

PENGARUH KECEMASAN BERKOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL DAN KONSEP DIRI TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM

Sanita Sitinjak, Agus Naryoso, Wiwid Noor Rakhmad
sanitasitinjak6254@gmail.com

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407

Faksimile (024) 7465405

ABSTRACT

The emergence of the multiple account feature, which allows users to have more than one account simultaneously, creates distinctions between accounts. The first account typically represents a perfect self-visualization, while the second account reflects the user's true self. The pressure to showcase an idealized self on a first Instagram account often leads to discomfort for users. Unsatisfactory experiences on the first account encourage users to utilize a second account to alleviate anxiety related to self-representation and to express themselves more authentically. This study aims to determine whether communication apprehension on social media and self-concept influence the intensity of second account usage on Instagram. The theories applied in this study are the Communication Apprehension Theory and Self-Concept Theory. A non-probability sampling technique was employed, with a sample size of 100 respondents. Hypothesis testing was conducted using multiple linear regression analysis via SPSS software. The results of the study demonstrate that the first hypothesis is supported: there is a significant influence of communication apprehension on social media on the intensity of second account usage on Instagram. In other words, the greater the impact of communication apprehension on social media, the higher the intensity of second account usage. This finding indicates that the Communication Apprehension Theory remains relevant for explaining this variable among Generation Z respondents. However, the Self-Concept Theory was not supported for Generation Z, as the results confirm no significant influence of self-concept on the intensity of second account usage on Instagram. This suggests that users of second accounts are not solely those experiencing self-concept issues. Therefore, the intensity of second account usage might be better understood through other variables.

Keywords: communication apprehension, self-concept, usage intensity, second account Instagram

ABSTRAK

Munculnya fitur *multiple account* yang mengizinkan pengguna memiliki lebih dari satu akun sekaligus, memberikan perbedaan pada akunnya. *First account* berisi visualisasi diri yang sempurna dan *second account* memperlihatkan wujud diri asli. Ajang pertunjukan representasi diri dalam *first account* Instagram ini melahirkan ketidaknyamanan bagi para pengguna, pengalaman tidak memuaskan di *first account* mendorong pengguna menggunakan *second account* untuk mengurangi kecemasan terkait representasi diri dan bisa tampil apa adanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh kecemasan berkomunikasi di media sosial dan konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram. Teori yang digunakan dalam penelitian ini *communication apprehension theory* dan *self-concept theory*. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama terbukti yaitu terdapat pengaruh antara variabel kecemasan berkomunikasi di media sosial terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram. Artinya, semakin besar pengaruh kecemasan berkomunikasi di media sosial maka intensitas seseorang dalam menggunakan *second account* Instagram akan semakin besar. Temuan ini menunjukkan bahwa *communication apprehension theory* masih relevan untuk menjelaskan variabel tersebut pada responden generasi z. Namun ternyata *self-concept theory* tidak terbukti untuk generasi z, hal ini dilihat dari hasil penelitian yang mengkonfirmasi bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel konsep diri dengan intensitas penggunaan *second account* Instagram. Artinya pengguna *second account* Instagram tidak semata-mata mereka yang memiliki masalah dengan konsep diri. Maka dari itu intensitas penggunaan *second account* mungkin dapat dilihat melalui variabel lainnya.

Kata kunci: kecemasan berkomunikasi, konsep diri, intensitas penggunaan, *second account* Instagram

PENDAHULUAN

Penggunaan *second account* di Instagram belakangan ini cukup populer dan banyak digunakan oleh para pengguna media sosial di Indonesia, melalui survei Jakpat di 2022 ada sebanyak 57% dari 1.237 responden memiliki *second account* Instagram (Jakpat, 2022). Kesempatan memiliki lebih dari satu akun dalam aplikasi mobile tanpa perlu keluar dari akun utama ini dimulai dari tahun 2016,

muncul fitur *multiple account* pada Instagram (Tandres, 2024).

