

## **MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PENGGUNA SECOND ACCOUNT INSTAGRAM DALAM PENGUNGKAPAN DIRI PADA SISWI MAN 1 KOTA BUKITTINGGI**

Utary Guciani Putri <sup>1</sup>, Nurjanah<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email Korespondensi: [utary.guciani0472@student.unri.ac.id](mailto:utary.guciani0472@student.unri.ac.id)

Diterima: 31 Oktober 2023

Direvisi: 27 Maret 2024

Disetujui: 31 Maret 2024

### **Abstrak**

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang paling populer dan memiliki berbagai macam jenis fitur. Salah satunya adalah fitur multiple account yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh banyak orang untuk membuat akun yang lebih dari satu atau yang biasa disebut dengan second account Instagram. Kemunculan second account Instagram banyak digunakan oleh remaja khususnya perempuan untuk mengunggah hal-hal rahasia atau yang bersifat privat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan teknik mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap 6 Informan yaitu siswi MAN 1 Kota Bukittinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa asumsi informasi privat, informan memiliki berbagai persepsi dan percaya mengenai informasi privat, meskipun informan membangun batasan kolektif dengan membagikan berbagai macam hal privat pada akun tersebut namun tetap ada informasi yang masih disimpan di dalam diri mereka. Pada asumsi kontrol dan kepemilikan, informan mengunci serta bersikap selektif dalam menentukan followers. Pada asumsi sistem manajemen berdasarkan aturan, kriteria aturan privasi informan didasarkan pada kriteria motivasi dan kontekstual, dan tidak melakukan koordinasi batasan namun demikian informan tidak pernah mengalami turbulensi batasan. Pada dialektika manajemen, informan menyebutkan bahwa meskipun pada second account Instagram, mereka tetap mempertimbangkan hal-hal yang akan mereka unggah.

**Kata Kunci** : Instagram, Manajemen Privasi Komunikasi, Second Account

### **Abstract**

*Instagram is one of the most popular applications and has various types of features. One of them is the multiple account feature which is currently being used by many people to create more than one account or what is usually called a second Instagram account. The appearance of this second Instagram account is widely used by teenagers, especially women to upload secrets or private things. This research uses a qualitative research method with a descriptive approach by conducting interviews and observations of 6 informants, namely female students of MAN 1 Kota Bukittinggi. The research results show that under the assumption of private information, informants have various perceptions and beliefs regarding private information. In private boundaries, even though informants build collective boundaries by sharing various private things on their accounts, there is still information that is still stored within them. On the assumption of control and ownership, informants lock in and are selective in determining their followers. On the assumption of a management system based on rules, the informant's privacy rule criteria are based on motivational and contextual criteria, the informant also does not coordinate boundaries, however the informant never experiences boundary turbulence. In management dialectics, the informant stated that even though they are on a second Instagram account, they still consider the things they will upload.*

**Keywords**: Communication Privacy Management, Instagram, Second Account.

## PENDAHULUAN

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang paling populer dan paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Dalam portal berita yang ditulis Stephanie (2020) menyatakan bahwasannya aplikasi Instagram pertama kali diluncurkan pada 6 Oktober 2010 di Amerika Serikat dan pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 2011. Nama Instagram berasal dari kata 'insta' yang berarti instant dan 'gram' yang berarti telegram. Instagram dapat didefinisikan sebagai sebuah aplikasi dimana para penggunanya bisa menyunting dan mengunggah foto atau video. Pada Instagram, pengguna dapat mengunggah foto dengan menggunakan koneksi internet, oleh sebab itu informasi yang akan disampaikan akan tersampaikan dengan cepat dan mudah (Salsabila & Nuraeni, 2022).

Dilansir dari Kompas.com, Tama Leaver memprediksi bahwa popularitas Instagram akan kalah dengan aplikasi media sosial lainnya. Namun kenyataannya pada saat aplikasi ini diluncurkan untuk pertama kali, dalam hitungan jam sebanyak 10.000 pengguna telah mengunduh aplikasi ini dan pada tahun berikutnya dilaporkan bahwasannya jumlah unduhan ditahun tersebut telah mencapai 10 juta unduhan (Stephanie, 2020). Dilansir dari DataIndonesia.id, angka pengguna aktif aplikasi Instagram per April 2022 di Indonesia mencapai angka 99,9 juta dan termasuk ke dalam peringkat ke-empat dunia setelah India, Amerika Serikat, dan Brazil. Berdasarkan data dari NapoleonCat, pengguna aplikasi Instagram di Indonesia di dominasi oleh perempuan dengan persentase 54% dan laki-laki sebanyak 46% dengan usia tertinggi pengguna aplikasi Instagram di

Indonesia berada pada rentang usia 18-24 tahun dengan persentase sebesar 37,5%.

Sebagai aplikasi yang memiliki banyak pengguna yaitu sebanyak 1,96 miliar orang pada kuartal I 2022 (Rizaty, 2022), tentunya Instagram memiliki banyak fitur yang menarik sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan platform media sosial ini. Diawal peluncurannya, Instagram hanya memiliki fitur berbagi foto dan video. Pada tahun 2016, Instagram meluncurkan fitur terbarunya yaitu Instagram Story atau biasa disebut Instastory. Tidak cukup sampai disitu, Instagram juga menambahkan fitur Instagram Live dimana penggunanya bisa membuat tayangan langsung dari aplikasi Instagram (Annastasya, 2021), selain itu pada bulan November 2015, Instagram juga sempat melakukan uji coba fitur multiple account. Hingga tahun 2022 ini sudah sebanyak lebih kurang 60 fitur yang dapat digunakan oleh pengguna pada aplikasi Instagram ini.

Salah satu fitur yang menarik dari aplikasi Instagram ini adalah fitur multiple account. Fitur multiple account ini merupakan sebuah fitur yang memungkinkan bagi penggunanya untuk dapat membuat lebih dari satu akun Instagram dan dapat dengan mudah berganti (switch) akun dari akun satu ke akun lainnya tanpa harus melakukan log in (bergabung) atau log out (keluar) terlebih dahulu. Seiring berjalannya waktu, banyak orang yang memanfaatkan fitur ini dengan tujuan untuk membuat beberapa akun pribadi yang berbeda. Fenomena ini kerap ditemukan pada remaja dengan motivasi penggunaan yang berbeda-beda. Namun yang menarik dengan adanya fitur multiple account ini ialah bagaimana pemilik akun berinteraksi dan memperlakukan akun mereka dengan

berbeda (Zainuri, 2021). Dengan adanya fitur *multiple account* ini banyak pengguna Instagram yang memiliki akun lebih dari satu atau yang biasa disebut dengan akun kedua (*second account*) (Permana & Sutedja, 2021).

