

PENGUNAAN *MULTIPLE ACCOUNT* DI INSTAGRAM TERHADAP MANAJEMEN *SELF DISCLOSUR*

¹Kaila Natania, ²Hudi Santoso, ³Leonard Dharmawan

IPB University

Email: nataniakaila31@gmail.com

Abstract : *This study examines the influence of multiple Instagram account usage on self-disclosure management among Generation Z. A quantitative approach was employed by distributing questionnaires to 67 respondents who actively use more than one Instagram account. Data were analyzed using descriptive statistics, linearity tests, and simple linear regression to assess the relationship and effect between variables. The findings show a strong and significant relationship between multiple-account usage and self-disclosure management. Higher usage intensity is associated with better regulation of personal information shared in both public and private digital spaces. These results reinforce the Uses and Gratifications Theory and Goffman's Dramaturgy, suggesting that separating main and secondary accounts is a conscious strategy to fulfill needs related to self-expression, social interaction, and digital identity management. This study contributes to understanding how multiple-account features play a role in privacy management and self-disclosure practices on social media.*

Keyword: *social media, digital identity, privacy, user behavior, online communication*

Submit:

Review:

Publish:

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh penggunaan *multiple account* di Instagram terhadap manajemen *self-disclosure* pada pengguna Generasi Z. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 67 responden yang memiliki lebih dari satu akun Instagram. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji linearitas, dan regresi linier sederhana untuk melihat hubungan dan pengaruh antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara penggunaan *multiple account* dan kemampuan mengelola keterbukaan diri. Semakin sering individu menggunakan akun ganda, semakin baik mereka dalam menyesuaikan informasi pribadi yang ditampilkan pada ruang publik maupun ruang privat. Temuan ini memperkuat teori *Uses and Gratifications* dan dramaturgi yang menjelaskan bahwa pemisahan akun utama dan akun kedua merupakan strategi sadar dalam memenuhi kebutuhan ekspresi diri, interaksi sosial, serta pengaturan identitas digital. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai bagaimana fitur *multiple account* berperan dalam pengelolaan privasi dan self-disclosure di media sosial.

Kata Kunci: Media sosial, identitas digital, privasi, perilaku pengguna, komunikasi daring

Citation :

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah memberikan dampak signifikan terhadap cara individu menampilkan diri serta membangun identitas digital. Generasi Z yang tumbuh dalam budaya serba digital memanfaatkan fitur *multiple account* untuk mengelola identitas di ruang daring. Akun utama umumnya digunakan untuk membangun citra diri atau *personal branding*, sedangkan akun kedua menjadi ruang ekspresi yang lebih personal, bebas, dan minim tekanan sosial. Menurut Akhmad, At, dan Muhammad (2024), penggunaan akun kedua mencerminkan strategi manajemen kesan yang disengaja untuk membedakan *persona* publik dengan ekspresi diri yang lebih autentik, sehingga individu dapat menavigasi batas antara privasi, audiens, dan keaslian diri.

Dalam kerangka *Uses and Gratifications Theory*, kepemilikan *multiple account* merupakan strategi aktif individu untuk memenuhi kebutuhan psikologis maupun sosial, mulai dari pencarian informasi, identitas, interaksi, hingga hiburan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z secara sadar mengelompokkan akun Instagram menjadi personal, privat, dan profesional masing-masing dengan tingkat keterbukaan diri yang berbeda. Alamsyah, Ardelisma, dan Nugraha (2025) menemukan bahwa akun kedua berfungsi sebagai ruang privat yang memungkinkan ekspresi diri yang lebih autentik, membatasi audiens, serta mengatur batas antara identitas pribadi dan sosial.

