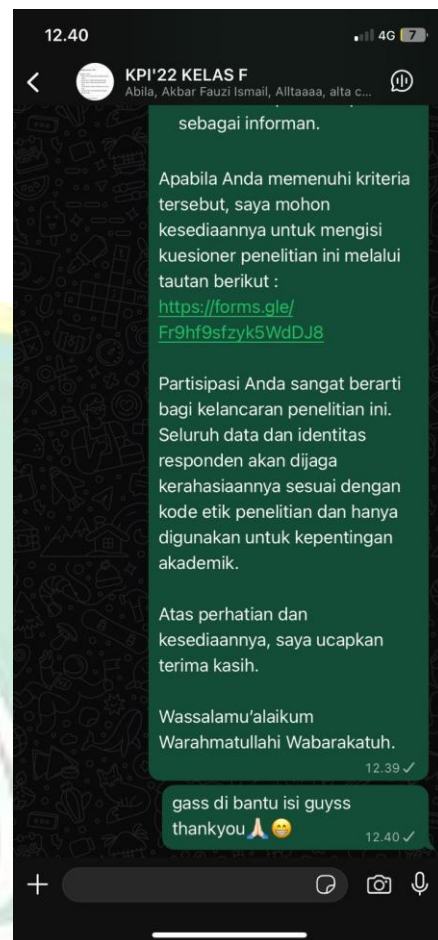
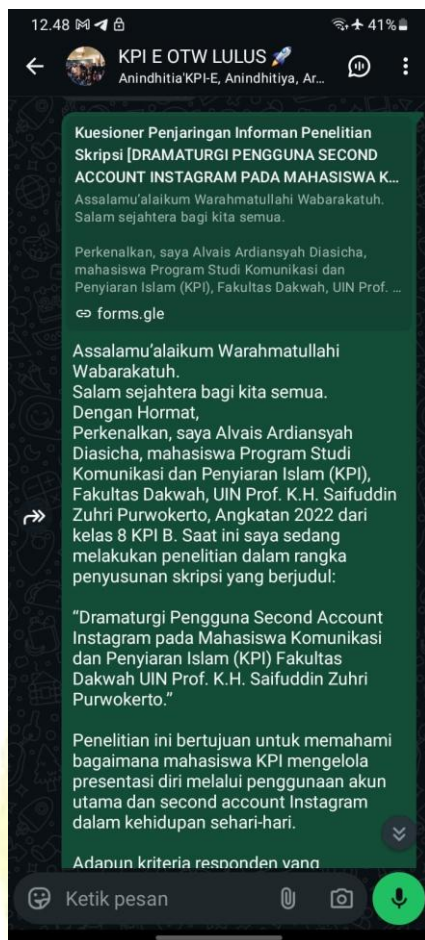
- Rahayu, Dwi Intan, Ardiansyah Ardiyansyah, Muhammad Al-Hafizh, dan Herri Novealdi. "Postingan Instagram sebagai Media Self-Disclosure Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Jambi." *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan* 6, no. 3 (2023): 289–299.
- Salsabila, Ananda Ade, dan Haerani Nur. "Representasi Diri di Sosial Media: Antara Identitas Nyata dan Identitas Virtual." *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 4, no. 4 (2025): 5601–5620.
- Saputriyan, Nur. *Motif Penggunaan Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.
- Seran, Herman Elfridus. "Dramaturgi: Presentasi Diri Ganjar Pranowo pada Media Sosial Instagram." *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 12, no. 2 (2023): 188–201.
- Sugiyono, dan Puji Lestari. *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Nasional dan Internasional)*. Edisi revisi. Bandung: Alfabeta, 2024.
- Sulistia, Dirga Ayu, dan Irma Simamora. "Perilaku Komunikasi Penggunaan Media Sosial TikTok di Kalangan Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019." *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi* 4, no. 3 (2023): 1189–1200.
- Tiara, Gian. "Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreator di Media Sosial Instagram." *Jurnal AKRAB JUARA* 6, no. 3 (2021): 14–24.
- Tim Penyusun. *Panduan Akademik UIN SAIZU Purwokerto*. Purwokerto: UIN SAIZU, 2025.
- Utami, Sabrina Rahma. "Fenomena Akun Pseudonym sebagai Alter Ego: Dramaturgi di Media Sosial Twitter." *Broadcomm: Jurnal Broadcasting Communication* 5, no. 2 (2023): 50–58.
- Yuliana, Mega, dan Indah Lestari. *Motif Penggunaan Second Account Instagram dalam Perspektif Teori Uses and Gratifications (Studi Kasus Mahasiswa Prodi KPI UIN SAIZU Purwokerto)*. Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025.
- Zulfaramadhan, Fazri. *Dramaturgi pada Media Sosial: Penggunaan Fitur Close Friends di Instagram*. Skripsi, Universitas Sriwijaya, 2023

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 *screenshot* Penyebaran Link Kuesioner







Lampiran 2 *Screenshot* Hasil Jawaban Kuesioner

The screenshot shows a Google Forms interface with the following elements:

- Navigation tabs: **Pertanyaan**, **Jawaban** (13), **Setelan**
- Summary bar: **13 jawaban**, **Lihat di Spreadsheet**, and a menu icon.
- View options: **Ringkasan** (selected), **Pertanyaan**, **Individual**
- Question title: **Nama Lengkap**
- Response count: **13 jawaban**
- Response list: A scrollable list of 13 entries, each with a greyed-out name field.

Daftar Pertanyaan Kuesioner:

1. Nama Lengkap?
2. Jenis Kelamin?
3. Program Studi?
4. Angkatan?
5. Kelas?
6. Nomor Whatsapp yang dapat dihubungi?
7. Apakah Anda aktif menggunakan Instagram?
8. Apakah Anda memiliki lebih dari satu akun Instagram (akun utama & *second account*)?
9. Bagaimana status *second account* Anda?
10. Siapa saja pengikut *second account* Anda?
11. Apa Konten yang sering Anda unggah di *second account*?
12. Apakah terdapat perbedaan cara Anda menampilkan diri antara akun utama dan *second account*?
13. Perbedaan tersebut paling terasa pada?
14. Alasan menggunakan *second account* Instagram?
15. Apakah Anda bersedia menjadi informan wawancara skripsi ini?