Menurut Prihantoro dkk (2020) *second account* Instagram ini merupakan suatu hal yang baru dilakukan oleh banyak orang. *Second account* Instagram dibuat dengan tujuan yang beragam, beberapa orang memanfaatkan *second account* sebagai akun yang lebih bersifat privat atau terbatas dari segi jumlah pengikut (*followers*). Sebab, ketika memiliki akun yang lebih privat maka batasan antara privasi dan publik akan terlihat jelas seperti mana informasi yang bisa diungkapkan kepada khalayak luas dan mana informasi yang hanya bisa dibagikan kepada orang-orang tertentu saja. Membagikan segala informasi pada *first account* di Instagram tentu akan menimbulkan risiko karena pengikut di akun tersebut bukan hanya teman terdekat saja, melainkan juga orang-orang yang tidak terlalu dikenal dengan baik.

Tujuan lainnya seseorang memilih menggunakan *second account* adalah untuk menyalurkan emosi yang tidak bisa mereka tunjukkan pada akun utama (*first account*) (Shabrina et al., 2022). Para pengguna Instagram merasa bisa lebih bebas berekspresi pada *second account*, mereka bisa memposting rahasia maupun sisi lain dari diri mereka (Kang & Wei, 2020). Hal yang mempengaruhi rasa kebebasan tersebut adalah *second account* hanya diikuti oleh orang-orang yang mereka percaya (Zainuri, 2021).

Menurut Bahar (dalam (Shabrina et al., 2022) para pengguna Instagram yang memiliki dua akun pada umumnya akan membagi kedua akun berdasarkan

kegunaannya masing-masing. Biasanya *first account* adalah akun yang ditujukan untuk memperlihatkan imajinasi dirinya yang sempurna sedangkan *second account* akan ditujukan untuk memperlihatkan tampilan diri yang sebenarnya yang mana pemiliknya dapat mengunggah sesuatu dengan bebas. Hal yang menyebabkan munculnya rasa bebas ini adalah pada *second account* mereka hanya diikuti oleh orang-orang terdekat dan yang mereka percaya (Zainuri, 2021). *First account* dan *second account* Instagram juga memiliki perbedaan salah satunya ialah bentuk interaksi sosial yang dilakukan dengan para follower yang ada diantara akun kedua milik pengguna *second account* tersebut. Contoh yang dapat diambil adalah pada *first account* Instagram digunakan sebagai wadah untuk menampilkan portofolio pribadi ataupun digunakan untuk akun bisnis yang ditujukan untuk memperlihatkan citra yang dapat dilihat oleh followers, sedangkan *second account* Instagram digunakan untuk berinteraksi dengan orang-orang terdekat dan dipercaya (Novianda, 2022).

Hasil survei yang dilakukan HAI pada bulan April 2018 menyatakan bahwasannya sebesar 46% remaja yang rata-rata didominasi oleh wanita mempunyai *second account* di Instagram, hal ini disebabkan emosi wanita sangat berbeda-beda dan seringkali tidak bisa menahan emosi sendiri (Prihantoro et al., 2020). Dalam hal ini penulis memilih MAN 1 Kota Bukittinggi sebagai tempat untuk melakukan penelitian sebab dikenal sebagai sekolah yang memiliki ciri khas keislaman dimana sanksi yang terdapat pada sekolah tersebut tidak hanya seputar melanggar tata tertib sekolah, melainkan juga ketika mereka melanggar aturan-aturan wajib dalam Islam seperti para

siswi akan mendapatkan sanksi jika pihak sekolah mengetahui bahwa yang bersangkutan tidak menggunakan jilbab di luar sekolah. Adanya kontrol dari pihak sekolah kepada para muridnya bahkan diluar jam sekolah tentu menjadi hambatan bagi para murid untuk bisa mengekspresikan diri mereka. Ditambah lagi dengan adanya beberapa murid yang dikeluarkan atau didrop out oleh pihak sekolah karena ketahuan berpacaran, hal ini membuat murid lainnya merasa takut untuk melakukan hal-hal yang mereka inginkan dan terpicu untuk lebih berhati-hati dalam bertingkah laku serta menjaga hal-hal yang dapat membahayakan mereka khususnya di media sosial yang dapat menjangkau dan dijangkau oleh pihak mana saja. Oleh karena itu, beberapa siswi khususnya memilih dan menjadikan second account Instagram menjadi wadah bagi mereka untuk dapat lebih bebas mengunggah serta mengekspresikan hal-hal yang bersifat privat.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Second Account Instagram dalam Pengungkapan Diri Pada Siswi MAN 1 Kota Bukittinggi.”

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif bertujuan untuk memahami dan memaknai subjek serta memberikan semua gejala yang terlihat dan memaknai apa yang ada dibalik gejala tersebut. Dengan kata lain, mendeskripsikan secara detail apa, siapa, dimana, kapan, bagaimana, mengapa, dan sejenisnya tentang subjek yang akan diteliti (Yusuf, 2017).

Penelitian ini dilaksanakan di MAN 1 Kota Bukittinggi yang berlokasi di Jalan Raya Bukittinggi, Jalan By Pass, Kubu Gulai Bancah, Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 8 bulan dimulai dari Januari 2023.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman dimana teknik analisis data dimulai dari reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan/verifikasi.

Subjek di dalam penelitian merupakan suatu hal yang penting dan sangat krusial yang bisa berbentuk hal, orang, maupun benda (Sugiyono, 2014). Informan pada penelitian ini berjumlah 6 orang yang diambil dengan menggunakan teknik purposive dimana teknik ini dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahulu. Dengan demikian, pengalan informan didasarkan pada maksud yang telah ditetapkan sebelumnya (Yusuf, 2017). Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda namun tetap dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sama (Sugiyono, 2014).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Informasi privat pengguna second account instagram pada siswi MAN 1 Kota Bukittinggi**

Berdasarkan riset lapangan ditemukan para informan mengetahui dan memiliki perspektif tersendiri mengenai informasi privat. Menurut perspektif informan

mengenai informasi privat yaitu informasi penting mengenai diri seseorang yang mana informasi tersebut tidak untuk dibagikan kesembarang orang dan sang pemilik informasi memiliki hak untuk memilih siapa saja yang bisa menerima informasi tersebut baik itu orang terdekat maupun orang yang sudah dipercaya.