Sejalan dengan itu, literatur terdahulu banyak membahas motif penggunaan akun kedua dan cara Generasi Z memanfaatkan ruang digital untuk ekspresi diri. Bilqis, Alfiani, Gayatri, dan Cuhandi (2024) menunjukkan bahwa *second account* berfungsi sebagai ruang *self-disclosure* yang selaras dengan konsep *dramaturgi digital*, di mana pengguna membangun “ruang belakang” untuk mengekspresikan diri secara bebas. Winduwati dan Irena (2024) juga menegaskan bahwa *multiple account* digunakan untuk memisahkan ranah *front stage* dan *back stage*. Temuan lain dari Pramesti dan Dewi (2022) serta Rahmad, Mau, & Akbar (2025) memperlihatkan bahwa keterbukaan diri di media sosial sangat dipengaruhi oleh anonimitas, ruang privat, dan tekanan sosial yang berbeda antara akun utama dan akun kedua.

Namun demikian, kajian terdahulu masih didominasi oleh pembahasan mengenai motif penggunaan akun kedua atau perilaku ekspresif Generasi Z secara kualitatif. Belum banyak studi yang secara komprehensif mengaitkan penggunaan *multiple account* dengan manajemen *self-disclosure* berdasarkan kerangka *dramaturgi* sekaligus motivasi gratifikasi. Keterbatasan ini menunjukkan adanya ruang kebaruan ilmiah dalam menjelaskan bagaimana penggunaan beberapa akun Instagram dapat memengaruhi pola pengelolaan keterbukaan diri yang terbagi ke dalam ranah *front stage* dan *back stage*.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan ilmiah berupa analisis terpadu antara *Uses and Gratifications Theory* dan teori

dramaturgi Erving Goffman dalam memahami praktik *multiple account*. Penelitian ini mengkaji bagaimana motivasi penggunaan *multiple account* meliputi pencarian informasi, pencarian status, interaksi sosial, dan hiburan dapat berkaitan dengan strategi *self-disclosure* yang dibedakan antara wilayah *front stage* dan *back stage*.

Bertolak dari latar belakang dan kajian penelitian sebelumnya, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: (1) Bagaimana gambaran penggunaan *multiple account* di Instagram berdasarkan motivasi gratifikasi yaitu pencarian informasi, pencarian status, interaksi sosial, dan hiburan? (2) Apakah terdapat pengaruh penggunaan *multiple account* terhadap pengelolaan *self-disclosure* pada ranah *front stage* dan *back stage*?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) mendeskripsikan penggunaan *multiple account* di Instagram berdasarkan motivasi gratifikasi, serta (2) menganalisis pengaruh penggunaan *multiple account* terhadap manajemen *self-disclosure*.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional (asosiatif). Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk menghasilkan gambaran terukur, sistematis, dan objektif mengenai fenomena penggunaan *multiple account* di Instagram serta keterkaitannya dengan manajemen *self-disclosure*. Park (2020) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif berlandaskan paradigma positivisme yang menekankan pengujian teori melalui pengukuran numerik serta analisis statistik. Pendekatan korelasional dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antara variabel bebas, yaitu penggunaan *multiple account* (X), dan variabel terikat, yaitu manajemen *self-disclosure* (Y). Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini berupaya menjawab apakah penggunaan lebih dari satu akun Instagram berpengaruh terhadap cara mahasiswa mengelola keterbukaan diri mereka di media sosial.

Penelitian dilakukan terhadap individu yang mengoperasikan lebih dari satu akun pada platform Instagram. Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa pengguna Instagram dengan *multiple account* merupakan kelompok yang aktif dalam aktivitas media sosial serta sering mengelola beberapa akun untuk tujuan berbeda. Instrumen penelitian didistribusikan melalui fitur Instagram seperti *story*, *direct message*, dan tautan yang dibagikan pada profil pengguna. Metode ini dipilih untuk memudahkan peneliti menjangkau responden secara langsung sekaligus mengoptimalkan proses distribusi dan pengumpulan data. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, mulai September 2025 hingga November 2025, mencakup tahap persiapan, penyusunan instrumen, uji coba instrumen, penyebaran kuesioner daring melalui Google Form, pengumpulan data, hingga analisis serta penarikan kesimpulan.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian disusun dengan skala Likert lima kategori, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju,” untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan. Kuesioner terdiri dari tiga bagian, yaitu identitas responden, indikator variabel penggunaan *multiple account*, dan indikator variabel manajemen *self-disclosure*. Pada variabel penggunaan *multiple account*, indikator yang diukur meliputi pencarian informasi, pencarian status, kebutuhan bersosialisasi, dan hiburan. Sementara itu, variabel manajemen *self-disclosure* diukur berdasarkan konsep dramaturgi Goffman yang mencakup dua dimensi, yaitu *front stage* dan *back stage*. Instrumen yang telah disusun terlebih dahulu melalui tahap uji coba untuk menilai validitas dan reliabilitas, sehingga data yang diperoleh dapat dianggap akurat dan layak dianalisis.

