

Multiple Digital Selves: Negosiasi dan Fragmentasi Identitas pada Multi-Account Instagram Generasi Z

Multiple Digital Selves: Identity Negotiation and Fragmentation Across Multiple Instagram Accounts Among Generation Z

Ruth Putryani Saragih¹⁾, Athaya Khalishah Az Zahra^{2)*} dan Andi Al Risala Chelsea³⁾

^{1), 2), 3)} Program Studi Ilmu Komunikasi/Universitas Bakrie

Abstrak

Fenomena kepemilikan banyak akun (*multi-account*) Instagram di kalangan Generasi Z menggeser konsep dramaturgi tradisional Erving Goffman dari dualitas panggung menjadi panggung jamak atau multiple stages. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana Generasi Z menegosiasikan panggung multi-akun mereka serta memaknai fenomena fragmentasi identitas di tengah identitas digital yang beragam (*multiple digital selves*). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan 10 informan mahasiswa Generasi Z yang aktif mengelola minimal tiga akun Instagram, serta didukung oleh observasi dokumen berupa akun Instagram milik informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang digital Generasi Z berkembang menjadi ekosistem panggung yang kompleks, bahkan mencakup ranah off-stage berupa akun privat tanpa penonton. Pengelolaan kesan dilakukan secara sadar dan sistematis, di mana akun utama berfungsi sebagai panggung formal dengan standar estetika yang ketat, sedangkan akun alternatif bertindak sebagai panggung belakang dengan aturan yang lebih longgar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan banyak panggung digital tidak menghasilkan fragmentasi identitas yang negatif, melainkan melahirkan integrasi yang saling melengkapi (*complementary integration*). Seluruh akun merupakan representasi dari satu diri yang utuh namun kompleks yang tersegmentasi sesuai konteks dan audiens. Tingkat fragmentasi identitas tidak ditentukan oleh kuantitas akun yang dimiliki, melainkan oleh besarnya jarak identitas yang harus dijembatani antara satu panggung dan panggung lainnya.

Kata Kunci: *Multi-Account Instagram, Dramaturgi, Fragmentasi, Negosiasi Identitas*

Abstract

The phenomenon of multiple Instagram account ownership (multi-account) among Generation Z has shifted Erving Goffman's traditional dramaturgical theory from a duality of stages into multiple stages. This study aims to analyze in depth how Generation Z negotiates their multi-account stages and interprets identity fragmentation amid diverse digital identities (multiple digital selves). The approach used in this study is qualitative with a phenomenological research design. Data were collected through semi-structured, in-depth interviews with 10 Generation Z student informants who actively manage at least 3 Instagram accounts, supplemented by document observations of the informants' Instagram accounts. The results show that Generation Z's digital space has evolved into a complex ecosystem of stages, even extending to the off-stage realm through private accounts without an audience. Impression management is carried out consciously and systematically, with the primary account functioning as a formal stage with strict aesthetic standards, whereas alternative accounts serve as a backstage with more relaxed rules. This study concludes that managing multiple digital stages does not result in negative identity fragmentation, but instead gives rise to a complementary integration. All accounts represent a whole yet complex self, segmented by context and audience. The level of identity fragmentation is not determined by the number of accounts owned, but by the extent of the identity gap that must be bridged between stages.

Keywords: *Multi-Account Instagram, Dramaturgical, Fragmentation, Identity Negotiation*

*Korespondensi Penulis: Ruth Putryani Saragih
E-mail: ruth.saragih@bakrie.ac.id

Pendahuluan

Generasi Z adalah generasi yang lahir dan tumbuh dalam kondisi internet dan media sosial berkembang secara masif. Teknologi digital bagi Generasi Z bukan sekedar alat, melainkan habitat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2025 (APJII, 2025), jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi internet mencapai 229.428.41 jiwa di mana kelompok Generasi Z mendominasi dalam kontribusi penggunaan internet paling tinggi, yakni mencapai 25,54 persen. Laporan APJII tahun 2025 juga mencatat bahwa penggunaan internet paling banyak dihabiskan untuk mengakses media sosial, salah satu di antaranya adalah Instagram. Data ini bukan hanya sekedar statistik demografis, melainkan realitas bahwa kehidupan sosial, identitas, dan ekspresi diri Generasi Z berlangsung secara simultan di dua arena sekaligus, yakni dunia fisik dan dunia digital.

Lebih jauh, Generasi Z menghabiskan lebih dari empat jam sehari di media sosial, menjadikan kelompok ini tercatat sebagai pengguna paling aktif secara global (SlateTeam, 2025). Fenomena penggunaan media sosial ini juga diperkuat melalui laporan Data Reportal tahun 2025 (Kemp, 2025) yang menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi ketiga dunia yang memiliki audiens Instagram terbanyak, yakni mencapai 103.400.000 audiens dengan 70% pengguna media sosial berusia antara 16 tahun hingga 34 tahun.

