

Identitas Ganda Gen Z di Media Sosial dalam Perspektif Islam

Moh. Sudais

UIN Sunan Ampel Surabaya

mohsudais21@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze Generation Z users who maintain two Instagram accounts and construct dual identities on social media platforms. The research employs a qualitative method with a phenomenological approach. The findings indicate that the first account functions as a public space for self-presentation, where users construct an idealized image and manage social expectations. In contrast, the second account serves as a private sphere that allows greater freedom of expression, emotional sharing, and more authentic self-disclosure without the pressure of external judgment. Drawing on Self-Disclosure Theory and the dramaturgical perspective of Erving Goffman, the analysis demonstrates that Generation Z actively adjusts their identities according to different audiences. From an Islamic perspective, this practice aligns with the principles of safeguarding personal dignity, honesty, and privacy ethics, provided that the use of both accounts does not involve shameful content, reprehensible conduct, or moral violations. This study concludes that the digital dual identity constructed by Generation Z represents a strategy of self-management aimed at balancing the desire to appear ideal with the aspiration to remain authentic. It may therefore be understood as a form of communication ethics that remains consistent with Islamic values.

Keywords: *digital identity; generation Z; instagram; first account; second account; Islamic perspective.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis Gen Z yang menggunakan dua akun Instagram dan membentuk identitas ganda di platform sosial. Penelitian menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan fenomenologi. Kajian ini menemukan bahwa *first account* berfungsi sebagai ruang publik untuk membangun citra diri, menampilkan gambaran ideal, dan mengatur harapan sosial, sedangkan *second account* berfungsi sebagai ruang pribadi yang memberi kebebasan berekspresi, berbagi perasaan, serta melakukan keterbukaan diri dengan cara yang lebih nyata tanpa pengaruh penilaian dari orang lain. Analisis yang menggunakan teori keterbukaan diri dan dramaturgi menunjukkan bahwa Gen Z secara aktif menyesuaikan identitas mereka berdasarkan audiens yang berbeda. Dalam perspektif Islam, praktik ini sesuai dengan prinsip menjaga kehormatan diri, kejujuran, dan etika privasi, asalkan penggunaan kedua akun tersebut tidak mengandung hal-hal yang memalukan, tindakan tercela, atau pelanggaran moral. Penelitian ini menegaskan bahwa identitas ganda digital yang dimiliki oleh Generasi Z merupakan cara untuk mengelola diri agar dapat menyeimbangkan antara keinginan untuk terlihat ideal dan keinginan untuk tetap autentik, serta dapat dipahami sebagai bentuk etika komunikasi yang tetap konsisten dengan nilai-nilai Islam.

Kata kunci : *identitas digital; gen Z; instagram; first account; second account; perspektif Islam.*

Pendahuluan

Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berkolaborasi, dan berbagi berbagai jenis informasi seperti teks, gambar, video, maupun suara secara interaktif. Media sosial sering dianggap sebagai alat komunikasi yang memungkinkan penggunaannya menjadi produsen sekaligus konsumen konten (Qadir & Ramli, 2024: 2715). Media sosial menawarkan kebebasan bagi penggunaannya untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi (Feroza & Misnawati, 2020: 33). Pada media sosial pengguna harus bisa membangun (*insight*) sebuah jejaring yang kuat, hubungan interaksi, timbal balik komunikasi, pengikut setia

agar akun media sosial dikenal dan dijangkau oleh orang banyak (Rohimah dkk., 2023: 25). Platform media sosial saat ini sangat banyak sehingga dapat dipecah menjadi banyak kategori, termasuk Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok, Twitter, dan banyak lagi. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia pada urutan ke-4 adalah Instagram.