Subjek penelitian terdiri atas pengguna Instagram yang memiliki lebih dari satu akun. Pemilihan subjek dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa kelompok ini cenderung memanfaatkan akun ganda untuk berbagai tujuan seperti pencarian informasi, pencarian status, interaksi sosial, dan hiburan, sehingga relevan dengan fokus penelitian. Karena rumus Lemeshow (1997), yaitu:

$$n = \frac{1,64^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,1^2} = \frac{2,6896 \times 0,25}{0,01} = \frac{0,6724}{0,01} = 67,24$$

Rumus ini umum digunakan untuk penelitian dengan populasi tidak diketahui atau sangat besar, terutama pada riset media sosial yang bersifat dinamis. Creswell & Creswell (2020) menegaskan bahwa penelitian dengan populasi luas membutuhkan metode estimasi proporsi untuk memperoleh ukuran sampel yang representatif. Sekaran & Bougie (2020) menjelaskan bahwa ketika populasi tidak terdefinisi secara spesifik, penggunaan rumus statistik menjadi langkah penting untuk memastikan kualitas data. Selain itu, Neuman (2022) menekankan bahwa penelitian perilaku digital memerlukan teknik penentuan sampel yang mempertimbangkan ketidakpastian ukuran populasi dan perubahan perilaku pengguna.

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel minimal 67 responden. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih responden, yaitu mahasiswa pengguna Instagram yang memiliki lebih dari satu akun dan bersedia mengisi kuesioner.

Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), yang dipilih karena kemampuannya dalam mengolah data kuantitatif secara sistematis dan akurat. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji korelasi Pearson, dan

analisis regresi linier sederhana. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban mereka. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan kriteria signifikansi $< 0,05$. Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan batas minimal 0,70. Uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria signifikansi $> 0,05$. Uji korelasi Pearson digunakan untuk menilai arah dan kekuatan hubungan antara variabel X dan Y. Analisis regresi linier sederhana diterapkan untuk mengidentifikasi besarnya pengaruh penggunaan *multiple account* terhadap manajemen *self-disclosure*, dengan pengujian signifikansi melalui uji t pada taraf signifikansi $< 0,05$. Melalui tahapan analisis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai pengaruh penggunaan *multiple account* di Instagram terhadap pengelolaan *self-disclosure*.

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kuesioner daring yang disebarakan melalui Google Form, laptop sebagai perangkat utama pengolahan data, serta perangkat lunak statistik seperti SPSS dan Microsoft Excel. Bahan penelitian terdiri dari data responden yang diperoleh melalui kuesioner dan referensi ilmiah berupa jurnal atau literatur metodologi yang relevan dengan topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan temuan penelitian terkait bagaimana penggunaan *multiple account* di Instagram berdampak pada pengelolaan *self-disclosure*. Data penelitian dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 67 responden, yang semuanya adalah pengguna Instagram aktif yang memiliki lebih dari satu akun (*multiple account*). Informasi yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS melalui beberapa tahap, termasuk statistik deskriptif, uji linearitas, dan regresi linier sederhana untuk menilai hubungan serta pengaruh antar variabel penelitian.