Link Kuesioner: <https://forms.gle/Fr9hf9sfzyk5WdDJ8>

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara Dengan Informan

Wawancara bersama informan Luna



Wawancara bersama informan Putra



Wawancara bersama informan Baim



Wawancara bersama informan Rara



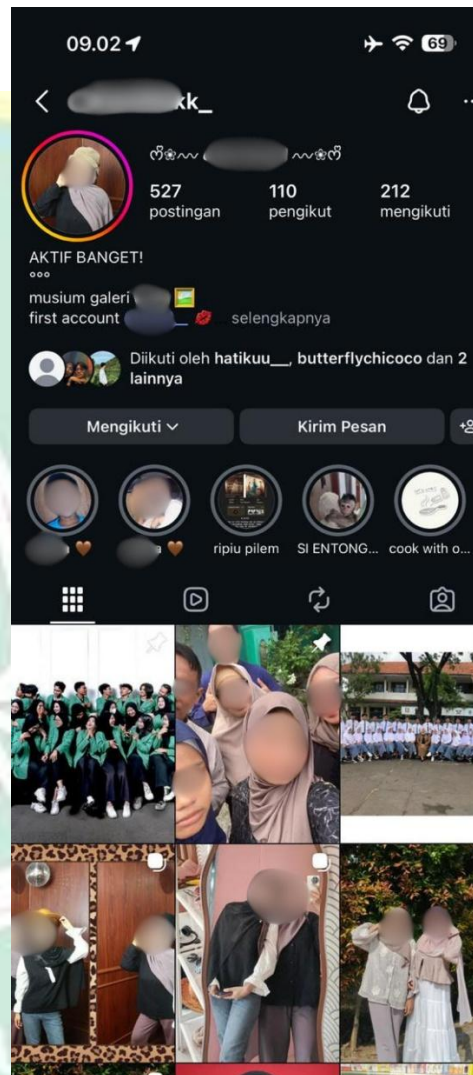
OF. K.H. SAIFUDDIN ZU

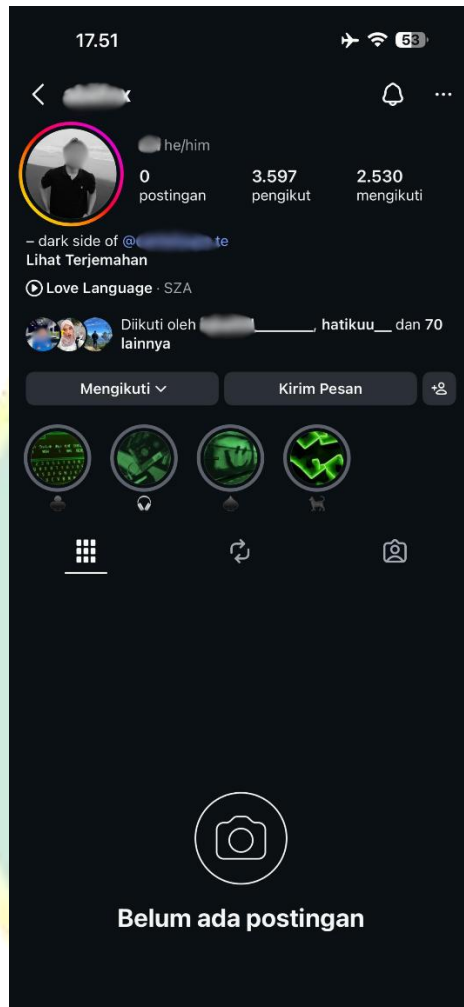
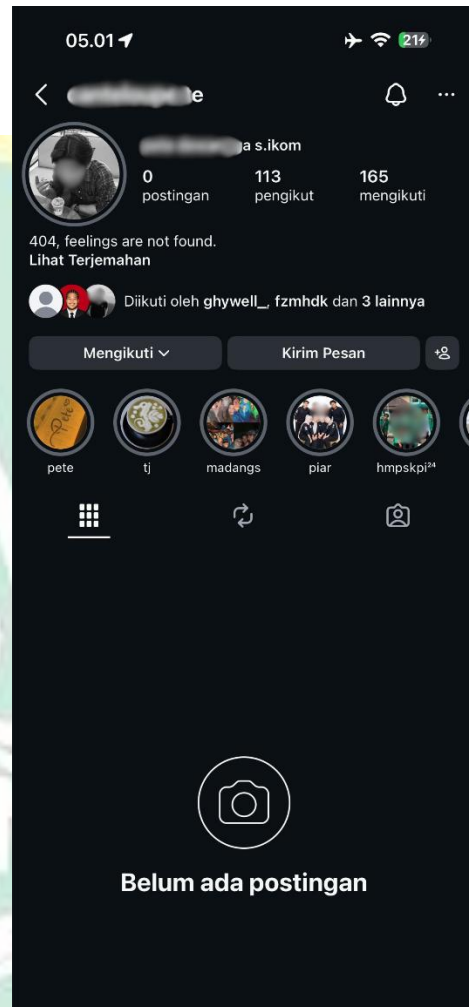
Lampiran 4 Screenshot Tampilan Akun Utama dan *Second Account* Instagram Informan