Fitur diartikan sebagai fungsi dasar suatu produk sekaligus pembeda dengan pesaing (Schmitt, 2015:14). Sejak diluncurkan pada 2010 dan sampai saat ini, Instagram masih terus mencoba untuk menghadirkan fitur-fitur terbaru yang semakin menarik perhatian. Terbaru pada Januari 2024, Instagram mengeluarkan *flipside* yaitu fitur yang memungkinkan pengguna memiliki akun

berbeda dalam satu akun yang sama. Pembaruan pada Instagram cukup menarik sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya anak muda.

Berdasarkan data dari We Are Social tercatat pada Januari 2023 terdapat 89,15 juta pengguna Instagram di Indonesia dan dari jumlah tersebut usia 18-24 tahun adalah usia pengguna paling banyak yaitu sebesar 38%. Artinya, pada Januari 2023 pengguna Instagram didominasi oleh anak muda. Angka ini meningkat di tahun selanjutnya, Januari 2024 We Are Social kembali merilis jumlah pengguna Instagram di Indonesia yaitu sebesar 100,9 juta pengguna. Kenaikan jumlah pengguna Instagram pada awal 2024, menempatkan platform ini pada daftar media sosial terfavorit di Indonesia. Pendaftaran akun baru oleh pengguna yang sama jadi salah satu faktor meningkatnya jumlah pengguna Instagram 2023 hingga 2024.

Fitur multiple account Instagram yang mengizinkan para pengguna memiliki beberapa akun sekaligus, memunculkan istilah baru di antara pengguna platform ini yaitu first account dan second account. Isi kedua akun tersebut juga memperlihatkan perbedaan yang nyata apabila dibandingkan. Akun utama atau first

account biasanya berisi visualisasi diri yang sempurna dan kreatif, bahkan pengguna Instagram juga cenderung akan mengedit foto sebelum diunggah dan ditampilkan pada halaman feed dengan tujuan dapat menampilkan sisi positif dan menjaga citra diri (Kleemans, 2018: 95).

Di sisi lain, akun bayangan atau second account digunakan untuk memperlihatkan wujud diri asli, isinya juga acak dan apa adanya. Kehadiran kedua akun yang berbeda ini, menjadikan Instagram sebagai panggung dua sisi bagi penggunanya. Pertama panggung depan digambarkan sebagai first account isinya adalah pencitraan diri dan kedua adalah panggung belakang digambarkan sebagai second account isinya karakter diri sebenarnya (Shinta, 2022).

Ajang pertunjukan representasi diri dalam first account Instagram ini melahirkan ketidaknyamanan bagi para pengguna, bahkan tercatat ada sebanyak 35% remaja berusia 17-21 tahun cemas tampilan dirinya di media sosial tidak diterima oleh netizen (Girlguiding, 2017). Hal ini pula menyebabkan banyak dari mereka sering membandingkan dirinya dengan para pengguna lain di Instagram.

Seseorang mempunyai dua akun Instagram karena memiliki kekhawatiran terhadap standar di media sosial yang dinilai membatasi ekspresi diri mereka (Pamungkas, 2019). Oleh karena itu, untuk dapat lebih leluasa maka para pengguna ini membuat second account 20 dengan tujuan membangun, memelihara hingga memberikan dukungan emosional dan tampil apa adanya dengan orang terdekat tanpa memikirkan opini negatif (Priangle, 2017).

Proses penelitian ini akan menganalisis bagaimana kecemasan berkomunikasi di media sosial serta pembukaan konsep diri mempengaruhi intensitas penggunaan second account Instagram tersebut. Hal ini berangkat dari permasalahan komentar negatif yang ada di Instagram menimbulkan kecemasan representasi diri apa adanya oleh para pengguna. Maka dari itu, pengguna memutuskan untuk terhubung dengan teman dekat saja melalui second account tujuannya untuk lebih bebas mengekspresikan diri dan lebih intim dalam berkomunikasi.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif eksplanatori. Hal tersebut dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh

kausalitas dari variabel yang diteliti yaitu kecemasan berkomunikasi dan konsep diri terhadap intensitas penggunaan second account Instagram.