Pemilihan responden yang mengelola beberapa akun Instagram dilakukan dengan pertimbangan bahwa pengguna *multiple account* biasanya menggunakan setiap akunnya untuk tujuan yang berbeda, seperti mengekspresikan diri, berinteraksi secara sosial, serta menjaga privasi. Kondisi ini dianggap relevan dengan fokus penelitian karena mencerminkan bagaimana individu mengelola identitas dan keterbukaan diri di media sosial (*self-disclosure management*).

Analisis data pada bab ini disusun secara sistematis untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antara kedua variabel. Bagian pertama menyajikan hasil analisis deskriptif yang menggambarkan kondisi umum masing-masing variabel penelitian, yaitu *multiple account di Instagram* (X) dan *manajemen self-disclosure* (Y). Tahap berikutnya meliputi uji linearitas untuk memastikan kesesuaian model hubungan antarvariabel, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier sederhana untuk menilai

besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Setiap temuan dari pengujian disertai dengan pembahasan yang menghubungkan hasil empiris tersebut dengan landasan teori serta temuan penelitian sebelumnya yang relevan.

Tabel 1. Uji Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	67	26.00	60.00	49.2836	7.50314
Y	67	10.00	30.00	23.2836	4.87046
Valid N (listwise)	67				

Berdasarkan Tabel 1. variabel *Multiple Account* di Instagram (X) memiliki rata-rata (mean) sebesar 49,28 dengan simpangan baku 7,50. Nilai simpangan baku yang relatif tinggi ini mengindikasikan adanya variasi dalam tingkat penggunaan *multiple account* di antara para responden. Artinya, sebagian individu tampak lebih aktif dalam mengelola lebih dari satu akun Instagram, sedangkan yang lain menunjukkan tingkat penggunaan yang lebih rendah.

Variabel *Manajemen Self-Disclosure* (Y) memiliki rata-rata sebesar 23,28 dengan simpangan baku 4,87. Nilai simpangan baku yang lebih rendah dibandingkan variabel X menunjukkan bahwa data pada variabel ini cenderung lebih homogen. Dengan demikian, sebagian besar responden memiliki pola pengelolaan keterbukaan diri yang relatif seimbang, yakni berada pada tingkat sedang hingga tinggi dalam mengatur informasi pribadi yang dibagikan di media sosial.

Tabel 2. Anova for Linearity

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	1328.033	22	60.365	11.180	<.001
		Linearity	1205.736	1	1205.736	223.305	<.001
		Deviation from Linearity	122.298	21	5.824	1.079	.403
	Within Groups		237.579	44	5.400		
Total			1565.612	66			

Berdasarkan Tabel 2. analisis ANOVA mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel *Multiple Account* di Instagram (X) dan *Manajemen Self-Disclosure* (Y) memperoleh $F = 11,180$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Tingkat probabilitas di bawah 0,05 menunjukkan adanya hubungan bermakna antara kedua variabel. Hal ini berarti, perbedaan tingkat penggunaan *multiple account* di kalangan responden berpengaruh terhadap variasi dalam kemampuan mereka mengelola keterbukaan diri di media sosial.

Hasil uji linearitas mencatat nilai F sebesar 223,305 dengan $\text{Sig.} < 0,001$, mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel X dan Y bersifat linear. Dengan kata lain, peningkatan pada penggunaan *multiple account*

cenderung diikuti dengan peningkatan kemampuan manajemen *self disclosure* secara searah.

Hasil pengujian *Deviation from Linearity* mencatat nilai F sebesar 1,079 dengan Sig. = 0,403, lebih tinggi dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan tidak adanya penyimpangan yang bermakna dari linearitas, sehingga model hubungan yang diterapkan dalam penelitian ini dapat dianggap linear dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Dengan kata lain, semakin sering individu menggunakan *multiple account*, semakin terampil mereka dalam mengelola dan menyesuaikan tingkat keterbukaan diri di media sosial.

Tabel 3. Model Summary

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.878 ^a	.770	.767	2.35299	.770	217.777	1	65	<.001

a. Predictors: (Constant), X

Merujuk pada Tabel 3. analisis regresi linier sederhana memperlihatkan bahwa koefisien korelasi (R) mencapai 0,878, menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan searah antara variabel *Multiple Account* di Instagram (X) dan *Manajemen Self-Disclosure* (Y).