Penggunaan Instagram bagi Generasi Z kini bukan hanya sekedar platform berbagi foto dan bersosialisasi selayaknya media sosial yang difungsikan. Kini Instagram telah bertransformasi menjadi ruang sosial yang kompleks. Instagram juga telah menjadi wadah di mana identitas pengguna dibangun, citra diri dikelola, relasi sosial dinegosiasikan, dan pengakuan sosial terjadi setiap harinya. Namun justru pada bagian inilah muncul sebuah masalah baru, sebab ketika seluruh lingkaran sosial seseorang, mulai dari keluarga, teman

dekat, rekan kampus, kenalan lama, hingga relasi yang baru dikenal, berkumpul dalam satu akun yang sama, lantas pengguna akun media sosial dihadapkan pada dilema konten yang layak ditampilkan kepada seluruh audiens tersebut secara bersamaan. Ditambah lagi, adanya kekhawatiran dalam mengekspresikan diri yang aman tanpa risiko disalahpahami ataupun dipandang negatif oleh para audiens.

Sebagai respons terhadap dilema tersebut, berkembanglah sebuah praktik yang kini telah menjadi fenomena tersendiri di kalangan Generasi Z, yakni kepemilikan lebih dari satu akun Instagram secara bersamaan. Praktik ini tidak lagi sebatas memiliki *second account*, namun temuan lapangan menunjukkan bahwa banyak Generasi Z kini mengelola tiga, empat, bahkan lima akun Instagram sekaligus, dengan masing-masing akun memiliki audiens yang tersegmentasi dan fungsi yang berbeda-beda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Alamsyah, Ardelisma, & al, 2025) menunjukkan bahwa penggunaan *second account* oleh Generasi Z di Kota Medan menjadi cara untuk memisahkan identitas public dan identitas pribadi di ruang digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa *second account* membantu pengguna menjaga privasi, membatasi audiens, serta menyalurkan pemikiran atau emosi yang tidak ditampilkan di akun utama. Namun, tantangan pun muncul dalam mengelola dua akun Instagram, seperti kesulitan mengelola waktu, menjaga konsistensi identitas digital, hingga kekhawatiran bahwa identitas pribadi dapat terbongkar akibat algoritma media sosial atau interaksi antarpengguna.

Kompleksitas ini semakin nyata ketika melihat ragam fungsi yang ada pada setiap akun. Dalam penelitian (Putranto, Murwani, & Prasetyo, 2025) menunjukkan bahwa akun utama digunakan sebagai media untuk membangun citra ideal, formal, dan memperoleh validasi sosial. Sementara itu *second account* berfungsi untuk memungkinkan pengguna menampilkan sisi diri yang lebih autentik dan random kepada lingkaran pertemanan yang lebih terbatas. Riset

ini juga menunjukkan penggunaan banyak akun juga memunculkan “*dramaturgical conflict*” yaitu tekanan emosional akibat harus terus menjaga performa identitas berbeda di ruang digital, yang berpotensi menimbulkan *digital fatigue* dan kelelahan psikologis

Penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada kepemilikan akun Instagram antara *primary account* dan *second account* untuk menggambarkan keseluruhan kompleksitas praktik *multi-account* yang sesungguhnya terjadi (Nugraha, Sukmarini, & Yusuf, 2023) (Iloen & Kusumiati, 2026). Penelitian yang secara khusus mengkaji dinamika kepemilikan lebih dari dua akun Instagram masih sangat terbatas. Di samping itu, penelitian-penelitian yang sudah ada umumnya memetakan apa yang dilakukan pengguna di akun-akun Instagram milik mereka, tanpa menggali secara mendalam bagaimana mereka memaknai dan mengalami fragmentasi serta negosiasi identitas yang timbul dari praktik tersebut. Untuk membaca fenomena ini, penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi Erving Goffman (Goffman, 1959) yang memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan teatral, di mana individu sebagai aktor menampilkan dirinya di hadapan penonton yang berbeda di *front stage* atau panggung depan, sementara di *back stage* atau panggung belakang mereka bisa melepas peran dan menjadi diri yang lebih apa adanya. Di samping *front stage* dan *back stage*, teori Dramaturgi juga mengenal *off stage* di mana seseorang benar-benar menjadi dirinya sendiri. Sebuah ruang privat yang tidak akan ditampilkan baik di *back stage* maupun di *front stage* karena dapat mengakibatkan rusaknya pencitraan yang sudah dibangun (Hastuti, Ali, Demmallino, & Rahmadanih, 2018). Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan kesan” (*impression management*), yaitu teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Goffman juga menekankan bahwa pertunjukan yang

dibawakan suatu tim sangat bergantung pada kesetiaan setiap anggotanya. Setiap anggota memegang rahasia tersembunyi bagi khalayak yang memungkinkan kewibawaan tim tetap terjaga. Dalam kerangka yang lebih luas, sebenarnya khalayak juga dapat dianggap sebagai bagian dari tim pertunjukan. Artinya agar pertunjukan sukses, khalayak juga harus berpartisipasi untuk menjaga agar pertunjukan secara keseluruhan berjalan lancar (Musta'in, 2010).