Penelitian ini menggunakan populasi dengan kriteria laki-laki dan perempuan, usia 18-24 tahun, menggunakan *second account*, dan memiliki minimal satu postingan pada *first account*. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Hal ini sejalan dengan pendapat Roscoe (dalam buku *Research Methods for Business* 1982:253) memberikan saran ukuran sampel sejumlah 30 - 500 responden.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis data primer bersumber dari para responden yang memenuhi kriteria. Selain itu, diperoleh juga data dari artikel, jurnal dan media cetak maupun elektronik lainnya yang berkorelasi dengan masalah penelitian.

PEMBAHASAN

Penggunaan Second Account Instagram

Penggunaan second account di media sosial terutama Instagram semakin umum di kalangan pengguna yang ingin memisahkan identitas online mereka berbagi alasan, termasuk privasi dan ekspresi diri. Survei Jakpat di 2022 ada sebanyak 57% dari 1.237

responden memiliki second account Instagram (Jakpat, 2022). Melalui survei ini mendukung bahwa pengguna second account Instagram eksis di kalangan para pengguna media sosial.

Sebenarnya Instagram secara tidak langsung menciptakan fitur second account sebagai bawaan dari awal. Namun, pengguna secara organik memulai tren membuat second account sebagai respons terhadap kebutuhan mereka yaitu kontrol lebih besar atas pribadi dan ekspresi diri. Instagram kemudian mempermudah proses pembuatan dan pengelolaan multiple account, termasuk second account. Terdapat beberapa alasan mengapa pengguna memilih membuat second account yang akhirnya mendukung popularitas second account, diantaranya: Pertama, *second account* lebih bersifat privat. Hal ini dikarenakan sebagian besar penggunanya tidak menggunakan identitas asli sebagai *username*. Menyembunyikan identitas membuat pengguna dapat membatasi diri dengan pengguna lain yang tidak begitu dikenal bahkan toxic atau fake, pengguna dapat mengatur privasi sesuai keinginan sehingga informasi dirinya tidak bisa diakses oleh sembarang orang atau bahkan disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. David et al (2018)

menjelaskan bahwa second account memungkinkan pengguna mengontrol siapa saja dapat melihat konten miliknya. Hal ini dikarenakan akun telah menjadi private dan hanya pengikut yang telah mendapatkan persetujuan saja dapat melihat postingan.

Kedua, pengguna *second account* dapat lebih bebas membuka diri. Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh pengguna untuk menyebarkan foto dan video berisi informasi apapun, mulai dari pengungkapan perasaan dan opini mendalam hingga merekam aktifitas sehari hari melalui fitur 45 didalamnya (Bazarova & Choi, 2014). Sifatnya yang private, menjadikan pengguna lebih bebas membagikan konten apapun di second account miliknya.

Pengguna second account seringkali merasa lebih terbuka dan bebas dalam mengekspresikan diri. Hal ini terjadi karena di akun utama mereka tidak bisa mendapatkan kebebasan tersebut, pada akun utama pengguna harus mempertahankan citra yang telah tercipta. Tentu hal tersebut membatasi ekspresi diri dari pengguna tampil lebih terbuka. Litt & Hargittai (2016) menunjukkan bahwa pengguna media sosial merasa adanya tekanan sosial untuk tampil sempurna di akun utama mereka, yang

menyebabkan mereka menggunakan second account sebagai tempat mengekspresikan diri dengan lebih terbuka.

Ketiga, pengguna dapat terhubung dengan teman yang hanya memiliki kedekatan emosional. Kedekatan emosional mengacu pada hubungan yang ditandai dengan tingkat kepercayaan, keterbukaan dan keterikatan emosional dalam antara satu dengan lain. Ini melibatkan perasaan saling memahami, empati dan ikatan kuat dimana masing-masing pihak merasa nyaman berbagi pikiran, perasaan dan pengalaman pribadi tanpa rasa takut akan penilaian. Kedekatan emosional ini akan berkembang melalui pengalaman bersama serta komunikasi yang baik untuk memahami satu sama lain.