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,770 mengindikasikan bahwa 77% variasi dalam pengelolaan *self-disclosure* dapat dijelaskan oleh penggunaan *multiple account* di Instagram, sementara 23% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model penelitian ini.

Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,767 menunjukkan hasil yang hampir serupa, menandakan bahwa model yang digunakan bersifat stabil dan andal. Selain itu, nilai *F Change* sebesar 217,777 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001 semakin menegaskan bahwa model regresi yang diterapkan signifikan secara statistik. Dengan kata lain, variabel *Multiple Account* di Instagram memiliki pengaruh yang bermakna terhadap *Manajemen Self-Disclosure*.

Kesimpulannya, semakin sering individu menggunakan *multiple account* di Instagram, semakin meningkat pula kemampuan mereka dalam mengatur dan menyesuaikan tingkat keterbukaan diri di media sosial.

Tabel 4. Anova Table

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1205.736	1	1205.736	217.777	<.001 ^b
	Residual	359.876	65	5.537		
	Total	1565.612	66			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Merujuk pada Tabel 4.4, hasil analisis ANOVA memperlihatkan bahwa nilai F hitung tercatat sebesar 217,777 dengan taraf signifikansi (Sig.) < 0,001. Karena nilai tersebut berada di bawah batas 0,05, dapat diartikan bahwa model regresi yang diterapkan memiliki signifikansi secara statistik. Dengan demikian, variabel penggunaan *Multiple Account* di Instagram (X) secara simultan memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel Manajemen *Self Disclosure* (Y).

Temuan ini turut mempertegas hasil pada bagian Model Summary sebelumnya, yang mengindikasikan bahwa keterkaitan antara kedua variabel memiliki arah hubungan yang positif dan tingkat kekuatan yang tinggi. Oleh karena itu, model regresi yang dirancang dalam penelitian ini dianggap memadai serta dapat digunakan untuk memperkirakan pengaruh penggunaan *multiple account* terhadap kemampuan manajemen *self-disclosure* pada para responden.

Secara konseptual, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin sering seseorang menggunakan beberapa akun di Instagram, semakin baik pula kemampuannya dalam mengatur serta menyesuaikan tingkat keterbukaan diri saat berinteraksi di media sosial.

Tabel 5. Coefficient Table

Model	Coefficients ^a					Correlations		
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1								
	(Constant)	-4.791	1.924		-2.490	.015		
	X	.570	.039	.878	14.757	<.001	.878	.878

a. Dependent Variable: Y

Merujuk pada Tabel 4.5, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar -4,791 serta nilai koefisien regresi (b) untuk variabel *Multiple Account* di Instagram (X) sebesar 0,570, dengan tingkat signifikansi (Sig.) < 0,001. Karena tingkat signifikansi tersebut berada di bawah 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel *Multiple Account* di Instagram memiliki pengaruh yang bermakna terhadap variabel Manajemen *Self Disclosure*.

Nilai koefisien regresi yang bernilai positif menandakan bahwa hubungan antara kedua variabel bergerak ke arah yang sama. Dengan kata lain, peningkatan intensitas penggunaan *multiple account* akan diikuti oleh peningkatan kemampuan individu dalam mengatur keterbukaan diri mereka di

$$Y = -4,791 + 0,570 X$$

platform media sosial. Persamaan regresi yang dihasilkan dari analisis ini adalah sebagai berikut:

Persamaan tersebut dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu satuan skor pada variabel *Multiple Account* di Instagram (X) akan meningkatkan skor Manajemen *Self Disclosure* (Y) sebesar 0,570 satuan.

Selain itu, nilai t hitung sebesar 14,757 dengan Sig. < 0,001 juga memperkuat bahwa pengaruh variabel X terhadap Y sangat signifikan. Nilai Beta standar (0,878) menunjukkan besarnya kontribusi variabel X dalam menjelaskan variabel Y secara relatif tinggi.