Manajemen atau pengelolaan impresi melibatkan berbagai teknik, baik verbal maupun nonverbal, seperti pengaturan penampilan fisik (pakaian atau gaya rambut), penggunaan bahasa yang tepat, kontrol ekspresi wajah dan gerakan tubuh, hingga pemilihan informasi yang dibagikan atau disembunyikan. Tujuan dari pengelolaan impresi ini adalah untuk memproyeksikan citra diri yang kredibel dan sesuai dengan peran yang sedang dimainkan. (Mokos & Salehudin, 2025). Melalui pengelolaan kesan ini lah akhirnya yang membuat para Generasi Z memiliki “kostum” dan “naskah”nya sendiri pada masing-masing akun yang dikelolanya.

Praktik *multi-account* ini menggeser pemahaman dramaturgi tradisional yang tadinya hanya terdiri dari satu panggung depan dan satu panggung belakang, menjadi panggung yang berlipat ganda (*multiple stages*). Kehadiran ragam panggung ini melahirkan realitas identitas baru berupa *multiple digital selves* atau identitas diri digital yang beragam. Setiap akun Instagram menuntut para penggunanya memiliki “kostum”, “naskah” (*caption*), filter estetika, dan gaya komunikasi yang berbeda. Akibatnya, individu dituntut memiliki keterampilan yang tinggi untuk terus menerus melakukan negosiasi identitas agar tidak terjadi kebocoran informasi antarpanggung, sebagaimana *off stage* yang diatur dalam Teori Dramaturgi Goffman.

Di satu sisi, kemampuan mengelola berbagai panggung ini merupakan bentuk kemampuan beradaptasi yang dimiliki oleh Generasi Z di ruang digital. Namun di sisi lain, praktik ini memunculkan tantangan baru berupa fragmentasi identitas. Pengelolaan multiple

digital selves justru berisiko membuat batasan identitas menjadi kabur, di mana pengguna mungkin mengalami kelelahan dalam mengelola peran yang kerap berganti, yang akhirnya menimbulkan pertanyaan mengenai di mana letak identitas diri yang paling otentik dari multi-account yang dimiliki oleh para Generasi Z ini. Kondisi ini memunculkan pertanyaan yang lebih jauh, yakni bagaimana proses negosiasi identitas yang dilakukan oleh pengguna akun Instagram dan apakah pengelolaan banyak panggung digital secara bersamaan akhirnya menghasilkan identitas diri yang terfragmentasi atau justru memperkaya identitas diri?

Sejauh ini, banyak studi Ilmu Komunikasi yang masih berfokus pada penggunaan *first account* dan *second account*. Belum banyak penelitian akademis yang menyoroti praktik kepemilikan lebih dari dua akun (*multi-account*) sebagai sebuah ekosistem panggung identitas tersendiri. Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menggunakan kerangka Teori Dramaturgi Goffman guna menganalisis secara mendalam bagaimana Generasi Z menegosiasikan panggung *multi-account* mereka, serta bagaimana mereka memaknai fenomena fragmentasi identitas di tengah *multiple digital selves* pada platform Instagram.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pemilihan fenomenologi didasarkan pada tujuan utama penelitian, yakni untuk menggali, memahami, dan mendeskripsikan makna dari pengalaman subjektif Generasi Z dalam mengelola panggung digital yang majemuk (*multiple digital selves*) di Instagram. Moleong dalam Jurnal (Nasir & al, 2023) menyatakan bahwa pengalaman diartikan sebagai pengalaman yang dialami oleh seseorang, sekelompok orang secara sadar (*conscious experience*). Pengalaman-pengalaman ini digunakan untuk menganalisis peristiwa, memahami maksud dan

motif orang, mencapai pemahaman topik, dan mengoordinasikan tindakan. Littlejohn di dalam bukunya menyoroti tiga gagasan mendasar dari fenomenologi di antaranya:

1. Pengetahuan ditemukan langsung dari pengalaman sadar, bukan disimpulkan dari pengalaman. Peneliti mengkaji pengalaman subjek penelitian
2. Pentingnya sesuatu ditentukan oleh kegunaannya dalam kehidupan seseorang. Makna kehidupan seseorang menentukan hubungan seseorang. Peneliti menafsirkan situasi yang ditemui subjek penelitian
3. Bahasa adalah alat untuk menyampaikan makna. Seseorang mempunyai suatu pengalaman dan kemudian menafsirkan pengalaman itu dengan menggunakan kata-kata. Wawancara sangat penting dalam memahami fenomena yang sedang diselidiki. Kata-kata dipadukan ke dalam bahasa dan diteliti untuk menjadikan makna suatu pengalaman yang dipelajari dalam suatu kondisi atau scenario yang dilihat, dirasakan, dan dialami. (Littlejohn, 2005)