Akun utama informan Luna



Second account informan Luna

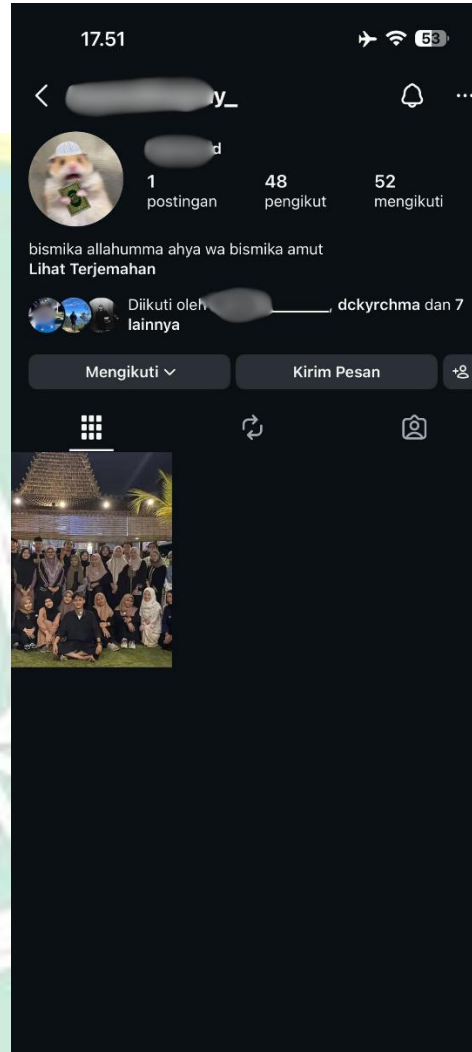


Akun utama informan Putra*Second account informan Putra*

Akun Utama informan Baim

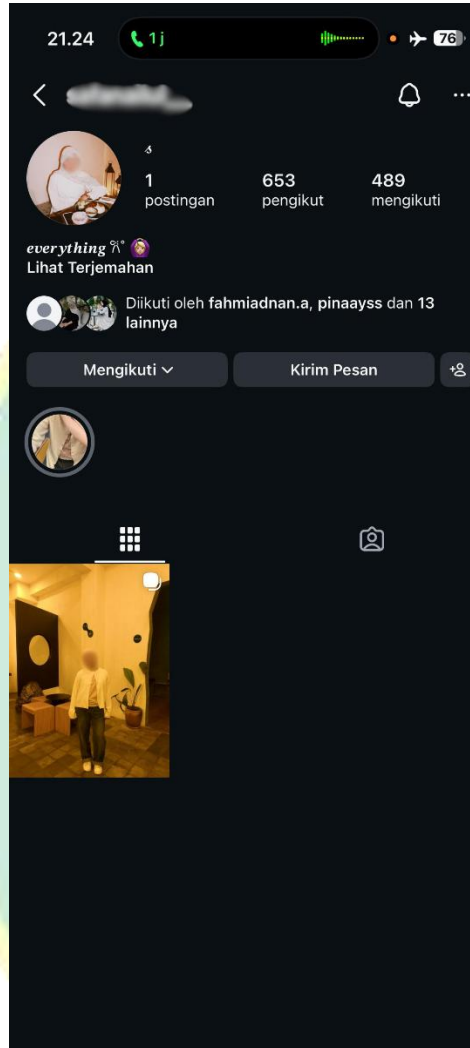


Second account informan Baim



A.H. SAIFUDDIN

Akun Utama informan Rara



Second account informan Rara



A.H. SAIFUDDIN

Lampiran 5 Screenshot Unggahan Konten Akun Utama dan *Second Account* Instagram Informan

Akun utama informan Luna



Second account informan Luna



Akun utama informan putra



Second account informan Putra



K.H. SAIFUDDIN

Akun utama informan Baim



Second account informan Baim



K.H. SAIFUDDIN

Akun utama informan Rara



Second account informan Rara



A.H. SAIFUDDIN

Lampiran 6 Pedoman Wawancara Penelitian

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

(Data Digunakan hanya untuk kepentingan akademik dan dijaga kerahasiaannya)

1. Mengapa Anda atau apa alasan anda perlu memiliki dua akun instagram? (akun utama dan *second account*?)
2. Apakah menurut anda satu akun saja sebenarnya cukup? Mengapa?
3. Apa yang tidak dapat Anda lakukan di akun utama sehingga membutuhkan *second account*?
4. Apa tujuan utama Anda menggunakan akun Instagram utama?
5. Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah di akun utama?
6. Apakah Anda mempertimbangkan citra diri atau penilaian orang lain sebelum mengunggah sesuatu? Bisa dijelaskan?
7. Apakah keberadaan dosen, keluarga, atau teman kampus mempengaruhi apa yang Anda tampilkan di akun utama?
8. Pernahkah Anda menghapus atau tidak jadi mengunggah sesuatu karena takut dinilai negative di akun utama?
9. Apa alasan utama Anda membuat *second account*?
10. Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah di *second account*?
11. Siapa yang Anda izinkan mengikuti *second account* tersebut?
12. Mengapa Anda memilih orang-orang tertentu untuk mengikuti *second account* tersebut?
13. Apakah Anda merasa lebih bebas mengekspresikan diri di *second account*? Mengapa?
14. Apakah Anda tetap memikirkan citra diri saat menggunakan *second account*, atau lebih menampilkan diri apa adanya?
15. Menurut Anda, apa perbedaan paling mencolok antara diri Anda di akun utama dan *second account*?
16. Apakah Anda merasa sedang menampilkan versi diri yang berbeda di kedua akun tersebut?

17. Bagaimana perasaan Anda saat menggunakan akun utama, dan bagaimana perasaan Anda saat menggunakan second account? Apakah ada perbedaan?
18. Apakah Anda memiliki cara atau strategi tertentu dalam mengatur konten agar sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan?
19. Bagaimana Anda mengelola audiens atau membatasi siapa saja yang dapat melihat konten tertentu?
20. Apakah penggunaan dua akun ini membantu Anda mengelola tekanan sosial atau ekspektasi lingkungan kampus?
21. Apakah penggunaan akun utama dan *second account* mempengaruhi cara Anda menampilkan diri sebagai mahasiswa KPI? Dapat dijelaskan?

Pertanyaan Untuk Profil Informan

1. Bisa diceritakan sedikit tentang diri Anda? (nama, asal, domisili, semester, aktivitas kampus/organisasi)
2. Sejak kapan Anda menggunakan Instagram?
3. Berapa akun Instagram yang Anda miliki dan apa perbedaan fungsinya?
4. Siapa saja yang mengikuti akun utama Anda?
5. Siapa saja yang mengikuti *second account* Anda?