Hasil penelitian ini searah dengan konteks dalam Uses and Gratifications (U&G) yang menggambarkan bahwa individu memanfaatkan fitur *multiple account* sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan psikologis dan sosial tertentu. Setiap akun memiliki fungsi dan gratifikasi yang berbeda, di akun utama biasanya digunakan untuk kebutuhan pencitraan diri, membangun reputasi sosial, atau menjaga hubungan profesional (*status seeking* dan *social interaction*), sedangkan akun kedua digunakan untuk tujuan hiburan, ekspresi diri yang lebih jujur, serta tempat berbagi hal personal tanpa tekanan sosial. Dengan demikian, kepemilikan lebih dari satu akun menjadi strategi aktif pengguna dalam mencari kepuasan dan kenyamanan berinteraksi di media sosial.

Ditinjau melalui Teori Dramaturgi Erving Goffman, hasil penelitian ini memperlihatkan bagaimana pengguna *multiple account* memainkan “peran” yang berbeda di tiap akun layaknya aktor di atas panggung. Akun utama dapat dipandang sebagai *front stage* yaitu ruang di mana individu menampilkan citra diri yang ideal dan terkendali untuk publik luas, sedangkan akun tambahan berfungsi sebagai *back stage*, tempat individu dapat menunjukkan sisi diri yang lebih pribadi, jujur, dan bebas dari tuntutan sosial. Melalui pengelolaan peran tersebut, pengguna dapat mengatur sejauh mana mereka ingin menampilkan atau menyembunyikan aspek tertentu dari diri mereka di hadapan audiens yang berbeda.

Kaitannya dengan manajemen *self-disclosure*, hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori *self-disclosure* dalam konteks media sosial yang menekankan pentingnya kontrol terhadap informasi pribadi yang dibagikan secara daring. Penggunaan *multiple account* memungkinkan pengguna untuk menetapkan batasan privasi yang lebih jelas. Dengan memiliki ruang yang terpisah, individu dapat memilih konten apa yang layak dibagikan kepada publik, serta mana yang hanya ingin dibagikan kepada lingkaran yang lebih dekat. Hal ini menunjukkan adanya kemampuan reflektif dalam mengelola keterbukaan diri, bukan semata-mata menutup diri, melainkan melakukan pengaturan komunikasi yang disesuaikan dengan konteks sosial dan tingkat kenyamanan pengguna.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Saidah dan Trianutami (2023) yang menjelaskan bahwa kepemilikan akun kedua di Instagram digunakan untuk menyalurkan ekspresi pribadi yang lebih bebas dan ruang bagi individu untuk melakukan *self-disclosure* secara lebih terbuka dibandingkan dengan akun utama. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menunjukkan bahwa praktik tersebut tidak hanya berkaitan dengan motif ekspresi diri, tetapi juga berkorelasi langsung dengan bagaimana individu mengelola keterbukaan dan privasinya secara sadar di media sosial.

Hasil ini menegaskan bahwa penggunaan *multiple account* di Instagram memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap manajemen *self disclosure*

pada responden. Individu yang aktif menggunakan lebih dari satu akun cenderung memiliki kemampuan lebih baik dalam mengatur sejauh mana dirinya terbuka atau tertutup di ruang digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *multiple account* di Instagram berpengaruh signifikan terhadap manajemen *self-disclosure*. Temuan ini dibuktikan melalui hasil analisis regresi dengan nilai korelasi yang kuat ($R = 0,878$; Sig. $< 0,001$), menandakan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *multiple account*, semakin baik pula kemampuan individu dalam mengatur keterbukaan diri di media sosial. Sebanyak 77% variasi dalam kemampuan manajemen *self-disclosure* dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan *multiple account*. Sedangkan bagian lainnya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak termasuk dalam model analisis penelitian ini.