Adapun subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan informasi berdasarkan kriteria-kriteria spesifik yang dinilai paling mewakili fenomena yang diteliti. Adapun jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang, dengan kriteria utama yakni (1) Individu yang termasuk dalam kelompok Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012); (2) Memiliki dan secara aktif mengelola setidaknya tiga akun Instagram yang masing-masing memiliki peruntukan, fungsi, atau target audiens yang berbeda-beda secara bersamaan; (3) Aktif sebagai mahasiswa. Pemilihan mahasiswa secara khusus ditujukan untuk melihat bagaimana kelompok dengan literasi media dan pemahaman komunikasi digital secara akademis merefleksikan praktik pengelolaan identitas mereka. Dari kriteria tersebut, peneliti menetapkan sebanyak 10

orang informan kunci yang dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam semi-terstruktur (*semi-structured in-depth interview*) yang dilakukan secara individual dengan masing-masing informan. Pertanyaan-pertanyaan wawancara difokuskan pada tiga dimensi utama yang mengacu pada kerangka dramaturgi yakni bagaimana informan mendefinisikan dan mengelola fungsi setiap akun beserta audiensnya, strategi yang mereka gunakan untuk menjaga agar akun-akun tersebut tidak saling bocor kepada audiens yang tidak dikehendaki, serta bagaimana mereka memaknai pengalaman memiliki dan mengelola banyak versi diri secara bersamaan, termasuk apakah mereka mengalami fragmentasi identitas, kelelahan digital (*digital fatigue*), atau justru perasaan kebebasan dari praktik tersebut. Selain itu, teknik pengumpulan data kedua adalah observasi dokumen, yakni peneliti mengamati secara langsung akun-akun Instagram informan, yang tentunya dengan seizin informan, sebagai data pendukung yang memungkinkan peneliti melihat pertunjukan identitas digital yang sesungguhnya, bukan hanya yang dilaporkan secara verbal.

Hasil Dan Pembahasan

Panggung Jamak (*Multiple Stages*) Hingga *Off Stage*

Dramaturgi tradisional Goffman yang semula hanya memetakan interaksi manusia ke dalam dualitas panggung (depan dan belakang) kini bergeser di era digital menjadi panggung yang berlipat ganda (*multiple stages*). Hasil penelitian yang dihimpun dari sepuluh informan yang keseluruhannya adalah Generasi Z menunjukkan bahwa panggung digital Generasi Z jauh lebih kompleks dari sekadar dua panggung tersebut. Dalam penelitian ini

menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki lebih dari dua akun Instagram yang semuanya aktif secara bersamaan. Bahkan di level yang lebih ekstrem, dua informan yakni Tsabita dan Aurelya memiliki enam akun Instagram yang mereka kelola secara aktif. Selanjutnya, informan bernama Riffani memiliki lima akun, sedangkan informan bernama Amelia, Anita, dan Annais memiliki empat akun. Sementara informan Jihad, Nadine, Rachel, dan Olivia memiliki tiga akun Instagram aktif. Keseluruhan dari informan ini menunjukkan bahwa kepemilikan *multi-account* bukan lagi sesuatu yang asing, namun menjadi aktivitas digital yang sudah biasa terjadi di kalangan Generasi Z. Temuan ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Putranto, Murwani, & Prasetyo, 2025) bahwa beberapa informan Gen Z memiliki hingga lima akun Instagram dengan fungsi terpisah, seperti fungsi formal yakni personal hingga fungsi khusus seperti *stalking* dan juga *fangirling*.

Seperti akun Instagram yang dimiliki Aurelya, akun Instagram ketiga hingga keenam lebih banyak diperuntukkan untuk hal-hal yang berkaitan dengan K-Pop. Dalam wawancara dengan peneliti, ia mengungkapkan ia menyukai grup member K-Pop yang berbeda sehingga ia membedakan akunnya sampai menjadi tiga akun Instagram.

Yang menarik, dalam penelitian ini juga ditemukannya kategori akun yang bahkan tidak memiliki penonton sama sekali. Kondisi ini menarik lantaran tidak terwadahi dalam teori Goffman. Informan Amelia secara eksplisit menyebut akun ketiganya sebagai ruang yang hanya ia gunakan untuk diri sendiri, tanpa *followers* dan juga tanpa *following*. Akun ketiga miliknya semata-mata hanya difungsikan sebagai wadah untuk berkeluh-kesah.

“3rd *account* hanya saya pribadi tanpa *followers* dan *following*. Akun ke-3 saya ini saya gunakan untuk nge-rant keluh kesah saya.” (Wawancara peneliti dengan Amalia, 15 Mei 2026).