Lampiran 7 Hasil Wawancara Dengan Para Informan

HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN LUNA

Penulis:

Bisa diceritakan sedikit tentang diri Anda, nama, asal, domisili, semester, dan aktivitas di kampus sekarang?

Informan :

Banyak banget ya. Nama Luna, domisili di daerah Pasar Manis. Asal Bekasi. Status aktif sebagai mahasiswa. Semester 8. Habis kelar PPL. Aktivitas sekarang selain kuliah, nggak ada, nggak ikut organisasi.

Penulis:

Sejak kapan Anda menggunakan Instagram?

Informan:

Sejak SMP kelas 9.

Penulis:

Berapa akun Instagram yang Anda miliki dan apa perbedaan fungsinya?

Informan:

Tiga. Yang satu Instagram untuk publik, untuk semua teman-teman yang bukan teman dekat pun follow. Yang satu *second account* untuk teman-teman dekat doang. Yang satu akun hewan.

Penulis:

Siapa saja yang mengikuti akun utama?

Informan:

Banyak sih, semua orang. Bahkan ada yang nggak kenal juga nge-follow, tapi nggak gue fallback.

Penulis:

Siapa saja Yang mengikuti *second account* anda?

Informan:

Itu teman-teman inti, teman-teman main lah. Ada teman main tapi nggak ikuti *second account* juga. Jadi ibaratnya orang-orang dekat, *Second account* keluarga enggak, khusus teman

Penulis:

Apa tujuan Anda menggunakan akun Instagram utama?

Informan:

Tujuannya buat mengekspresikan. Gue kan tim yang kalau foto harus di-posting. Jadi kalau misalnya ngebedain *second* sama *first*, kalau *first* yang cakep-cakep posting di *first*. Terus kayak kenangan sama keluarga, kalau lagi jalan-jalan pasti dibikin kenang-kenangan. Itu akun *first*, yang bagus-bagusnya lah.

Penulis:

Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah di akun utama?

Informan:

Jalan-jalan. Jadi kalau misalnya kayak kemarin contohnya ke Wonosobo, terus difoto bagus. Ke NTT juga bagus, langsung diposting. Rata-rata jalan-jalan sih.

Penulis:

Apakah Anda mempertimbangkan citra diri atau penilaian orang lain sebelum mengunggah sesuatu?

Informan:

Enggak, sama sekali. Gue tim yang bodoh amat kalau misalnya foto jelek, tapi menurut gue bagus yaudah posting aja, Yang penting bagus. Kalo aku sih Biasanya kalau mengunggah sesuatu terus cewek foto kan nggak mungkin satu, pasti banyak. Terus dipilih dulu, habis itu diedit. Kalau misalnya dari edit itu masih kurang pas, pindah ke aplikasi edit yang lain. Kalau sudah pas baru diposting.

Penulis:

Apakah keberadaan dosen, keluarga, atau teman kampus mempengaruhi apa yang Anda tampilkan di akun utama?

Informan:

Enggak, sama sekali enggak. Semua enggak. Bahkan keluarga pun teman enggak.

Penulis:

Pernahkah Anda menghapus atau tidak jadi mengunggah sesuatu karena takut dinilai?

Informan:

Pernah. Jadi kalau misalnya sudah bosan, diarsip. Walaupun postingan di *first* gue banyak, ada sekitar 13 atau 15. Tapi kalau sudah bosan atau foto tata letaknya enggak sejajar, langsung diarsip.

Penulis:

Apa alasan Anda membuat *second account*?

Informan:

Buat menumpahkan seluruh keseharian gue. Itu *real life*.

Penulis:

Konten seperti apa yang biasanya diunggah di *second account*?

Informan:

Kayak storytelling di IG story, nge-spam keseharian setiap hari. Terus nyanyi-nyanyi gue sering banget di *second account*. Dan jalan-jalan juga. Pokoknya all in, kayak nggak punya rahasia di *second account*.

Penulis:

Siapa saja yang Anda izinkan mengikuti *second account*?

Informan:

Semua teman-teman dekat, Kalau nggak kenal gue hapus.

Penulis:

Apakah Anda merasa lebih bebas mengekspresikan diri di *second account*?
Mengapa?

Informan:

Iya lebih bebas. Karena menurut gue orang-orang di *second account* nggak bakal komen. Jadi gue ngerasa orang-orang itu sudah dipercaya, mereka nggak bakal ngomentarin semua yang gue posting, baik di story maupun di feed.

Penulis:

Apakah Anda tetap memikirkan citra diri saat menggunakan *second account*?

Informan:

Enggak, apalagi *second account*. benar-benar menampilkan diri apa adanya

Penulis:

Menurut Anda, apa perbedaan paling mencolok antara diri Anda di akun utama dan *second account*?

Informan:

Kalau di *second account* ya gembel-gembel aja. Kalau di akun utama postingannya harus bagus. Bahkan kalau di *second account* nggak usah diedit, langsung masukin story. Kalau di *first* harus bagus.

Penulis:

Apakah Anda merasa menampilkan versi diri yang berbeda di kedua akun tersebut?

Informan:

Enggak. Sama aja, cuma lebih terbuka di *second account*.

Penulis:

Bagaimana perasaan Anda ketika berpindah dari akun utama ke *second account*?

Informan:

Lebih bebas sih kalau di *second account*.

Penulis:

Apakah penggunaan kedua akun ini membantu Anda mengelola tekanan sosial atau ekspektasi lingkungan kampus?

Informan:

Iya. Karena nggak mikirin penilaian orang lain. Teman-teman juga punya *second account*, jadi kita sering share *daily activity* juga.

Penulis:

Pertanyaan terakhir, apa makna keberadaan akun utama dan second akun bagi identitas Anda sebagai mahasiswa KPI?

Informan:

Kalau makna akun *first* itu karena kita mahasiswa KPI dan ada pelajaran editing dan fotografi. Jadi kita lebih mikirin kualitas foto dan editing di *first*

akun. Kalau *second account* nggak. Walaupun ada foto bagus tetap diposting, tapi nggak se-perfect yang ada di *first* akun.

HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN PUTRA

Penulis:

Bismillah kita mulai ya. Pertanyaan pertama, bisa diceritakan sedikit tentang diri Anda, mulai dari nama, asal, domisili sekarang, dan semester berapa. Kemudian aktivitas di kampus sekarang sedang apa, serta apakah mengikuti organisasi atau UKM?

Informan :

Oke, sebelumnya izin perkenalkan, nama gue Putra , biasa dipanggil Putra. Gue semester 8, prodi KPI, domisili Karangwangkal, asli dari Jakarta. Terus kalau untuk sekarang-sekarang ini kesibukannya paling ya cuma skripsian sambil kerja sih. Kalau organisasi sudah cukup kemarin di semester 7, jadi sekarang cuma itu saja, skripsi sambil kerja.

Penulis:

Sejak kapan Anda menggunakan Instagram?

Informan:

Menggunakan Instagram dari 2017.

Penulis:

Berapa akun Instagram yang Anda miliki dan apa perbedaan fungsinya?

Informan:

Ada tiga. Kalau yang pertama itu biasanya untuk *lifestyle* gitu ya. Kalau orang-orang bilang sekarang mungkin yang pertama itu bukan diri lo yang asli. Beda lagi kalau akun kedua, itu *second account* buat tempat misalnya gue misuh-misuh atau kayak tempat alay gitu lah kata anak-anak sekarang. Nah yang ketiga ini beda, biasanya buat tempat tugas-tugas. Biasanya kan ada tugas yang harus di-upload ke Instagram, nah itu gue upload di IG ketiga.

Penulis:

Siapa saja yang mengikuti akun utama Anda?

Informan:

Kalau akun utama sih random ya. Siapa saja, bahkan ada yang dari luar kota sampai luar negara, Iya, umum

Penulis:

Siapa saja yang mengikuti *second account* Anda?

Informan:

Kalau *second account* lebih ke orang-orang terdekat dan orang-orang yang gue percaya, iya Sifatnya privat gitu lah.

Penulis:

Mengapa atau apa alasan Anda perlu memiliki dua atau lebih akun Instagram, terutama akun utama dan *second account*?

Informan:

Kalau gue pribadi alasannya yang pertama mungkin untuk membedakan bagaimana caranya kita mengekspresikan diri.

Karena biasanya gue di IG pertama itu kayak jaga image banget buat upload di feed atau story. Tapi kalau di *second account* yaudah diri gue sendiri. Jadi gue upload apapun di second akun, gue lagi ngapain gue upload.

Kayak gue lagi di sini gue upload, gue lagi berak gue upload. Pokoknya second akun itu tempat gue bebas berekspresi aja sih.

Penulis:

Apakah menurut Anda satu akun Instagram sebenarnya cukup?

Informan:

Kalau menurut gue sih nggak cukup.

Penulis:

Apa yang tidak dapat Anda lakukan di akun utama sehingga membutuhkan *second account*?

Informan:

Yang nggak bisa gue lakuin di akun pertama tuh gue nggak bisa misu-misu. Terus nggak bisa live update kehidupan yang bobrok lah.

Penulis:

Apa tujuan utama Anda menggunakan akun Instagram utama Anda?

Informan:

Akun utama itu gue buat awalnya buat nyari-nyari info. Terus juga setelah beberapa tahun main Instagram, gue jadi tahu kalau Instagram kadang bisa menghasilkan duit. Gue juga pernah ikut beberapa event dan alhamdulillah pernah dapat juga. Jadi Instagram juga kadang menghasilkan uang.

Selain itu juga buat mendapatkan referensi entah hotel ataupun tempat.

Branding juga

Penulis:

Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah di akun utama?

Informan:

Kalau reels gue jarang. Kalau di feed lebih ke diri gue sendiri. Terus kalau di snapgram biasanya lebih ke view, kayak tempat atau pemandangan. Jadi gue jarang banget di snapgram upload diri sendiri.

Penulis:

Apakah Anda mempertimbangkan citra diri atau penilaian orang lain sebelum mengunggah sesuatu di akun utama?

Informan:

Iya, gue sebelum upload ke *first account* biasanya mikir-mikir dulu. Ini kalau gue upload bagus nggak ya, cakep nggak ya, alay nggak sih.

Kalau menurut gue kayak kurang, gue langsung upload ke *second account*. Jadi kalau misalnya di *first* nggak cocok, gue lari ke *second*. Jadi gue juga sempat mikir-mikir soal citra diri gue kalau upload di *first*.

Penulis:

Apakah keberadaan dosen, keluarga, atau teman kampus mempengaruhi apa yang Anda tampilkan di akun utama?

Informan:

Sebenarnya iya. Iya, sangat mempengaruhi, Soalnya ada beberapa dosen dan keluarga gue yang follow. Jadi kadang gue mikir-mikir kalau upload di sini aman nggak ya. Jadi lebih baik gue upload di *second* saja. Soalnya kalau

di *first* itu benar-benar umum. Jadi yang gue upload di *first* benar-benar yang terpilih.

Penulis:

Pernahkah Anda menghapus atau tidak jadi mengunggah sesuatu karena takut dinilai negatif di akun utama?

Informan:

Pernah banget, Sering.

Penulis:

Apa alasan utama Anda membuat second account?

Informan:

Awalnya sebenarnya FOMO. Terus setelah beberapa tahun main *second account*, lama-lama nyaman. Karena di situ tempat buat live update kehidupan sehari-hari. Kalau gue lagi jenuh atau kesal sama orang, gue obrak-abriknya di *second account*. Jadi gue bebas di situ.

Penulis:

Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah di *second account*?

Informan:

Kalau di *second account* benar-benar jauh dari yang *first*.

Di feed biasanya foto-foto bareng teman atau keluarga. Kalau di snapgram upload foto random, entah gue lagi ngapain atau teman-teman gue lagi ngapain.

Kadang juga repost reels yang nggak jelas.

Penulis:

Siapa saja yang Anda izinkan mengikuti *second account*?

Informan:

Teman dekat gue, *circle* gue terutama. Teman kampus mungkin cuma beberapa, dan teman yang gue percaya.