Survei Indonesian Digital Report 2020 yang dilakukan oleh Hootsuite (*We are social*) bahwa di Indonesia jumlah pengguna Instagram sebanyak 79% dari jumlah populasi rakyat Indonesia. Diikuti dengan Facebook sebanyak 82%, Whatsapp sebanyak 84%, dan Youtube sebanyak 88% dari jumlah populasi rakyat Indonesia (Rahmani dkk., 2024: 1287). Instagram mampu meningkatkan popularitas dengan cepat setelah diperkenalkan pada tahun 2010, dengan satu juta pengguna mendaftar hanya dalam dua bulan, 10 juta dalam setahun, dan 800 juta pada September 2017 (Noventa dkk., 2023: 627). Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri (Feroza & Misnawati, 2020: 33). Instagram sendiri merupakan sebuah media sosial di bawah naungan raksasa media sosial Facebook yang sekarang sudah membranding ulang dengan berganti nama menjadi Meta. Instagram berfungsi sebagai tempat untuk membagikan unggahan foto serta video dengan berbagai macam fitur yang mereka miliki (Zain & Dwivayani, 2024: 361).

Orang-orang menyukai hal-hal dalam format visual yang jelas, Instagram menjadi semakin populer di kalangan masyarakat umum, khususnya di era digital kontemporer (Atakelan & Yulastuti, 2025: 63). Hasil penelitian sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris Masyarakat Indonesia senang menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, berbagi petualangan, dan mengikuti tren terbaru. Komunitas pertama di ponsel juga telah menghasilkan hasil bisnis yang signifikan bagi perusahaan besar maupun kecil di Indonesia. Sembilan puluh tujuh persen pengguna Instagram selalu menuliskan komentar dan menandai teman-teman mereka dan sembilan puluh tujuh persen menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi lebih lanjut (Sikumbang dkk., 2024: 11030). Instagram saat ini berperan sebagai media sosial yang paling populer di kalangan generasi Z. Berdasarkan studi yang dilakukan Smith (2021) pemakaian media sosial Instagram oleh Gen Z untuk mendapatkan informasi mereka lakukan dengan berbagai cara, seperti menonton Instagram *story* pada *profile* seorang *influencer* yang mereka ikuti, menggunakan *hashtag* pada laman pencarian di Instagram atau menonton *reels* di Instagram (Hakim dkk., 2024 : 493).

Generasi Z (Gen Z) merupakan generasi yang lahir pada 1994-2010. Generasi ini juga disebut *igeneration* atau generasi internet. Mereka memiliki karakteristik pada tingkat pendidikan, keberagaman dan penggunaan teknologi yang tinggi (Abidin, 2025: 1337). Gen Z yang lahir dengan perkembangan teknologi media yang modern tentu memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Gen Z yang dikenal sebagai generasi yang tumbuh dengan teknologi (*digital native*), memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk berinteraksi tetapi juga untuk mempresentasikan versi diri yang ingin dilihat orang lain (Rahmah dkk., 2025: 193). Gen Z menggunakan platform Instagram sebagai wadah membagikan hasil karya ataupun momen suatu peristiwa melalui postingannya. Apa yang ditampilkan oleh para Gen Z di platform Instagram secara tidak langsung dapat mengungkapkan identitas diri mereka di dunia nyata ataupun sebaliknya mereka dapat membentuk identitas yang jauh berbeda dengan apa yang ada di dunia nyata (Fitria dkk., 2023: 190).

Instagram dapat digunakan secara bebas oleh Gen Z dengan mengekspresikan diri melalui foto dan video (Zain & Dwivayani, 2024: 361). Instagram kian populer dengan fitur yang dimilikinya, dimana penggunaannya dapat mengunggah kejadian-kejadian atau momen bersama keluarga, kerabat, dan momen lainnya. Salah satu fitur yang banyak digunakan oleh Gen Z adalah *multiple account* atau *switching account*, yang dimana masing-masing memiliki niat yang berbeda dalam pemanfaatannya, akan tetapi sebagian besar dari kalangan Gen Z digunakan kebebasan dalam penyampaian curhatan (Anggiraksa dkk., 2025: 2). Istilah atau sebutan yang sudah tidak asing bagi pengguna Instagram yang aktif adalah akun pertama (*first account*) dan akun kedua (*second account*). *First account* atau akun utama, dapat diartikan sebagai akun yang fungsi utamanya untuk merepresentasikan pemiliknya sebagai pribadi yang ideal namun tetap menggunakan identitas