Tidak hanya Amelia, informan Anita juga memiliki akun tanpa penonton. Akun tersebut ia gunakan sebagai *back up* galeri digital yang sepenuhnya tersembunyi, tanpa unsur nama asli. Hal ini ia lakukan agar tidak ada relasinya yang mengetahui akun tersebut. Tsabita juga memiliki akun sebagai ruang pribadi untuk eksperimen dan menyimpan konten tanpa *followers*. Fungsi sosial media ini ia tempatkan pada akun ke-5 miliknya. Kondisi yang digambarkan oleh Amelia, Anita, dan juga Tsabita ini senada dengan apa yang digambarkan dalam kajian identitas digital Gen Z kontemporer, di mana pengguna muda kini menghuni berbagai persona di akun alternatif. Gambaran ini menunjukkan sebuah kondisi di mana para Generasi Z membentuk diri yang terfragmentasi namun dimediasi secara kompleks. Bahkan eksistensi *off stage* menunjukkan bahwa kebutuhan akan ruang privat yang aman tetap menjadi prioritas utama bagi Generasi Z.

Impression Management di Setiap Panggung

Goffman mendefinisikan *impression management* sebagai teknik-teknik yang digunakan oleh aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu guna mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks *multi-account* Instagram, *impression management* tidak lagi berlangsung di satu panggung, melainkan berlangsung secara simultan di beberapa panggung sekaligus, dengan “kostum” dan “naskah” yang berbeda di setiap akun. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa informan melakukan negosiasi identitas secara sadar, sistematis, dan berbeda di setiap akun yang mereka miliki.

Di akun utama (*front stage*), *impression management* berlangsung paling ketat. Tsabita mengungkapkan standar akun pertamanya dengan sangat eksplisit. “Untuk di *first account* satu yang pasti harus foto yang sayanya sangat cantik dan super *aesthetic tone* warnanya. Saya pribadi apabila mau posting story di *first account* biasanya foto saya yang sedang *fine dining*” (Wawancara peneliti dengan Tsabita, 17 Mei 2026).

Tsabita menambahkan, apabila sesuatu tidak memenuhi standar estetika tersebut, maka konten tersebut tidak akan pernah ia unggah pada akun utamanya tersebut. Ia bahkan juga mempertimbangkan *tone* pada warna *feeds* secara keseluruhan sebagai bagian dari pengelolaan kesan, serta memilih menggunakan bahasa Inggris di caption akun utama miliknya guna memperkuat identitas yang ia bangun pada akun pertama, yakni sosok yang “agak misterius” namun tetap *friendly* dan *classy*. Perlakuan berlapis pada akun utama tidak hanya berlaku pada Tsabita saja, tetapi juga Nadine menyebut adanya pertimbangan matang yang ia lakukan sebelum mengunggah pada *first account* yang ia jadikan sebagai akun utama. Anita bahkan mengategorikan sejumlah konten yang “haram” untuk diunggah ke akun pertamanya.

“Bagi saya, haram hukumnya upload konten di *first account* kalau isinya video jedag jedug yang isinya adalah foto-foto saya sendiri. Lalu saya juga paling haram meng-upload keresahan atau *struggle* atau moment sedih atau cerita pada saat lagi stress ngerjain tugas. Alasannya karena untuk menjaga citra atau *image*.” (Wawancara peneliti dengan Anita, 16 Mei 2026).

Penelitian ini membuktikan bahwa pengguna media sosial menampilkan identitas yang beragam secara daring, mempresentasikan diri mereka ke berbagai konteks jejaring sosial, di mana interaksi digital meniru pertunjukan teatral yang konteksnya mendiktekan perilaku dan ekspektasi peran. Akun utama difungsikan sebagai arena pertunjukan publik di mana standar estetika, pilihan bahasa, dan seleksi konten dilakukan secara ketat untuk membangun citra atau identitas yang diinginkan oleh pengguna.

Sebaliknya, pada akun-akun alternatif, “kostum” dan “naskah” yang dikenakan jauh berbeda. Riffani misalnya, ia menggambarkan perbedaan yang sangat mencolok. Pada akun pertamanya, ia hanya mengunggah konten

dengan pertimbangan estetika tanpa terlalu banyak informasi. Sementara itu, pada akun ketiganya, ia bisa mengunggah tanpa perlu banyak pertimbangan. Mulai dari pilihan kata yang benar-benar sesuka hatinya, cerita yang akan ia sampaikan, pengalaman yang menyenangkan atau pengalaman pahit sekalipun ia langsung ungkapkan pada akun ketiga tanpa perlu berpikir panjang. Hal yang sama juga terjadi pada Tsabita, di mana ia menggambarkan akun ketiganya sebagai panggung tempat ia bebas mengunggah hal-hal yang dianggap “alay”, hal-hal yang berbau curhat, atau bahkan menangis, dengan pilihan *caption* yang tidak perlu dipikirkan apakah *aesthetic* atau tidak. Kontras yang paling tajam terlihat pada akun Instagram milik Anita yang menggambarkan perbedaan antara akun pertama dan kedua. Contohnya, ada pada ketika dirinya pergi ke konser K-Pop. Konten yang ia unggah pada akun pertama hanya berupa foto dan video terbaik dari konser, sementara di akun kedua ia justru berbagi cerita seperti rasa deg-degan saat membeli tiket (*war* tiket), perasaan sedih ketika tidak berhasil mendapatkan tiket, panik karena penyimpanan (*storage*) di gawainya sudah penuh, dan cerita-cerita lainnya di balik layar yang tidak ditampilkan di akun utama.