Yang & Brown (2016) memaparkan bahwa pengguna second account seringkali memilih teman-teman yang lebih dekat secara emosional sebagai pengikut second account miliknya. Ini karena pengguna merasa lebih aman berbagi informasi pribadi dengan orang yang memiliki hubungan akrab dan mendukung secara emosional. Jumlah pengikut lebih sedikit pada second account tentu berdasarkan seleksi dari pemilik akun, salah satunya syaratnya yaitu memiliki hubungan secara emosional

dengannya dengan begitu akan tercipta lingkaran sosial intim dan pribadi (Litt & Hargittai, 2016).

Keempat, terbebas dari kecemasan berkomunikasi. Hal ini dikarenakan *second account* menawarkan ruang lebih privat bebas dan memungkinkan kontrol lebih besar atas followers miliknya. Memiliki second account memungkinkan orang-orang jauh dari lingkaran sosial yang membawa komentar negatif dan dapat memberikan pengaruh buruk pada dirinya. Selain itu para pengguna second account juga biasanya berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain, yaitu mendapatkan rasa nyaman dan aman (Paramesti, 2022).

Lingkungan sosial lebih kecil dan terkendali di second account membantu pengguna merasa nyaman mengungkapkan pikiran dan perasaan mereka tanpa ada ketakutan nantinya dicibir, menjauhi dirinya dan respon negatif lainnya. Ini tentu mengurangi kecemasan berkomunikasi dalam diri para pengguna, terutama mereka juga tahu siapa saja yang melihat konten miliknya.

Second Account Instagram: Kecemasan Berkomunikasi, Konsep Diri, dan Temuan Perilaku Pengguna

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kecemasan berkomunikasi di media sosial terhadap intensitas penggunaan second account Instagram. Adanya pengaruh tersebut didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,202 menunjukkan bahwa pengaruh variabel (X1) terhadap variabel (Y) sebesar 20,2 persen.

Temuan ini sesuai dengan *communication apprehension theory* oleh Littlejohn yang akan diterapkan pada computer mediated communication. Teori tersebut memberikan pemahaman dan penjelasan terkait perasaan cemas yang dialami seseorang saat berkomunikasi. Kecemasan berkomunikasi meliputi interaksi yang dilakukan melalui bantuan dari teknologi maupun secara face to face.

Teori tersebut selaras dengan hasil dari penelitian, dimana kecemasan responden dalam berkomunikasi pada *first account* Instagram, meningkatkan intensitas penggunaan *second account* mereka. Kecemasan berkomunikasi di sini artinya mereka menutup diri dari pengikut

yang tidak dikenal untuk menjaga keamanan diri dengan memilih-milih *followers* baru, kerap juga responden merasa curiga kepada pengguna lain maka dari itu mereka memberikan perhatian besar pada unggahan yang dibagikan di laman Instagram. Keberadaan *second account* sebagai wadah tampil apa adanya sangat membantu responden lepas dari penilaian subjektif yang diberikan pengikut lain.

Kecemasan berkomunikasi para responden ini akhirnya 94 memudar, hal ini disebabkan pada *second account* mereka telah menyaring siapa saja orang di dalamnya dan merasa nyaman dengan lingkungan tersebut sehingga dapat membuka diri. Kesimpulannya adalah teori tersebut terbukti pada penelitian ini.

Selanjutnya penelitian ini menjelaskan tidak adanya pengaruh antara konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram, nilai signifikansi yang ditemukan sebesar $0,202 > 0,05$ artinya tidak ada pengaruh dari variabel (X2) terhadap variabel (Y). Subjek dalam penelitian menunjukkan konsep diri yang positif, meskipun konsep diri yang dimiliki positif mereka juga memiliki *second account*.

Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *second account* Instagram tidak semata-mata

mereka yang memiliki masalah dengan konsep diri. Terdapat faktor lain yang mendukung pengguna menggunakan *second account* dalam intensitas yang tinggi, eksklusivitas salah satunya, artinya pengguna dapat memilih teman dengan kriteria memiliki kedekatan emosional saja di akun tersebut (Yang & Brown, 2016).