Informan percaya mereka memiliki informasi privat yang menyangkut dengan konsep diri informan serta hubungannya dengan individu lainnya. Informan percaya bahwasannya informasi privat merupakan informasi yang seharusnya tidak dibagikan ke orang banyak dan informan memiliki hak untuk memilih siapa yang bisa menerima informasi privat miliknya. Namun, terdapat informan lainnya yang tidak sepenuhnya percaya bahwa seseorang memiliki informasi privat. Ketidakpercayaannya dengan alasan bahwa jika sang pemilik informasi telah memutuskan untuk membagikan informasi privat miliknya kepada orang lain, meskipun pemilik informasi telah benar-benar memilih sang penerima informasi namun tetap saja tidak ada jaminan bahwa informasi yang sudah dibagikan akan berhenti pada penerima informasi selamanya seperti yang didapat pada hasil wawancara berikut:

“Tapi, kalo Dian pribadi sih agak kurang percaya kalo masing-masing kita tu punya informasi privat kak. Mungkin bisa percaya kalo informasi itu tetap privat kalo belum diceritain ke orang-orang atau belum dibagiin, tapi Dian ga percaya lagi kalo kita punya informasi privat kalo informasi itu tuh udah dibagiin ke orang, karena walaupun udah dipilih-pilih ke siapa aja mau dibagiin tapi gaada jaminan kalau informasi itu bakalan berhenti di mereka selamanya.” (Wawancara dengan Dian pada 10 Mei 2023).

Pada asumsi ini, peneliti juga melihat dengan adanya kepercayaan dari informan mengenai informasi privat dan mereka berhak untuk memilih siapa saja yang bisa menerima informasi tersebut membuat informan untuk bersikap selektif dalam menentukan siapa saja yang bisa menjadi followers pada second account Instagramnya. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa jenis informasi privat yang diungkapkan oleh informan beragam, pada umumnya informan melakukan keterbukaan mengenai gaya berpakaian. Hal yang menjadikan informasi tersebut menjadi privat bagi informan adalah informasi tersebut berkaitan dengan konsep diri informan dan hubungan informan dengan individu lainnya sehingga informan menganggap bahwa informasi tersebut rahasia dan jika informan memutuskan untuk membagi informasi tersebut, hanya orang-orang tertentu yang bisa menerima informasi tersebut dan orang-orang tertentu tersebut adalah followers second account Instagram informan.



**Gambar 1.** Contoh informasi privat mengenai gaya berpakaian (Sumber: Instagram @zahreem, 2023)

Hal ini sesuai dengan asumsi informasi privat pada teori manajemen privasi komunikasi yang dikemukakan oleh Sandra

Petronio yang mengungkapkan bahwa informasi privat merupakan informasi yang berarti bagi seseorang atau bisa disebut dengan informasi rahasia. Sebuah informasi dianggap privat karena adanya kepentingan konsep diri dan hubungan dengan orang lain dari pemilik informasi tersebut. Menurut teori manajemen privasi komunikasi, individu memiliki kepercayaan bahwa mereka pemilik asli dari informasi pribadi dan berhak untuk mengontrol informasi tersebut. Dalam penelitian ini, informan menyadari informasi yang berarti bagi mereka. Sehingga untuk mengungkapkan informasi tersebut informan tidak akan membagikan informasi ke sembarang orang.

Sebagai bahan perbandingan pada penelitian ini, peneliti berpedoman kepada penelitian yang dilakukan oleh Nurul Indriyani (2021) dengan judul Manajemen Privasi di New Media (Studi Kasus Pengelolaan Privasi Oleh Remaja Desa Padang, Grobogan dalam Menggunakan Media Sosial Facebook) yang mana pada penelitian ini informasi privat yang dimaksud berupa informasi mengenai identitas diri informan, sedangkan informasi privat yang dimaksudkan pada penelitian ini ialah informasi yang bersifat rahasia.

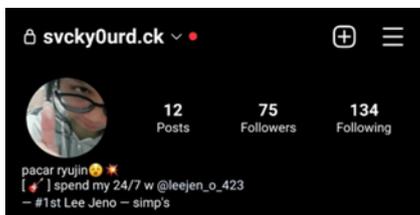
### **Batasan privat pengguna second account instagram pada siswi MAN 1 Kota Bukittinggi**

Dalam hal ini ditemukan bahwasannya para informan bersikap terbuka pada second account Instagram dan memutuskan untuk membagikan informasi privat milik mereka pada akun tersebut. Sebaliknya, para informan memutuskan untuk tidak membagikan informasi privat milik mereka pada second account Instagram karena para informan merasa tidak nyaman jika informasi

privat yang akan mereka bagikan menjadi konsumsi dari banyak orang yang mana seperti hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, pada umumnya para informan memiliki followers yang cukup banyak pada first account mereka.

Peneliti melihat bahwasannya informan telah mengetahui tentang batasan-batasan informasi yang boleh dibagikan kepada banyak orang dan informasi yang seharusnya tidak mereka bagikan atau bahkan yang ingin mereka bagikan kepada orang-orang tertentu saja. Para informan menjelaskan bahwasannya hal itu perlu mereka lakukan karena berkaitan dengan konsep diri mereka. Apabila para informan membagikan informasi privat mereka pada first account Instagram dan dapat dilihat oleh banyak orang, mereka khawatir postingan tersebut akan berdampak negatif kepada para informan dan akan meninggalkan jejak digital. Selain itu, beberapa informan tidak ingin membagikan informasi privat miliknya seperti postingan tanpa menggunakan jilbab karena pada first account Instagram mereka banyak berteman dengan teman-teman laki-laki sehingga mereka merasa tidak nyaman karena para informan dituntut dan sudah seharusnya tidak membagikan postingan yang memperlihatkan aurat mereka kepada lawan jenis. Para informan juga mengungkapkan bahwa mereka akan diberikan sanksi dari sekolah jika mereka sebagai perempuan membuka jilbab di tempat umum. Oleh sebab itu, mereka menjadikan second account Instagram sebagai media untuk membagikan postingan tersebut karena pada umumnya para informan pada akun tersebut hanya berteman dan menerima pertemanan dari sesama perempuan saja.

Walaupun informan bersikap terbuka mengenai informasi privat yang berkaitan dengan informasi yang menyangkut konsep diri dan hubungannya dengan individu lain, akan tetapi peneliti juga melihat bahwa masih terdapat informasi privat yang tidak dibuka secara terang-terangan oleh informan yaitu informasi privat yang berkaitan dengan identitas pribadi informan seperti nama maupun foto profil. Selain itu juga terdapat informan membangun batasan personal dengan tidak membagikan hal-hal yang berhubungan dengan masalah keluarga.