Dalam wawancara bersama informan Jihad juga menyampaikan bahwa akun ketiga Instagram miliknya dijadikan sebagai album foto bersama pasangannya. Ia tidak mengunggah foto bersama pasangan pada akun pertama maupun kedua karena baginya, akun Instagram ketiga memiliki audiens yang lebih terbatas, serta ia menilai tidak etis jika membagikan foto bersama pasangan pada akun utama jika belum memiliki ikatan pernikahan. Bahkan pada akun ketiga, Jihad tidak perlu memikirkan “kostum” dan “naskah” yang ia akan kenakan. Akun ketiga cenderung akun yang digunakan untuk mengunggah konten secara spontan, tanpa perlu memikirkan reaksi dari audiens atau penonton.

Perbedaan antara akun utama dengan akun alternatif yang dilakukan oleh para

informan ini menunjukkan bahwa setiap akun memiliki *performance script* tersendiri yang dioperasikan secara sadar. Keketatan aturan di panggung depan ini melahirkan adanya konsep konten yang “pantang” atau “haram” dibagikan secara terbuka. Informan sepakat bahwa hal-hal bermuatan emosi negatif, seperti curahan hati mengenai masalah personal, ekspresi kemarahan, kata-kata kasar, hingga dokumentasi visual yang tidak teredit menjadi konten yang tidak boleh masuk ke panggung utama. Pembatasan ini berakar dari tingginya rasa takut akan penghakiman sosial (*fear of being judged*) dari audiens atau penonton pada akun utama yang sangat luas. Dengan demikian, akun utama beroperasi penuh sebagai panggung teatral formal yang menuntut kepatuhan aktor terhadap naskah dan kostum sosial yang normatif.

Sementara pada akun alternatif, seperti akun kedua atau ketiga, bagi mayoritas informan dijadikan sebagai representasi dari *back stage* yang aman. Seperti Riffani misalnya, menempatkan akun ketiganya sebagai *back stage* paling otentik karena hanya diisi oleh orang-orang yang sangat ia percayai dan dinilai tidak suka menghakimi (*non-judgmental*).

Kebocoran Panggung (*Social Media Leakage*)

Dalam Teori Dramaturgi Goffman, salah satu ancaman terbesar bagi keberhasilan sebuah pertunjukan adalah *breakdown of performance*. Hal ini terjadi bila *impression management* yang telah dibangun dengan cermat secara tiba-tiba runtuh dan penonton melihat sesuatu yang tidak seharusnya mereka lihat. Pengelolaan banyak panggung, terlebih tiga sampai enam akun sekaligus secara simultan tentu dapat memperbesar resiko terjadinya kesalahan teknis maupun gangguan interaksi. Dalam konteks *multi-account* Instagram, hal ini terwujud dalam bentuk *social media leakage* atau kebocoran identitas antarpanggung.

Mayoritas informan dalam penelitian ini pernah mengalami kebocoran semacam ini. Kesalahan paling lazim yang dilakukan oleh informan adalah salah akun saat mengunggah konten. Pola respon para informan yang mengalami kebocoran ternyata terjadi secara konsisten yakni panik sesaat, hapus segera, merasa malu, berusaha melupakan, dan mencoba untuk *move on*. Tidak ada satu informanpun yang membiarkan kebocoran itu tetap ada, dan tidak ada yang mencoba untuk mengklarifikasi atau memperbaiki narasi secara aktif. Para informan dalam penelitian ini memilih untuk menghapus dan berharap penonton tidak terlalu memperhatikan. Informan bernama Rachel mengakui dirinya pernah mengalami kelalaian di mana konten yang diniatkan untuk akun privatnya (panggung belakang) justru terunggah di akun utamanya, yang kemudian diselesaikan dengan penghapusan konten secara kilat.

Dalam kajian dramaturgi digital kontemporer, kondisi ini menggambarkan bagaimana pengguna media sosial secara terus menerus melakukan negosiasi antara kehidupan nyata dan kehidupan virtual mereka, seraya secara tidak sadar menerapkan dramaturgi pada proyeksi media sosial mereka. Momen *social media leakage* yang menimbulkan rasa malu itu justru mengkonfirmasi betapa seriusnya para informan menjaga pemisahan antarpanggung dalam keseharian mereka.

