

ABSTRAK

Fitur *multiple account* yang ada pada platform media sosial Instagram memicu kemunculan fenomena akun pertama dan akun kedua. Melalui survei yang dilakukan oleh Jakpat tahun 2022, kepemilikan akun kedua paling banyak ditemukan di media sosial Instagram. Dengan menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana dramaturgi pengguna pada *first account* dan *second account* media sosial Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan dramaturgi. Proses pengumpulan data dilakukan pada akun pertama dan akun kedua subjek penelitian yang merupakan kalangan Generasi Z dengan teknik dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap pengguna memiliki cara masing-masing dalam mengelola kesannya melalui akun pertama dan mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas melalui akun kedua. Unggahan yang pengguna tunjukkan di akun pertama menunjukkan kualitas-kualitas diri yang membentuk identitas digital bagi pengguna. Kualitas diri yang ditunjukkan pengguna tidak hanya melalui unggahan mengenai aktivitas, kegiatan, atau pencapaian tetapi juga mengenai hobi, ketertarikan, bahkan kedekatan dengan keluarga serta aktivitas *religious*. Sedangkan melalui akun kedua pengguna lebih percaya diri dalam menunjukkan diri, emosi dan pikirannya. Contohnya, menceritakan kehidupan sehari-hari, mengeluhkan suatu hal, menunjukkan apa yang sedang dirasakan, bahkan memperlihatkan perbedaan diri yang signifikan dari apa yang ditunjukkan pada akun pertama.

Kata Kunci: Akun Pertama, Akun Kedua, Dramaturgi

ABSTRACT

The multiple account feature on the Instagram platform has triggered the emergence of the first and second accounts phenomenon. Through a survey by Jakpat in 2022, the second most common account ownership was found on Instagram. By using Erving Goffman's dramaturgical theory, this research aims to determine the dramaturgy of users on the first and second Instagram social media accounts. The method used in this research is a qualitative research method with a dramaturgical approach. The data collection process was carried out on the first and second accounts of the research subject, who comes from Gen Z, using documentation techniques. Data analysis was carried out using descriptive content analysis techniques. The research results show that each user has their own way of managing their impressions through the first account and expressing themselves more freely through the second account. The content posted by the user on the first account shows the personal qualities that form the user's digital identity. The quality of self shown by users is not only through uploads regarding activities, events, or achievements, but also regarding hobbies, interests, even closeness to family, and religious activities. Meanwhile, through the second account, users are more confident in showing themselves, their emotions, and thoughts, for example, telling stories about daily life, complaining about something, showing what one is feeling, or even showing significant self-differences from what was shown in the first account.

Keywords: *First Account, Second Account,*