**Gambar 2.** Username second account Instagram informan Titan (Sumber: Instagram @svckyourd.ck, 2023)

Setiap individu pemilik informasi privat dan perbedaan dalam mengelola batasan privat. Hal ini disebabkan karena batasan tersebut dibentuk sendiri oleh masing-masing individu sebagai pemilik informasi privat. Dalam hal ini peneliti melihat bahwa umumnya informan menunjukkan bahwa mereka membentuk batasan privat yang berbeda antara first account Instagram dengan second account Instagram. Menurut mereka postingan yang akan mereka bagikan merupakan informasi privat maka mereka tidak akan membagikan hal tersebut pada first account Instagram, sebaliknya mereka mempertimbangkan untuk membagikan postingan pada second account Instagram.

Hal ini sesuai dengan asumsi batasan privat pada teori manajemen privasi

komunikasi yang dikemukakan oleh Sandra Petronio yang mengungkapkan bahwasannya terdapat garis antara bersikap terbuka atau bersikap tertutup mengenai informasi privat yang mereka punya. Batasan kolektif akan muncul ketika informasi privat yang mereka miliki dibagikan sehingga menyebabkan informasi privat tersebut tidak hanya mengenai dirinya sendiri namun menjadi milik hubungan yang ada. Sedangkan batasan personal akan muncul ketika informasi privat tersebut tetap disimpan dan tidak dibagikan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, para informan membangun batasan privat pada first account Instagram dan membangun batasan kolektif pada second account Instagram. Terdapat beberapa informasi privat yang tidak mereka bagikan pada first account Instagram namun para informan membagikan informasi privat tersebut pada second account Instagram. Para informan memilih untuk membatasi segala informasi yang bersifat privat pada first account Instagram dan tetap menjadi batasan personal dan membagikan beberapa informasi yang bersifat privat pada second account Instagram dan membangun batasan kolektif pada akun tersebut. Selain itu, juga terdapat batasan personal yang secara sengaja ataupun tidak sengaja telah dibangun oleh informan yaitu mengenai identitas pribadi informan.

Untuk bahan perbandingan dalam penelitian ini, peneliti berpedoman pada penelitian Nurul Indriyani (2021) Manajemen Privasi di New Media (Studi Kasus Pengelolaan Privasi Oleh Remaja Desa Padang, Grobogan dalam Menggunakan Media Sosial Facebook) dengan hasil penelitian bahwa masih banyak informan dari penelitian ini yang belum dapat mengelola privasi dengan baik yang mana

menyebabkan mereka banyak membagikan informasi pribadi di media sosial seperti facebook. Banyaknya membagikan informasi pribadi yang dimiliki oleh para informan pada penelitian ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kebanyakan informan belum memahami mengenai privasi dan pentingnya untuk menjaga privasi, sehingga mereka membagikan segala sesuatu tanpa memikirkan risiko yang mungkin dapat terjadi ke depannya. Selain itu, hal ini juga disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari beberapa pihak seperti orang tua, guru, dan pemerintah tentang bahaya dan risiko yang mengancam di internet khususnya media sosial sebagai platform hiburan.

Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah kesadaran terhadap adanya batasan antara informasi yang boleh dibagikan dengan informasi yang tidak boleh dibagikan kepada publik. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada penelitian ini para informan memutuskan untuk tidak mengungkapkan informasi dan menyimpan informasi privat tersebut dengan diri mereka sendiri. Sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan, para informan tidak membagikan informasi privat mereka pada first account Instagram mereka sebagai akun utama Instagram namun mereka membuka batasan personal tersebut pada second account Instagram mereka sehingga pada second account tersebut dibangun lah batasan kolektif.

Penelitian selanjutnya yang menjadi pedoman adalah penelitian yang dilakukan oleh Yogi Rinestu (2022) dengan judul Manajemen Privasi Komunikasi Media Sosial Twitter oleh Mahasiswa UNY dengan hasil penelitian bahwa para informan telah melakukan manajemen privasi komunikasi

dengan bentuk yang bermacam-macam ketika menggunakan twitter. Para informan membangun batasan privat dengan mengunci akun untuk membatasi jangkauan penyebaran informasi, menyeleksi ketika mengelola followers pada akun, serta membatasi interaksi. Informan sudah menyadari mengenai informasi tentang dirinya yang bersifat privat. Meskipun telah melakukan pengelolaan terhadap privasinya, informan tetap memperhatikan dan memilah informasi yang dibagikan, jika memang ranah privat memilih untuk tidak berbagi secara bebas, karena berpikir dampak yang akan timbul.

Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan para informan memiliki batasan informasi yang bersifat privat dan memutuskan untuk membatasi membagikan segala informasi yang bersifat privat tersebut dan tetap membangun batasan personal. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah bagaimana para informan membangun batasan personal tersebut dengan memutuskan untuk menyimpan informasi tersebut dengan dirinya sendiri sedangkan para informan pada penelitian peneliti membangun batasan personal pada first account Instagram namun mereka tidak memutuskan untuk menyimpan informasi tersebut seorang diri, akan tetapi mereka membangun batasan kolektif pada second account Instagram dengan membuka informasi privat yang mereka tidak bagikan pada first account Instagram.

### **Kontrol dan kepemilikan informasi privat pengguna second account Instagram pada siswi MAN 1 Kota Bukittinggi**

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwasannya para informan pada umumnya melakukan kontrol dan

kepemilikan terhadap informasi privat yang mereka bagikan pada second account Instagram. Berdasarkan pengamatan peneliti, mereka lebih ketat mengontrol informasi yang mereka bagikan pada second account Instagram karena akun tersebut merupakan sebuah wadah bagi mereka untuk membagikan informasi privat yang mereka punya. Tentunya mereka tidak ingin apa yang mereka bagikan pada second account tersebut tersebar kepada pihak-pihak yang tidak diinginkan oleh para informan. Para informan juga mengontrol second account Instagram mereka sebagai wadah untuk membagikan informasi privat milik mereka dengan membatasi penyebaran informasi yang mereka bagikan dengan mengunci second account Instagram milik mereka.