Penulis:

Mengapa Anda memilih orang-orang tertentu?

Informan:

Karena nggak semua orang bisa dipercaya.

Penulis:

Apakah Anda merasa lebih bebas mengekspresikan diri di *second account*?

Informan:

Bebas banget. Karena biasanya apa-apa gue upload. Daripada upload di status WhatsApp, gue lebih baik upload di *second account*. Karena rasanya ada lega tersendiri.

Penulis:

Apakah Anda tetap memikirkan citra diri saat menggunakan *second account*?

Informan:

Apa adanya sih.

Penulis:

Apa perbedaan paling mencolok antara diri Anda di akun utama dan *second account*?

Informan:

Di *first account* tampilannya lebih cool. Kalau di *second account* benar-benar bobrok banget.

Penulis:

Apakah Anda merasa menampilkan versi diri yang berbeda di kedua akun tersebut?

Informan:

Berbeda, sangat berbeda.

Penulis:

Bagaimana perasaan Anda saat menggunakan akun utama dan *second account*?

Informan:

Perbedaan signifikan nggak ada. Tapi kalau di *second account* ada rasa senang karena lebih bebas.

Penulis:

Apakah Anda memiliki strategi tertentu dalam mengatur konten agar sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan?,

Informan:

Iya, ada. Biasanya gua edit dulu kan di aplikasi edit kayak capcut, lightroom gitu, Biasanya kalo upload di *first account*. Tapi di *second* juga kadang iya

Penulis:

Bagaimana Anda mengelola audiens atau membatasi siapa saja yang dapat melihat konten tertentu?

Informan:

Kalau di *second account* gue nggak membatasi. Teman-teman *second* gue aja yang melihat.

Kalau di *first* juga sama, tapi ada fitur *close friends*.

Penulis:

Apakah penggunaan dua akun ini membantu Anda mengelola tekanan sosial atau ekspektasi lingkungan kampus?

Informan:

Membantu. Karena gue nggak ada ekspektasi lebih. Teman-teman *second* gue juga teman dekat kampus. Kadang gue juga misu-misu soal teman kelas di *second account*. Untungnya teman-teman di *second account* nggak terlalu cepu, jadi sejauh ini aman.

Penulis:

Apakah penggunaan akun utama dan *second account* mempengaruhi cara Anda menampilkan diri sebagai mahasiswa KPI?

Informan:

Iya, bisa dibilang. Kadang di *second account* gue suka share konten tentang MC atau host. Terus gue juga pernah bikin video vlog, mini vlog, *Get Ready With Me*, vlog seharian, dan kadang juga suka ngerekam suara narasi.

Penulis:

Terima kasih.

HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN BAIM

Penulis:

Untuk pertanyaan pertama. Bisa diceritakan sedikit tentang diri Anda, mulai dari nama, asal, domisili sekarang, dan sekarang semester berapa. Kemudian apakah ada aktivitas kampus atau mengikuti organisasi?

Informan:

Nama saya Baim. Saya asalnya dari Pematang Siantar. Saya domisili di Pondok Pesantren di daerah Purwokerto Utara. Saya semester 8 jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam kelas B. Sekarang masih aktif di UKM Pencak Silat periode 2025–2026 dan sebentar lagi akan habis masa jabatan saya.

Penulis:

Sejak kapan Anda menggunakan Instagram?

Informan:

Saya join Instagram sejak 2020.

Penulis:

Berapa akun Instagram yang Anda miliki dan apa saja perbedaan fungsinya?

Informan:

Sekarang saya punya dua akun Instagram.

Akun pertama itu untuk memposting story atau postingan lain yang sifatnya umum.

Kalau *second account* saya gunakan untuk mengarsipkan ketika saya bersama teman-teman ataupun ada momen-momen tertentu yang harus saya abadikan. Karena kalau disimpan di galeri itu memenuhi penyimpanan, jadi saya arsipkan di akun kedua.

Penulis:

Siapa saja yang mengikuti akun utama Anda?

Informan:

Untuk akun utama itu umum, siapapun.

Penulis:

Siapa saja yang mengikuti *Second account* anda?

Informan:

Untuk *second account* itu saya batasi hanya orang-orang terdekat saya. Kalau orang yang tidak dekat ataupun hanya sekadar kenal lalu meminta mengikuti, biasanya tidak saya terima.

Penulis:

Mengapa Anda merasa perlu memiliki dua akun Instagram, yaitu akun utama dan akun kedua?

Informan:

Alasan saya karena kalau akun utama itu saya rasa tidak bisa memposting semua kegiatan saya. Followers di akun utama kan banyak, jadi kalau saya memposting sesuatu yang kurang lumrah rasanya kurang cocok. Sedangkan di akun kedua biasanya saya memposting hal-hal random yang mungkin boleh dikatakan kurang lumrah, jadi hanya dibatasi untuk teman-teman terdekat saja.

Penulis:

Menurut Anda apakah satu akun Instagram saja sebenarnya sudah cukup?

Informan:

Menurut saya tidak cukup. Karena kalau cuma satu akun itu kurang. Walaupun kita bisa memposting semuanya di satu akun, tapi bagi saya kurang. Kita butuh dua akun untuk memposting dua kepribadian atau dua jenis story yang berbeda.

Penulis:

Apa yang tidak dapat Anda lakukan di akun utama sehingga membutuhkan *second account*?

Informan:

Saya tidak bisa spam story di akun utama. Itu seperti yang saya katakan tadi, *second account* juga buat arsip.

Penulis:

Apa tujuan utama Anda menggunakan akun Instagram utama?

Informan:

Tujuan saya adalah untuk mengenal banyak orang dan memperbanyak teman.

Penulis:

Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah di akun utama?

Informan:

Saya biasanya mengupload pemandangan langit atau hobi saya yang lain. Saya hobi menyanyi dan saya juga suka latihan bela diri atau silat. Seringnya di story. Kalau di feed saya baru memposting beberapa postingan tentang pemandangan.

Penulis:

Apakah Anda mempertimbangkan citra diri atau penilaian orang lain sebelum mengunggah sesuatu di akun utama?