Pada *first account* pengguna lebih fokus membangun personal branding, maka dari akan terkoneksi dengan para profesional hal ini juga dikonfirmasi oleh Siregar, 2022 bahwa 81.1% pengguna Instagram membangun personal branding secara profesional pada laman profil miliknya. Penelitian oleh Fitria, et al, 2023 melalui penelitian mendapati bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menggunakan *second account* sebagai sarana hiburan. Pada akun kedua, mahasiswa akan mengunggah sesuatu yang membuat dirinya terhibur, seperti rekap hobi atau kegemaran yang bisa menjadi memori untuk dilihat selamanya.

Melalui penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *second account* tidak hanya berisi pengguna dengan citra dan harga diri negatif. Tetapi bergantung pada kegunaannya, yaitu untuk membangun komunikasi intens dengan teman dekat,

menyimpan koleksi video dan foto berisi hobi dan kegemaran, bahkan dapat juga digunakan untuk berjualan.

PENUTUP

Berdasar pada penelitian yang telah dilakukan, mulai dari pencarian masalah, penyusunan materi, pengumpulan data, dan pengolahan data serta pembahasan, maka dapat ditarik simpulan dan saran sebagai berikut.

SIMPULAN

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat pada kecemasan berkomunikasi di media sosial (X1) terhadap penggunaan *second account* Instagram (Y), artinya orang-orang yang cemas berkomunikasi di *first account* memerlukan *second account* untuk menyembunyikan dirinya.
2. Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh dari konsep diri (X2) terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y), artinya positif atau negatif konsep diri seseorang, mereka tetap menggunakan *second account*.

SARAN

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, peneliti memiliki beberapa

saran bagi beberapa pihak terkait. Saran-saran tersebut kemudian dibagi ke dalam saran secara teoritis, praktis, dan sosial.

1. Teoritis

Hasil temuan memperlihatkan bahwa tidak terdapat pengaruh pada variabel konsep diri terhadap variabel intensitas penggunaan *second account* Instagram, peneliti 97 selanjutnya masih dapat menggali lebih jauh mengenai faktor lainnya yang dapat digunakan sebagai variabel independen, seperti kepercayaan diri terhadap minat menggunakan *second account* Instagram.

2. Praktis

Media sosial dapat digunakan sebagai sarana memberikan ujaran kebencian dan propaganda negatif seperti menjelekkan orang lain. Oleh karena itu, saran secara praktis yang dapat diberikan oleh peneliti adalah diharapkan pihak pengelola media sosial mulai memikirkan dampak komentar negatif yang diterima pengguna lain. Diharapkan pengelola media sosial mulai memberikan perhatian lebih pada isu komentar negatif dengan menghadirkan fitur pembatasan komentar

hanya kepada *following* dan *followers*.

3. Sosial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kecemasan berkomunikasi responden berkomunikasi di media sosial cukup tinggi. Oleh karena itu, diharapkan bagi para pengguna media sosial khususnya Instagram agar dapat lebih bijak dalam berkomunikasi di media sosial serta perlunya meningkatkan kesadaran akan konsekuensi berhubungan di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Bohang, K. F. (2016, February 11). Instagram Bisa Banyak Akun, Buat Apa? KOMPAS.com. Diakses 28 Agustus 2024 melalui <https://tekno.kompas.com/read/2016/02/11/06290087/Instagram.Bisa.Banyak.Akun.Buat.Apa.?page=all>
- Creswell, John W. 2016. Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Devito, J. A. (2001). The interpersonal communication book (9th ed.). Pearson Education.
- Feist, J. dan Feist, G.J. 1998. Theories of Personality (4th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Ekaningias, Z. (2017). Hubungan body dissatisfaction dengan kepercayaan diri pada remaja akhir (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Gloria. 2018. Media Sosial Jadi Pemicu Depresi