**Gambar 3.** Bentuk second account

Instagram informan yang dikunci (Sumber: Instagram @giyoeza, 2023)

Dengan adanya pembatasan yang dilakukan oleh para informan, peneliti juga melihat bahwasannya para informan lebih selektif untuk menentukan followers/pengikut pada second account mereka. Hal ini dapat dilihat dari jumlah followers pada second account Instagram milik informan lebih sedikit dibandingkan jumlah followers pada first account Instagramnya. Untuk menyeleksi siapa saja yang bisa mengikuti second account Instagram milik para informan, mereka memiliki beberapa kriteria dan pada umumnya mereka memiliki kriteria yang

berbeda satu sama lainnya. Para informan akan memilih orang-orang yang dekat secara personal maupun secara emosional maupun orang-orang terdekat yang mereka percaya.

Hal ini sesuai dengan asumsi kontrol dan kepemilikan pada teori manajemen privasi komunikasi yang dikemukakan oleh Sandra Petronio yang menyebutkan bahwasannya seseorang merasa bahwa mereka memiliki informasi privat mengenai diri mereka dan dengan adanya rasa kepemilikan mengenai informasi privat ini mereka percaya bahwa mereka harus mengontrol siapa saja pihak yang bisa menerima informasi privat ini.

Dalam penelitian ini, para informan menyadari dan merasa mereka memiliki informasi privat dan mereka memutuskan untuk membuka informasi privat tersebut pada second account Instagram milik mereka. Dengan adanya pembukaan ini, maka sesuai dengan asumsi batasan privat sebelumnya maka dapat dikatakan para informan telah membangun batasan kolektif pada second account Instagram. Maka secara tidak langsung, informasi yang dibagikan oleh para informan pada second account Instagram tidak hanya menjadi informasi milik para informan saja namun telah menjadi milik bersama dengan followers second account Instagram mereka. Oleh sebab itu, karena para informan telah memutuskan untuk membuka informasi privat miliknya maka para informan merasa mereka perlu melakukan kontrol terhadap informasi privat yang telah mereka bagikan pada second account Instagram tersebut. Bentuk pengontrolan terhadap informasi privat yang dibagikan oleh para informan tersebut adalah dengan membatasi akses pada akun tersebut dengan mengunci second account Instagram milik mereka dan selektif

dalam menentukan followers pada akun tersebut.

Sebagai bahan perbandingan pada penelitian ini, peneliti berpedoman kepada penelitian yang dilakukan oleh Nurul Indriyani (2021) yang berjudul Manajemen Privasi di New Media (Studi Kasus Pengelolaan Privasi Oleh Remaja Desa Padang, Grobogan dalam Menggunakan Media Sosial Facebook Adapun pada asumsi kontrol dan kepemilikan didapatkan hasil bahwasannya hanya sebagian informan yang melakukan kontrol terhadap informasi privatnya di media sosial facebook. Sementara itu sebagian lainnya justru mengabaikan hal tersebut. Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah bagaimana bentuk kontrol yang dilakukan oleh para informan yang melakukan kontrol terhadap informasi privat milik mereka yaitu dengan mengunci akun dan selektif dalam memilih followers pada akun mereka. Sementara itu yang menjadi perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada umumnya para informan pada penelitian yang peneliti lakukan telah melakukan kontrol dan kepemilikan pada second account Instagram mereka.

Penelitian lainnya yang menjadi pedoman pada penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Yogi Rinestu (2022) dengan judul Manajemen Privasi Komunikasi Media Sosial Twitter oleh Mahasiswa UNY yang mana pada asumsi kontrol dan kepemilikan disebutkan bahwasannya terdapat beberapa langkah yang dilakukan oleh para informan sebagai pemilik informasi privat yaitu pertama dengan mengatur akun menjadi privat dan selektif dalam memilih pengikut (followers) atau mengikuti akun (following). Selain itu juga terdapat beberapa informan yang tidak

mempedulikan tentang kontrol dan kepemilikan dari informasi privat tersebut. Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah mengenai bagaimana bentuk kontrol yang dilakukan oleh para informan sebagai pemilik informasi privat sekaligus pemilik akun. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah informan pada penelitian yang peneliti lakukan secara umum peduli dengan bagaimana mereka mengontrol informasi privat yang mereka punya, sedangkan pada penelitian yang menjadi pedoman peneliti masih terdapat beberapa informan yang tidak melakukan kontrol terhadap informasi privat miliknya.

#### **Sistem manajemen berdasarkan aturan pengguna second account Instagram pada siswi MAN 1 Kota Bukittinggi**

Karakteristik Aturan Privasi Pengguna Second Account Instagram pada Siswi MAN 1 Kota Bukittinggi

Dalam hal ini peneliti menemukan bahwasannya pada karakteristik aturan privasi, para informan pada umumnya memutuskan untuk bersikap terbuka mengenai informasi privat yang mereka punya pada second account Instagram karena adanya kriteria yang digunakan oleh para informan. Secara umum, kriteria yang digunakan oleh para informan ketika memutuskan untuk bersikap terbuka tersebut adalah kriteria berdasarkan motivasi. Akan tetapi, peneliti juga menemukan informan yang memutuskan untuk membuka informasi privat miliknya berdasarkan kriteria kontekstual.

Kriteria yang menjadi suatu karakteristik aturan privasi yang digunakan oleh para informan tentunya muncul karena adanya hal-hal yang melatarbelakangi. Para

informan yang menjadikan motivasi sebagai karakteristik aturan privasi memutuskan untuk bersikap terbuka pada second account Instagram karena didasarkan pada hal-hal yang mendorong informan untuk memutuskan untuk bersikap keterbukaan mengenai informasi privat yang mereka punya. Adapun yang menjadi motivasi lima informan tersebut untuk memutuskan bersikap terbuka pada second account Instagramnya secara umum adalah karena para informan menganggap bahwa second account Instagram tersebut merupakan sebuah tempat yang mereka buat agar mereka bisa membagikan informasi privat yang ingin mereka bagi dengan orang-orang yang telah mereka pilih.

Para informan dengan sengaja membuat dua akun yang mana jika mereka ingin membagikan postingan-postingan yang bersifat rahasia maka mereka akan memanfaatkan second account Instagram tersebut. Second account Instagram ini juga menjadikan mereka lebih leluasa untuk membagikan hal-hal tertentu dibandingkan pada first account Instagram milik mereka.