Negosiasi dan Fragmentasi Identitas pada Multi-Account Instagram

Mayoritas dari informan menolak anggapan bahwa identitas mereka terpecah menjadi kepribadian yang berbeda-beda secara negatif, malah justru sesuatu yang saling melengkapi atau *complementary integration*. Penggunaan akun sosial media Instagram lebih dari dua ini ingin menurut mayoritas informan adalah sebuah bukti pemahaman bahwa manusia pada hakikatnya memiliki banyak dimensi diri yang akan muncul terantung pada konteks sosial dan penonton yang dihadapinya. Seluruh akun, baik akun utama maupun akun alternatif yang dimiliki oleh para informan

merupakan bagian integral dari dirinya yang saling melengkapi. Pemisahan akun hanyalah persoalan manajemen penempatan aktivitas agar lebih rapi, di mana akun utama mewakili sisi profesional dan akun lainnya mewakili sisi personal, namun seluruhnya tetap bermuara pada satu individu yang sama.

“Semua akun itu bukan bikin identitas jadi terpecah, tapi justru saling melengkapi. Soalnya tiap akun punya fungsi dan audience yang berbeda. Di kehidupan nyata pun kita juga begitu, cara kita bersikap ke teman dekat, keluarga, atau lingkungan profesional pasti ada bedanya” (Wawancara peneliti dengan Olivia, 15 Mei 2026).

Hal senada juga dirasakan oleh informan Nadine yang memandang bahwa setiap akun sebagai representasi sisi yang berbeda dari dirinya yang tetap sama. Seperti akun utama dimanfaatkan untuk sisi profesional, akun kedua untuk sisi personal. Namun seluruhnya adalah identitas dirinya, hanya penempatannya saja yang terpisah agar terlihat lebih rapi.

Namun di sisi lain, informan dalam penelitian ini, seperti Riffani dan Tsabita mengakui bahwa adanya fragmentasi yang tidak bisa diabaikan. Riffani mengungkapkan bahwa identitas dirinya menjadi terpecah-pecah, meskipun ia menganggap bahwa fragmentasi tersebut sebagai kesadaran akan banyaknya sisi dalam dirinya yang muncul bergantung pada konteks dan orang yang ia hadapi. Tsabita adalah informan yang paling merasakan fragmentasi secara konkret. Ia mengakui bahwa dari akun pertama, kedua, dan ketiga terasa “agak drastis” perbedaan identitas yang ia tampilkan. Ia merasakan bahwa setiap akun yang ia memiliki menjadi sebuah kepribadian yang berbeda-beda.

Kondisi ini mencerminkan fenomena yang semakin banyak dikaji dalam literatur digital kontemporer, di mana fragmentasi identitas digital merujuk pada fenomena di mana individu mempresentasikan versi diri

yang berbeda, kadang bahkan bertentangan dengan asli dirinya, di berbagai platform digital. Hal ini bukan hanya sekedar terkait mengunggah foto atau dokumentasi liburan di satu tempat dan pencapaian profesional di tempat lain, namun merupakan pemisahan mendasar dalam cara identitas diri dibentuk, dipertahankan, dan dialami.

Untuk memahami mengapa kondisi fragmentasi ini tidak otomatis dirasakan sebagai krisis oleh mayoritas informan, penting untuk kembali ke asumsi dasar Goffman. Bagi Goffman, membawakan pertunjukan yang berbeda di hadapan audiens yang berbeda bukan tanda gangguan identitas, namun justru sebaliknya adalah sebuah tanda kompetensi sosial. Seorang aktor yang mahir adalah aktor yang memahami konteksnya dan mampu menyesuaikan diri secara responsif. Yang menarik adalah bahwa narasi “saling melengkapi” ini ternyata memiliki batas elastisitasnya sendiri. Batas itu paling jelas terlihat pada pengalaman Tsabita. Berbeda dari informan lain yang masih dapat menjembatani perbedaan antarpanggung dalam satu narasi diri, Tsabita mengakui bahwa jarak antara akun pertama yang estetik dan *personal branding* dengan akun ketiga yang “absurd” dan emosional sudah terasa sangat berbeda. Dalam kerangka Goffman, apa yang Tsabita alami adalah kondisi di mana jarak antar *front stage* dan *back stage* sudah sedemikian jauh sehingga keduanya terasa seperti dua kepribadian berbeda, bukan sekedar dua sisi yang saling melengkapi. Respons dari para informan ini menunjukkan bahwa yang terjadi bukan sekedar fragmentasi yang dialami secara pasif, melainkan sebuah proses negosiasi aktif di mana setiap informan mencari caranya sendiri untuk memaknai kondisi tersebut.