Informan:

Kalau di akun utama pastinya iya. Karena followers-nya sudah banyak, jadi kalau saya posting sesuatu yang nyeleneh nanti bisa berpengaruh pada citra saya.

Penulis:

Apakah keberadaan dosen, keluarga, atau teman kampus mempengaruhi apa yang Anda tampilkan di akun utama?

Informan:

Iya, mempengaruhi.

Penulis:

Pernahkah Anda menghapus atau tidak jadi mengunggah sesuatu karena takut dinilai negatif di akun utama?

Informan:

Untuk alasan itu sejauh ini saya tidak pernah. Paling kalau saya hapus karena postingannya blur atau kurang bagus.

Penulis:

Apa alasan utama Anda menggunakan *second account*?

Informan:

Alasan utama saya adalah untuk mengarsipkan seluruh kenangan yang pernah saya alami bersama teman ataupun momen-momen tertentu.

Penulis:

Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah di *second account*?

Informan:

Kalau di *second account* biasanya random. Kadang saat main bareng teman, kadang ada momen tertentu seperti bercanda dengan teman, itu saya upload di sana dan tidak saya upload di akun utama.

Penulis:

Siapa saja yang Anda izinkan mengikuti *second account*?

Informan:

Seluruh teman-teman dekat saya yang saya anggap dekat dan saya kenal.

Penulis:

Mengapa Anda memilih orang-orang tertentu saja?

Informan:

Karena saya tidak perlu semua orang tahu tentang kehidupan saya.

Penulis:

Apakah Anda merasa lebih bebas mengekspresikan diri di *second account*?

Informan:

Saya merasa lebih bebas karena di sana saya bisa spam story dan memposting apa saja.

Penulis:

Apakah Anda tetap memikirkan citra diri saat menggunakan *second account* atau lebih menampilkan diri apa adanya?

Informan:

Saya lebih menampilkan diri apa adanya karena teman-teman dekat saya sudah tahu saya sebenarnya seperti apa.

Penulis:

Menurut Anda apa perbedaan paling mencolok antara diri Anda di akun utama dan *second account*?

Informan:

Kalau di akun utama lebih aesthetic. Tapi kalau di *second account* ya apa adanya.

Penulis:

Apakah Anda merasa menampilkan versi diri yang berbeda di kedua akun tersebut?

Informan:

Ya, saya merasa menampilkan dua kepribadian yang berbeda.

Penulis:

Bagaimana perasaan Anda saat menggunakan akun utama dan *second account*?

Informan:

Sebenarnya tidak ada perbedaan yang signifikan, tapi saya justru lebih senang dengan akun utama karena di situ branding-nya lebih aesthetic.

Penulis:

Apakah Anda memiliki cara atau strategi tertentu dalam mengatur konten agar sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan?

Informan:

Tidak ada strategi khusus. Biasanya mengalir saja. Misalnya kalau lagi main lalu melihat langit yang bagus, saya foto lalu saya upload. Kalau lagi bersama teman ya langsung saya upload saja.

Penulis:

Bagaimana Anda mengelola audiens atau membatasi siapa saja yang dapat melihat konten tertentu?

Informan:

Untuk *second account* saya batasi. Kalau ada yang mengikuti saya dan saya terima berarti dia bisa melihat story saya. akun utama tetap umum. Kalau *second account* hanya untuk pengikut saja.

Penulis:

Apakah penggunaan dua akun ini membantu Anda mengelola tekanan sosial atau ekspektasi lingkungan kampus?

Informan:

Iya membantu. Karena di salah satu akun saya bebas berekspresi, sedangkan di akun yang lain saya menahan diri agar terlihat lebih baik.

Penulis:

Apa makna keberadaan akun utama dan *second account* bagi identitas Anda sebagai mahasiswa KPI?

Informan:

Keduanya adalah platform bagi saya untuk menerima informasi dan juga memberikan informasi. Tidak ada perbedaan yang terlalu besar, mungkin yang berbeda hanya jenis konten yang muncul di masing-masing akun. Di satu akun biasanya muncul video-video lucu, sedangkan di akun yang lain biasanya muncul kata-kata atau siraman rohani. Instagram sangat membantu saya mengelola kepribadian sebagai mahasiswa KPI sih.

Penulis:

Terima kasih Bain.



HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN RARA

Penulis:

Baik, kita mulai. Pertanyaan pertama, bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda, mulai dari nama, asal, domisili sekarang, semester berapa, dan apakah ada aktivitas kampus atau mengikuti organisasi?

Informan:

Nama aku Rara. Sekarang semester 8. Asalnya dari Pemalang. Untuk domisili sekarang juga masih di Pemalang. Kalau aktivitas kampus sekarang sudah tidak ada kuliah, paling hanya bimbingan skripsi saja.

Penulis:

Sejak kapan Anda menggunakan Instagram?

Informan:

Sejak SMP, Aktifnya mulai kelas 9.

Penulis:

Berapa akun Instagram yang Anda miliki dan apa perbedaannya?

Informan:

Sebenarnya ada 4 akun, tapi yang aktif ada 3. Yang pertama itu akun utama atau *first account*, biasanya untuk membangun image. Yang kedua itu untuk gabut-gabut saja. Kalau ada sesuatu yang ingin saya posting tapi terasa alay kalau di akun utama, biasanya saya masukkan ke akun kedua. Jadi dari curhatan sampai hal-hal random ada di sana. Kalau akun yang ketiga biasanya untuk kepo-kepo orang, untuk follow orang lain saja.

Penulis:

Siapa saja yang mengikuti akun utama Anda?

Informan:

Umum, untuk semua orang.

Penulis:

Siapa saja yang mengikuti *second account* Anda?

Informan:

Teman-teman dekat saja. Tidak ada keluarga atau dosen, paling hanya sepupu saja.

Penulis:

Mengapa Anda merasa perlu memiliki lebih dari satu akun Instagram?

Informan:

Untuk kesenangan pribadi sih. Karena kalau di *first account* itu kan tidak mungkin posting yang terlalu random atau alay. Jadi biasanya kalau di *second account* saya cerita keseharian atau upload video random. Kalau di *first account* paling hanya foto-foto estetik saja.