Peneliti juga menemukan informan lainnya dengan kriteria karakteristik aturan privasi yang berbeda, yaitu kriteria berdasarkan kontekstual. Kriteria berdasarkan kontekstual memberikan pengaruh terhadap keputusan yang diambil oleh seseorang mengenai informasi privat yang dimiliki, apakah akan melakukan keterbukaan atau tidak. Informan menjadikan kriteria berdasarkan kontekstual sebagai karakteristik aturan privasinya sebab lingkungan sosial informan yakni teman-teman disekitar informan memberikan pengaruh bagi informan untuk bersikap terbuka pada second account Instagram. Keputusan untuk bersikap terbuka mengenai

informasi privat yang dimiliki oleh informan ini karena melihat teman-teman terdekatnya banyak yang menggunakan second account Instagram dan memanfaatkan second account Instagram sebagai tempat yang lebih leluasa untuk membagikan hal-hal yang tidak bisa mereka bagikan pada first account Instagram. Mengamati hal tersebut, informan yang juga sebelumnya telah memiliki second account Instagram namun tidak terlalu aktif menggunakannya terpengaruh dengan tindakan yang dilakukan oleh teman-teman di sekelilingnya dan memutuskan untuk bersikap terbuka mengenai informasi privat miliknya pada second account Instagram.

Hal ini sejalan dengan asumsi karakteristik aturan privasi pada teori manajemen privasi yang dikemukakan oleh Sandra Petronio yang mana dikatakan bahwasannya karakteristik aturan privasi seseorang dituntun oleh kriteria-kriteria tertentu apakah akan melakukan keterbukaan atau tidak. Dimana pada penelitian, peneliti menemukan bahwa karakteristik aturan privasi para informan dituntun oleh kriteria motivasi dan kontekstual. Jadi, keputusan para informan untuk bersikap terbuka mengenai informasi privat miliknya dituntun oleh adanya motivasi dan kontekstual.

### **Koordinasi Batasan Pengguna Second Account Instagram pada Siswi MAN 1 Kota Bukittinggi**

Pada koordinasi batasan, peneliti menemukan bahwasannya para informan tidak mengatur bagaimana informasi yang telah dibagikannya agar tidak tersebar baik secara eksplisit maupun secara implisit. Para informan juga tidak pernah membuat perjanjian dengan followers pada second account Instagram sebagai penerima informasi privat mengenai bagaimana

---

pengelolaan informasi bersama yang telah dibagikan oleh para informan sebagai pemilik informasi privat.

Peneliti melihat bahwasannya para informan tidak melakukan koordinasi ini sebab mereka percaya bahwa orang-orang yang telah mereka pilih pada second account Instagram tersebut dapat menangani informasi yang para informan bagikan sesuai dengan harapan dari para informan. Oleh sebab itu, ketika para informan menentukan siapa saja yang bisa menerima informasi privat yang mereka bagikan pada second account Instagram mereka lebih selektif untuk menentukah pihak-pihak tersebut. Namun, juga tidak sedikit informan yang tidak melakukan koordinasi batasan ini dikarenakan mereka memang tidak menyadari mengenai hal ini. Ketika para informan telah membagikan informasi privat pada second account Instagram, para informan merasa bahwa followers second account Instagram mereka secara otomatis telah sadar bahwasannya apa yang telah dibagikan oleh para informan di dalam second account tersebut memang hanya terbatas untuk followers pada second account tersebut saja.

Peneliti juga menyimpulkan bahwa ketidadaannya koordinasi yang dilakukan oleh para informan juga terjadi karena informan merasa bahwa informasi privat yang ia bagikan pada second account tersebut memang informasi yang sudah siap ia bagikan, jadi jika followers second account Instagram mereka tidak dapat mengelola informasi yang dimiliki oleh para informan sesuai dengan ekspektasi mereka dengan kata lain terjadi turbulensi batasan, maka informan telah siap menerima risikonya.

Peneliti juga melihat terdapat informan yang terkadang melakukan

koordinasi batasan dan hal ini dilakukan secara eskplisit dengan kata lain, informan tersebut memang secara terang-terangan menyebutkan bagaimana ia ingin followers second account Instagramnya mengelola informasi yang informan bagikan. Namun hal ini hanya bersifat kondisional, tergantung dengan postingan seperti apa yang diunggah oleh informan tersebut.

Berdasarkan asumsi koordinasi batasan pada teori manajemen privasi komunikasi oleh Sandra Petronio yang menyebutkan bahwasannya dalam koordinasi batasan mengacu kepada bagaimana seseorang mengatur informasi yang ia miliki agar tidak tersebar seperti dengan membuat perjanjian baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai bagaimana mengelola informasi yang telah dibagikan. Namun sangat disayangkan pada penelitian ini, peneliti menemukan bahwa pada umumnya informan tidak melakukan koordinasi batasan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan para followers second account Instagram milik mereka.

### **Turbulensi Batasan Pengguna Second Account Instagram pada Siswi MAN 1 Kota Bukittinggi**

Dalam hal turbulensi batasan, peneliti menemukan bahwasannya para informan sebagai pemilik informasi privat pada umumnya belum pernah mengalami turbulensi batasan dengan followers second account Instagram mereka sebagai penerima informasi privat. Peneliti melihat bahwa hal ini dapat terwujud sebab para informan yang lebih selektif dalam memilih followers pada second account Instagram mereka. Akan tetapi, walaupun telah bijak dan berhati-hati dalam memilih untuk membagikan sesuatu di

media sosial atau telah berhati-hati dalam menyaring pertemanan pada media sosial, bocornya informasi yang dibagikan merupakan suatu keadaan yang tidak dapat diabaikan.

Peneliti menemukan bahwa para informan memiliki cara yang beragam jika turbulensi batasan ini terjadi kepada mereka. Beberapa informan akan mengambil tindakan sesuai dengan seberapa parah dan pentingnya informasi privat yang dibocorkan tersebut berdampak kepada diri mereka sebagai pemilik informasi privat. Para informan tidak akan mengambil tindakan jika informasi yang dibocorkan oleh followers second account Instagram mereka kepada pihak ketiga adalah informasi yang tidak begitu penting dan tidak terlalu berdampak terhadap mereka. Namun, jika informasi yang dibocorkan oleh followers second account Instagram mereka tersebut merupakan informasi yang sangat privat, penting, dan menyangkut dengan konsep diri para informan atau menyangkut terhadap hubungan para informan dengan orang lainnya maka para informan akan bersikap tegas kepada pihak yang telah menyebarkan informasi privat tersebut.