- pada Remaja. [ugm.ac.id](https://ugm.ac.id/berita/16184-media-sosial-jadi-pemicu-depresipada-remaja/). Diakses 28 Agustus 2024 melalui <https://ugm.ac.id/berita/16184-media-sosial-jadi-pemicu-depresipada-remaja/>
- Gu, L., Kropotov, V., & Yarochkin, F. (2017). The fake news machine: How propagandists abuse the internet and manipulate the public. *Trend Micro*, 5(1), 1-70.
- Hasny, F. A., Renadia, S. H., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Konsep Diri para Pengguna Tik Tok dalam Memenuhi Social Needs pada Uses and Gratification Theory. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 114-127.
- Huang, Y. T. & Su, F. S. (2018). Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults. *Future Internet* 2018, 10, 77, halaman 1- 12.
- Hesadiwana, B., & Syafrini, D. (2022). Motif Penggunaan Akun Alter Ego di Media Sosial Instagram Pada Remaja Kota Padang. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan Universitas Negeri Padang*, 5(1), 27-36.
- Kleemans, M., et al. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology* vol. 21, no. 1, hlm. 93- 110.
- Littlejohn, Stephen Theories Communication. W. Of 2011. Human Jakarta: Salemba Humanika.
- Mackenzie, N., & Knipe, S. (2006). Research dilemmas: Paradigms, methods and methodology. *Issues in educational research*, 16(2), 193-205.
- Moleong, L. J. (2004). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Maddalena, S. (2024, January 30). Digital 2023 Indonesia - We are Social Indonesia. We Are Social Indonesia. Diakses 17 Februari 2024 melalui <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Maddalena, S. (2024b, March 7). Digital 2024 Indonesia - We are Social Indonesia. We Are Social Indonesia. Diakses 17 Februari 2024 melalui <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Muslimin, K. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi kecemasan berkomunikasi di depan umum (Kasus mahasiswa Fakultas Dakwah INISNU Jepara). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 145-155.
- Nabilah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Motif Penggunaan Second Account Instagram bagi Pelajar SMK Negeri 1 Gempol. *Jurnal Nomosleca*, 9(1), 105-122.
- Nistanto, R. K. (2021, March 29). Instagram, media sosial pemicu “Cyberbullying” tertinggi. *KOMPAS.com*. Diakses 15 Mei 2024 melalui <https://tekno.kompas.com/read/2021/03/29/07164137/instagram-media-sosial-pemicu-cyberbullying-tertinggi>
- Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N. (2019). Presentasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram di Akun Utama dan Akun Alter. *Interaksi Online*, 7(4), 371-376.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- Rahma, S., & Suwanto, D. H. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Second Account Instagram Terhadap Kepuasan Hidup. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3).
- Rakhmat, J (2021). Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi). (T. Surjaman & R.K Soenandar Penyunt). Bandung, Jawa Barat, Indonesia : Simbiosis Rekatama Media.
- Shinta, A., & Putri, K. Y. S. (2022). Penggunaan Multiple Account Media Sosial Instagram sebagai Dramaturgi Pada Perempuan Milenial. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 188-205.
- Sigarlaki, M. A., & Nurvinkania, A. A. (2022). Hubungan kecemasan sosial dengan pengungkapan diri dalam hubungan

- pertemanan. *Humanitas (Jurnal Psikologi)*, 6(3), 345-362.
- Syam, N.W. *Psikologi Komunikasi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tandres, H., & Winduwati, S. (2024). Pengelolaan Self-disclosure Generasi Z melalui Penggunaan Multiple Accounts di Instagram. *Koneksi*, 8(1), 233-244.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communications: Social Interaction and The Internet*. London, Inggris: SAGE Publication Ltd.
- Wahdi, A. E., Wilopo, S. A., & Erskine, H. E. (2023). 122. The Prevalence of Adolescent Mental Disorders in Indonesia: An Analysis of Indonesia–National Mental Health Survey (I-NAMHS). *Journal of Adolescent Health*, 72(3), S70.
- Yulianti, T. (2020). Eksistensi Media Massa Konvensional Di Tengah Terpaan Media Baru (New Media). *Jurnal Kajian Dan Terapan Media*, 1(1), 1–10.