Penulis:

Menurut Anda apakah satu akun Instagram saja sebenarnya sudah cukup?

Informan:

Tidak cukup. Karena saya tidak ingin akun *first* saya terlihat berantakan. Misalnya ada video jedag-jedug atau postingan yang terlalu random. Saya ingin yang di *first account* itu hanya yang bagus-bagus saja. Soalnya biasanya kalau kenalan dengan orang baru mereka akan melihat Instagram dulu, jadi orang bisa menilai dari situ.

Saya ingin yang di *first account* itu hanya yang bagus-bagus saja. Soalnya biasanya kalau kenalan dengan orang baru mereka akan melihat Instagram dulu, jadi orang bisa menilai dari situ.

Penulis:

Apa yang tidak dapat Anda lakukan di akun utama sehingga membutuhkan *second account*?

Informan:

Di akun utama saya tidak merasa bebas. Karena ada keluarga yang mengikuti juga. Jadi kalau misalnya saya masih main sampai malam atau ke mana, saya tidak berani posting di akun utama. Kalau di *second account* kan hanya teman-teman dekat, jadi tidak masalah.

Penulis:

Apa tujuan utama Anda menggunakan akun Instagram utama?

Informan:

Untuk membangun image. Karena biasanya kalau kenalan dengan orang baru yang diberikan itu akun Instagram utama, bukan *second account*.

Penulis:

Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah di akun utama?

Informan:

Biasanya foto-foto estetik. Kadang juga foto saat naik gunung.

Penulis:

Apakah Anda mempertimbangkan citra diri atau penilaian orang lain sebelum mengunggah sesuatu di akun utama?

Informan:

Iya. Karena saya orangnya mudah overthinking. Misalnya saya upload sesuatu lalu takut ada yang berkomentar negatif atau bilang postingannya alay.

Penulis:

Apakah keberadaan dosen, keluarga, atau teman kampus mempengaruhi apa yang Anda tampilkan di akun utama?

Informan:

Iya, mempengaruhi. Karena takut salah posting dan nanti dilihat keluarga atau orang lain.

Penulis:

Pernahkah Anda menghapus atau tidak jadi mengunggah sesuatu karena takut dinilai negatif?

Informan:

Sering. Misalnya foto jalan-jalan. Takut nanti ada yang komentar kenapa jalan-jalan terus.

Penulis:

Apa alasan utama Anda membuat *second account*?

Informan:

Untuk kesenangan pribadi.

Penulis:

Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah di *second account*?

Informan:

Banyak. Ada video jedag-jedug, kegiatan sehari-hari, dan postingan random lainnya.

Penulis:

Siapa saja yang Anda izinkan mengikuti *second account*?

Informan:

Teman-teman dekat saja, seperti teman kampus, teman rumah, atau teman SMA.

Penulis:

Mengapa Anda memilih orang-orang tertentu untuk mengikuti *second account* tersebut?

Informan:

Karena menurut saya mereka orang yang bisa dipercaya.

Penulis:

Apakah Anda merasa lebih bebas mengekspresikan diri di *second account*?

Informan:

Iya, bebas sekali. Karena di *second account* saya tidak takut di-judge orang. Teman-teman di *second account* juga biasanya posting hal yang random seperti saya.

Penulis:

Apakah Anda tetap memikirkan citra diri saat menggunakan *second account*?

Informan:

Tidak, saya lebih menampilkan diri apa adanya.

Penulis:

Menurut Anda apa perbedaan paling mencolok antara akun utama dan *second account*?

Informan:

Kalau akun utama saya tata dengan rapi dan bagus. Kalau *second account* isinya random dan alay.

Penulis:

Apakah Anda merasa menampilkan versi diri yang berbeda di kedua akun tersebut?

Informan:

Iya, sangat berbeda. Kalau di akun utama saya tidak menampilkan sisi alay. Kalau di *second account* justru alay sekali.

Penulis:

Bagaimana perasaan Anda saat menggunakan akun utama dan *second account*? Apakah ada perbedaan?

Informan:

Ada. Kalau di akun utama rasanya tidak bebas. Kalau di *second account* lebih bebas karena bisa upload apa saja tanpa takut di-judge.

Penulis:

Apakah Anda memiliki strategi tertentu dalam mengatur konten agar sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan?

Informan:

Tidak ada strategi khusus. Paling kalau di akun utama biasanya diedit dulu atau memilih lagu yang cocok sama videonya.

Penulis:

Bagaimana Anda mengelola audiens atau membatasi siapa yang dapat melihat konten tertentu?

Informan:

Paling ada yang saya hide saja.

Penulis:

Apakah penggunaan dua akun ini membantu Anda mengelola tekanan sosial atau ekspektasi lingkungan kampus?

Informan:

Tidak. Karena saya tidak terlalu peduli dengan omongan orang di kampus.

Penulis:

Apakah penggunaan akun utama dan *second account* mempengaruhi cara Anda menampilkan diri sebagai mahasiswa KPI?

Informan:

Tidak, Karena apa yang saya lakukan di Instagram tidak ada hubungannya dengan KPI.

Penulis:

Terima kasih.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Alvais Ardiansyah Diasicha
Tempat/Tanggal Lahir : Cilacap, 10 November 2003
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Pekerjaan : Mahasiswa
Status Perkawinan : Belum Kawin
Alamat : Desa Widarapayung Wetan, Rt. 06/Rw. 02, Kec.
Binangun, Kab. Cilacap, Jawa Tengah
E-mail : 224110102043@mhs.uinsaizu.ac.id
Riwayat Pendidikan :

1. TK PKK Widarapayung Wetan
2. SD Negeri 03 Widarapayung Wetan
3. MTS Al-Kholidiyyah Binangun
4. SMA Negeri 1 Binangun, Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial

Pengalaman Organisasi:

1. HMPS KPI Periode 2024-2025

Purwokerto, 14 April 2026



Alvais Ardiansyah Diasicha

NIM.224110102043