Beberapa informan menyebutkan bahwa ia akan langsung menghapus pihak yang telah menyebarkan informasi privat miliknya dari second account Instagram, sedangkan beberapa informan lainnya menyebutkan bahwa mereka akan mengkonfirmasi dan membicarakan dulu kepada pihak yang telah menyebarkan informasi privat milik informan. Apakah ia sengaja menyebarkan atau tidak sengaja, atau apakah ia sedang berada pada kondisi emosi yang tidak stabil atau bagaimana. Informan mengaku bahwa ia tidak akan langsung menghapus pihak yang bersangkutan dari

second account Instagram miliknya. Informan lainnya menyebutkan bahwa jika terjadi turbulensi batasan maka ia akan menerima risiko, karena informan merasa jika ia memutuskan untuk membagikan informasi tersebut pada second account Instagram berarti informan telah siap dengan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi.

Hal ini sesuai dengan asumsi turbulensi batasan pada teori manajemen privasi komunikasi oleh Sandra Petronio yang mengungkapkan bahwasannya ketika pemilik informasi privat memutuskan untuk memilih orang lain untuk masuk ke dalam batasan privasi yang dimiliki, maka terkadang dalam suatu keadaan akan didapatkan feedback yang tidak sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pemilik informasi privat. Dalam hal ini, para informan yang merupakan pemilik dari informasi privat telah memutuskan untuk membagikan informasi privat milik mereka kepada pihak lainnya yaitu followers pada second account Instagram para informan. Para informan telah memilih pihak penerima informasi privat masuk ke dalam batasan privasi yang dimiliki oleh para informan. Namun, berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan, walaupun para informan telah memasukkan pihak lain ke dalam batasan privasi miliknya, para informan belum pernah mengalami turbulensi batasan seperti bocornya informasi privat yang mereka miliki.

Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian ini, peneliti berpedoman kepada penelitian yang dilakukan oleh Yogi Rinestu (2022) dengan judul Manajemen Privasi Komunikasi Media Sosial Twitter oleh Mahasiswa UNY yang mana pada asumsi sistem manajemen berdasarkan aturan

didapatkan bahwa keputusan untuk membuka informasi privat pada penelitian ini didasarkan pada kriteria budaya, gender, motivasi, kontekstual, dan resiko keuntungan. Pada penelitian ini informan juga melakukan koordinasi batasan dengan mengubah akun menjadi privat, kemudian pada penelitian ini juga informan tidak pernah mengalami turbulensi batasan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada asumsi sistem manajemen berdasarkan aturan didapatkan bahwa keputusan untuk membuka informasi privat pada penelitian yang peneliti lakukan hanya didasarkan pada kriteria motivasi dan kontekstual. Perbedaan lainnya juga terdapat pada koordinasi batasan yang tidak dilakukan oleh informan pada penelitian yang peneliti lakukan.

### **Dialektika manajemen pengguna second account Instagram pada siswi MAN 1 Kota Bukittinggi**

Dalam hal ini peneliti menemukan bahwasannya sebelum memutuskan untuk membagikan informasi privat pada second account Instagram, para informan tetap mengalami ketegangan-ketegangan antara ingin bersikap terbuka mengenai informasi privat yang mereka punya dengan membagikan pada second account Instagram atau ingin bersikap tertutup mengenai informasi privat yang mereka punya dengan tidak membagikan informasi privat yang mereka punya pada second account Instagram dan menyimpannya dengan diri mereka sendiri. Walaupun mereka sudah sangat selektif dalam menentukan siapa saja yang bisa menerima informasi privat milik mereka atau dengan kata lain followers pada second account Instagram, namun mereka tetap mempertimbangkan sebelum

memutuskan untuk membagikan informasi privat tersebut pada second account Instagram.

Namun, peneliti mendapatkan hasil yang sama pada turbulensi batasan yaitu informan juga tidak pernah mengalami turbulensi batasan. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Yogi Rinestu (2022) tidak membahas mengenai bagaimana bentuk tindakan yang dilakukan informan jika terjadi turbulensi batasan.

Informan mengungkapkan bahwasannya, seseorang tidak selamanya bisa dipercaya dan terkadang bisa saja mereka akan melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ekspektasi para informan. Jadi sebelum memutuskan untuk membagikan informasi privat pada second account Instagram, para informan tetap berpikir dengan matang serta berhati-hati. Peneliti melihat bahwasannya walaupun para informan memutuskan untuk bersikap terbuka dan membangun batasan kolektif pada second account Instagram milik mereka namun mereka tidak bisa mengendalikan bagaimana pihak penerima informasi mengelola informasi yang telah dibagikan oleh para informan. Terlebih lagi, para informan tidak pernah melakukan koordinasi batasan dengan followers pada second account Instagram. Oleh sebab itu, memang sudah seharusnya para informan untuk berhati-hati ketika membagikan informasi privat.

Selain itu, peneliti menilai bahwa para informan mengalami dialektika manajemen untuk menghindari turbulensi batasan yang mungkin akan terjadi. Para informan berhati-hati sebelum membagikan informasi privat sebab untuk mengantisipasi bocornya informasi privat yang dibagikan apabila informasi tersebut dapat berpeluang

menyinggung beberapa pihak yang mungkin saja para informan tidak bermaksud untuk melakukan hal tersebut. Dialektika manajemen ini juga terjadi karena adanya pertimbangan yang difikirkan oleh para informan bagaimana feedback dari followers second account Instagram mereka jika melihat informasi privat yang dibagikan oleh para informan.

Hal ini sesuai dengan asumsi dialektika manajemen pada teori manajemen privasi komunikasi oleh Sandra Petronio yang berfokus kepada ketegangan-ketegangan yang dilalui oleh seseorang antara ingin bersikap terbuka atau tertutup mengenai informasi privat yang dimilikinya. Pada penelitian ini, para informan pada umumnya mengalami dialektika manajemen sebelum memutuskan untuk membagikan informasi privat yang mereka miliki pada second account Instagram. Para informan berpikir hal tersebut memang perlu dilakukan walaupun itu di second account Instagram yang mana akun yang bersifat privat. Menurut para informan, mereka tidak bisa mengendalikan bagaimana penerima informasi privat mengelola informasi yang mereka dapatkan. Jadi dapat disimpulkan bahwasannya ketegangan-ketegangan yang dialami oleh para informan merupakan sebuah bentuk upaya untuk mengantisipasi terjadinya turbulensi batasan.