Berdasarkan sisi teori, temuan ini memperkuat pandangan *Uses and Gratifications* yang menyebutkan bahwa individu memanfaatkan akun ganda untuk memenuhi kebutuhan ekspresi diri, interaksi sosial, serta menjaga privasi. Dalam perspektif dramaturgi, kepemilikan lebih dari satu akun juga mencerminkan peran ganda pengguna dalam menampilkan citra diri. Akun utama berfungsi sebagai *front stage* untuk membangun kesan ideal, sedangkan akun tambahan menjadi *back stage* tempat mengekspresikan diri dengan lebih bebas. Dengan demikian, penggunaan *multiple account* dapat dipahami sebagai strategi sadar individu dalam menyeimbangkan antara kebutuhan akan privasi dan keterbukaan di ruang digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Dosen Pengampu Mata Kuliah yang telah memberikan bimbingan dan arahan sepanjang proses penyusunan penelitian ini. Penghargaan juga disampaikan kepada para informan yang dengan sukarela meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam kegiatan wawancara. Ucapan terima kasih turut ditujukan kepada pihak Sekolah Vokasi IPB University atas dukungan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan penelitian. Penulis juga mengapresiasi rekan-rekan yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta masukan berharga selama proses penulisan artikel ini.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

KN bertanggung jawab atas penyusunan ide penelitian, perancangan instrumen, pengumpulan data, analisis, serta penulisan naskah secara menyeluruh. HS dan LD berkontribusi sebagai dosen pendamping yang memberikan arahan metodologis, supervisi ilmiah, perbaikan substansi, serta validasi akhir terhadap isi artikel. Seluruh penulis telah membaca, memberikan persetujuan, dan menyetujui naskah akhir untuk dipublikasikan.

REFERENSI

- Akhmad, M. A., At, M. R., & Muhammad, S. (2024). Reconstructing Generation Z's digital identity: Self-presentation and impression management strategies in second account Instagram. *Thammasat Review*, 27(2), 335–350. <https://sc01.tci-thaijo.org/index.php/tureview/article/view/240926>
- Alamsyah, A. G., Ardelisma, A., & Nugraha, A. (2025). Second Instagram accounts: A study of Generation Z's self-identity in Medan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 9(1), 62–77. <https://doi.org/10.22219/satwika.v9i1.38102>
- Ardiesty, M. T., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2022). Motif dan makna second account Instagram bagi mahasiswa di Kota Karawang. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 3118–3126. <https://doi.org/10.31604/jips.v9i8.2022.3118-3126>
- Bilqis, T. D., Alfiani, M. R., Gayatri, F. A., & Cuhandi. (2024). Dramaturgi dalam media sosial: Second account di Instagram sebagai self-disclosure. *Humanus: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2), 155–164.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2020). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Meilia, I. E. (2024). Self-disclosure pada second account Instagram Generasi Z Kabupaten Tulungagung. *JASIMA: Jurnal Komunikasi Korporasi & Media*, 5(1), 58–77. <https://doi.org/10.30872/jasima.v5i1.1443>
- Neuman, W. L. (2022). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (9th ed.). Pearson.
- Park, C. (2020). *Quantitative research methods: Paradigms and applications*. Routledge.
- Park, Y. S. (2020). The positivism paradigm of research. *Academic Medicine*, 95(5), 690–694. <https://doi.org/10.1097/ACM.0000000000003093>
- Pramesti, C. S. L., & Dewi, D. K. (2022). Pengaruh anonimitas terhadap self-disclosure pada Generasi Z di Twitter. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(5), 51–63.
- Rahmad, W. O. D. C., Mau, M., & Akbar, M. (2025). Self-disclosure mahasiswa Ilmu Komunikasi di Instagram: Studi kualitatif tentang ekspresi diri di era digital. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 9–15. <https://doi.org/10.31294/kom.v12i1.25480>
- Saidah, R., & Trianutami, A. (2023). Dramaturgy in identity formation on social media: A study on second account ownership on Instagram. *Jurnal Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara*, 10(1), 45–56. <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/2819>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Winduwati, S., & Irena, L. (2024). Dramaturgy and the phenomenon of Instagram multi-account usage among Gen Z in Bali. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 525–537. <https://doi.org/10.24912/jk.v16i2.32190>