Multiple digital selves yang tersebar di berbagai ruang digital dapat mempersulit individu untuk menentukan di mana “diri yang sesungguhnya” berakhir dan “diri digital” dimulai. Akhirnya, fragmentasi identitas bisa menjadi fragmentasi yang dinegosiasikan. Para informan bukanlah korban dari identitas yang

terpecah-pecah, melainkan pemeran di panggung digital yang mereka bangun sendiri, dan mereka secara aktif bekerja untuk memberi makna pada keseluruhan ekosistem itu sebagai satu representasi dari diri yang utuh namun kompleks. Keterlibatan dengan berbagai platform digital, terutama penggunaan multi-account di Instagram, dapat memperkaya narasi diri, namun sekaligus membuka risiko fragmentasi yang nyata. Di antara kedua pilihan tersebut, ada proses negosiasi identitas Generasi Z yang berlangsung setiap hari.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa jumlah akun bukan satu-satunya penentu apakah seseorang mengalami fragmentasi dalam kategori berat atau tidak. Informan Nadine dengan tiga akunnya, Annais dan Anita dengan empat akunnya, tidak merasakan fragmentasi yang mengganggu karena perbedaan “karakter” antarpanggung mereka masih berada dalam satu spektrum yang terjangkau. Sementara, sebaliknya, pada informan Tsabita dengan kepemilikannya pada enam akun, mereka merasakan beban bukan semata karena jumlah akun yang banyak, melainkan karena jarak identitas antara satu panggung dan panggung lainnya terlampau kontras. Dengan demikian, bukanlah seberapa banyak akun yang dimiliki, melainkan seberapa besar jarak identitas yang harus dijembatani oleh aktor antara satu panggung dengan panggung lainnya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai praktik kepemilikan banyak akun (*multi-account*) Instagram pada kelompok Generasi Z, dapat disimpulkan bahwa fenomena ini telah menggeser batas-batas dramaturgi tradisional Erving Goffman yang semula hanya panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) menjadi sebuah ekosistem panggung yang berlipat ganda (*multiple stages*) hingga mencakup ranah *off-stage* digital.

Di setiap panggung, pengelolaan kesan atau *impression management* berlangsung secara sadar dan sistematis. Akun utama beroperasi sebagai panggung formal yang menuntut kepatuhan ketat terhadap standar estetika, pemilihan “kostum” dan “naskah” betul-betul diperhatikan seperti pemilihan konten dan juga pilihan bahasa untuk digunakan di dalam *caption*. Sementara akun-akun alternatif menjadi ruang yang semakin longgar aturannya seiring semakin terbatasnya audiens atau penonton yang dapat melihat pertunjukan tersebut. Praktik segmentasi panggung ini tidak lepas dari risiko karena ada ancaman *social media leakage* yang dialami oleh mayoritas informan. Pola respons yang konsisten berupa panik, hapus, malu, dan *move on* justru mempertegas betapa seriusnya para informan menjaga batas antarpanggung yang mereka bangun sendiri.

Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa pengelolaan banyak panggung digital bukan menghasilkan identitas yang terfragmentasi, justru melahirkan sebuah *complementary integration* atau integrasi yang saling melengkapi. Artinya, seluruh akun yang mereka miliki, baik 3 hingga 6 akun Instagram, keseluruhan adalah bagian dari satu diri yang sama, hanya tersegmentasi sesuai konteks dan audiens. Dengan demikian, Generasi Z bukanlah korban dari identitas yang terpecah-pecah, melainkan seorang pengguna sosial media yang memberikan makna pada *multiple digital selves* sebagai satu representasi diri yang utuh namun kompleks. Jadi, tingkat berat atau ringannya fragmentasi identitas digital tidak ditentukan dari jumlah akun yang dimiliki, melainkan seberapa besar jarak identitas yang harus dijembatani antara satu panggung dengan panggung lainnya.

Daftar Pustaka

Alamsyah, A. G., Ardelisma, A., & al, e. (2025). Second Instagram accounts: A study of Generation Z's Self-Identity

in Medan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*.

APJII. (2025). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2025*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books.

Hastuti, D. R., Ali, M. S., Demmallino, E. B., & Rahmadanih. (2018). *RINGKASAN KUMPULAN MAZHAB TEORI SOSIAL (Biografi, Sejarah, Teori, dan Kritikan)*.

Iloen, A. S., & Kusumiati, R. Y. (2026). Social Media Dynamics: Interpersonal Trust and Self-Disclosure on Instagram Second Accounts. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan*.

Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Global Overview Report*. DataReportal.

Littlejohn, S. W. (2005). *Theories of Human Communication (fifth edition)*. Belmont California: Wadsworth Publishing Company.

Musta'in. (2010). “TEORI DIRI” SEBUAH TAFSIR MAKNA SIMBOLIK (PENDEKATAN TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN). *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.

Mokos, I. E., & Salehudin. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 638-649.

Nasir, A., & al, e. (2023). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*.

Nugraha, I., Sukmarini, A. V., & Yusuf, M. (2023). Second Account Instagram as Gen Z's Self Identity: A Study of

Cultural Phenomenon of Self-
Expression. *Journal La Sociale*.

Putranto, T. D., Murwani, E., & Prasetyo, D.
(2025). Instagram multiple accounts: a

self-presentation by Generation Z.
Jurnal Studi Komunikasi.

SlateTeam. (2025). *Understanding Gen Z and
Social Media Use in 2025*. Slate.