Sebagai bahan perbandingan pada penelitian ini, peneliti berpedoman kepada penelitian yang dilakukan oleh Nurul Indriyani (2022) yang berjudul Manajemen Privasi di New Media (Studi Kasus Pengelolaan Privasi oleh Remaja Desa Padang Grobogan dalam Menggunakan Media Sosial Facebook) dan penelitian yang dilakukan oleh Yogi Rinestu (2022) dengan judul Manajemen Privasi Komunikasi Media

Sosial Twitter oleh Mahasiswa UNY yang mana didapatkan hasil yang sama bahwa sebelum memutuskan untuk membuka informasi privat, informan terlebih dulu mempertimbangkan dan berpikir dengan matang.

## **KESIMPULAN**

Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Second Account Instagram dalam Pengungkapan Diri pada Siswi MAN 1 Kota Bukittinggi adalah Informan paham dan percaya mereka memiliki informasi privat yang mana informasi tersebut hanya bisa dibagikan kepada orang tertentu. Adapun informasi privat yang umumnya dibagikan oleh informan pada second account Instagram adalah gaya berpakaian, pertemanan, sekolah, hubungan asmara, dan kegemaran terhadap K-Pop.

Second account Instagram, batasan kolektif informan berkaitan dengan 5 jenis informasi privat yang dibagikan oleh informan, sedangkan batasan personal informan pada umumnya mengenai identitas diri seperti username akun dan foto profil. Asumsi kontrol dan kepemilikan, informan mengontrol informasi privat yang dibagikan dengan mengunci akunnya dengan tujuan untuk membatasi penyebaran informasi sedangkan untuk kepemilikan informasi, informan selektif dalam menentukan followers second account Instagramnya.

Menerapkan sistem manajemen berdasarkan aturan, motivasi, dan kontekstual menjadi kriteria informan memutuskan bersikap terbuka pada second account. Untuk koordinasi batasan, informan tidak melakukan perjanjian dengan followers second account Instagramnya akan tetapi informan tidak pernah mengalami turbulensi batasan.

Dalam asumsi dialektika manajemen, meskipun informan telah memilih siapa saja followers second account Instagramnya, namun informan tetap berhati-hati dan mempertimbangkan sebelum membagikan informasi privatnya pada second account Instagram.

## REFERENSI

- Annastasya. (2021). *Perkembangan Fitur Instagram Selama 11 Tahun, Apa Saja?* Minews.Id.  
<https://www.minews.id/gaya-hidup/perkembangan-fitur-instagram-selama-11-tahun-apa-saja>
- Kang, J., & Wei, L. (2020). Let me be at my funniest: Instagram users' motivations for using Finsta (a.k.a., fake Instagram). *Social Science Journal*, 57(1), 58–71.  
<https://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.12.005>
- Novianda, F. (2022). *Semaraknya Second Account pada Instagram terkait Keterbukaan Informasi dengan Melihat dari Perspektif Dramaturgi*. Kakilangit.  
<https://www.kakilangit.id/news/semaraknya-second-account-pada-instagram-terkait-keterbukaan-informasi-dengan-melihat-dari-perspektif-dramaturgi/#:~:text=Misalnya%2Cfirst account digunakan sebagai,dapat berinteraksi dengan yang dipercaya.>
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195–1204. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/838>
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3).
- Rizaty, M. A. (2022). *Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram per Kuartal I 2022*. Databoks.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>
- Salsabila, I. R., & Nuraeni, R. (2022). *Relationship Between Second Account Activities In Social Media Instagram And Self Disclosure On Generation Z In Bandung*. 9(4), 2536–2541.
- Shabrina, M., Aqilla, N., & Sudrajat, R. H. (2022). *Analisis Citra Diri Pada Penggunaan Second Account Aplikasi Instagram Self-Image Analysis On The Use Of Second Account Instagram Application*. 9(2), 908–913.
- Stephanie, C. (2020). *Hari Ini dalam Sejarah: Aplikasi Instagram Pertama Kali Dirilis*. Kompas.Com.  
<https://tekno.kompas.com/read/2020/10/06/14000057/hari-ini-dalam-sejarah--aplikasi-instagram-pertama-kali-dirilis?page=all>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis* (Cetakan ke). Penerbit Alfabeta.

- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan* (Cetakan ke). Kencana.
- Zainuri, A. A. (2021). *The Closest One (Analisis Manajemen Privasi Komunikasi Pada Akun Kedua Instagram Menggunakan Teori Communication Privacy Management Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret)*. Universitas Sebelas Maret.
- Annastasya. (2021). *Perkembangan Fitur Instagram Selama 11 Tahun, Apa Saja?* Minews.Id.  
<https://www.minews.id/gaya-hidup/perkembangan-fitur-instagram-selama-11-tahun-apa-saja>
- Kang, J., & Wei, L. (2020). Let me be at my funniest: Instagram users' motivations for using Finsta (a.k.a., fake Instagram). *Social Science Journal*, 57(1), 58–71.  
<https://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.12.005>
- Novianda, F. (2022). *Semaraknya Second Account pada Instagram terkait Keterbukaan Informasi dengan Melihat dari Perspektif Dramaturgi*. Kakilangit.  
<https://www.kakilangit.id/news/semaraknya-second-account-pada-instagram-terkait-keterbukaan-informasi-dengan-melihat-dari-perspektif-dramaturgi/#:~:text=Misalnya%2C first account digunakan sebagai,dapat berinteraksi dengan yang dipercaya.>
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195–1204. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/838>
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3).
- Rizaty, M. A. (2022). *Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram per Kuartal I 2022*. Databoks.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>
- Salsabila, I. R., & Nuraeni, R. (2022). *Relationship Between Second Account Activities In Social Media Instagram And Self Disclosure On Generation Z In Bandung*. 9(4), 2536–2541.
- Shabrina, M., Aqilla, N., & Sudrajat, R. H. (2022). *Analisis Citra Diri Pada Penggunaan Second Account Aplikasi Instagram Self-Image Analysis On The Use Of Second Account Instagram Application*. 9(2), 908–913.
- Stephanie, C. (2020). *Hari Ini dalam Sejarah: Aplikasi Instagram Pertama Kali Dirilis*. Kompas.Com.  
<https://tekno.kompas.com/read/2020/10/06/14000057/hari-ini-dalam-sejarah--aplikasi-instagram-pertama-kali-dirilis?page=all>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*  
(Cetakan ke). Penerbit Alfabeta.

Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian  
Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian  
Gabungan* (Cetakan ke). Kencana.

Zainuri, A. A. (2021). *The Closest One  
(Analisis Manajemen Privasi  
Komunikasi Pada Akun Kedua  
Instagram Menggunakan Teori  
Communication Privacy Management  
Di Kalangan Mahasiswa Universitas  
Sebelas Maret)*. Universitas Sebelas  
Maret.