pribadinya. Pengguna memposting foto ataupun video yang sifatnya sempurna dan baik, seperti momen bersama teman, pasangan, atau mengunjungi sebuah tempat (Shinta & Putri, 2022: 191). *Second account* adalah akun alternatif yang digunakan untuk tujuan tertentu seperti menampilkan kehidupan personal yang lebih privasi, membuat identitas baru, dan berinteraksi dengan lingkaran sosial dengan orang terdekat saja (Pratama & Astuti, 2025: 796). *Second account* dapat dikatakan sebagai akun yang dikhususkan untuk lingkaran pertemanan tertentu sebagai akun yang bersifat lebih tertutup yang nantinya akan digunakan sebagai sarana untuk mengekspresikan dirinya lebih bebas dibanding dengan akun utama (Widagdo, 2024: 3). Ciri-ciri *second account* adalah menggunakan *username* yang berbeda dengan nama asli, jumlah *following* sedikit, dan *following* tidak banyak yang lawan jenis (Paramesti & Nurdiarti, 2022: 90).

First account biasanya digunakan oleh Gen Z untuk membangun eksistensi dan citranya di hadapan *public* ataupun pengguna Instagram lain. Sedangkan *second account* digunakan untuk mengekspresikan kegiatan sehari-hari yang hanya dapat dilihat oleh pengguna lain yang dianggap teman dekat atau yang dipercaya (Safitri & Harianto, 2023: 42). Identitas ganda ini mencerminkan adanya tekanan sosial yang dihadapi Gen Z dalam memproyeksikan identitas diri yang ideal, namun di sisi lain juga menunjukkan kebutuhan mereka untuk mengekspresikan sisi autentik diri secara lebih leluasa (Akhmad dkk., 2025: 44). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan akun ganda di Instagram, yaitu *first account* dan *second account*, sebagai konstruksi identitas digital mereka. Pendekatan fenomenologi adalah pendekatan yang diperoleh dengan memperhatikan fenomena yang terjadi (Prihantoro dkk., 2020: 314). Penggunaan *second account* di media sosial, perspektif Islam memberikan panduan yang relevan untuk memastikan penggunaan tersebut tetap terarah dan sesuai dengan prinsip-prinsip moral yang diajarkan oleh agama Islam menekankan pentingnya akhlak dalam segala bentuk interaksi, termasuk dalam dunia maya.

Menurut ajaran Islam, perilaku individu seharusnya tidak terlepas dari prinsip saling menghormati, kejujuran, dan bertanggung jawab terhadap perkataan dan tindakan, baik dalam kehidupan nyata maupun di dunia digital. Al-Qur'an menegaskan dalam Surah Al-Hujurat ayat 12 bahwa "Janganlah kamu saling mencela satu sama lain..." yang mengingatkan umat Islam untuk menjaga adab dan etika dalam berkomunikasi, termasuk ketika berbicara atau berinteraksi dengan identitas berbeda di dunia maya. Selain itu, dalam Islam, tanggung jawab merupakan prinsip yang sangat penting dalam semua tindakan. *Second account* di media sosial bisa memberikan rasa bebas tanpa konsekuensi, tetapi dalam pandangan Islam, setiap tindakan, baik yang dilakukan secara nyata maupun virtual, tetap akan diminta pertanggungjawabannya di hadapan Allah SWT. Hal ini ditegaskan dalam Surah Al-Isra' ayat 36: "Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya" (Kuswanto & Kurniawan, 2025: 236).

Meskipun seseorang berinteraksi secara anonim, ia harus sadar bahwa setiap kata dan perbuatannya akan dipertanggungjawabkan, baik di dunia maupun di akhirat. Solusi Islam dalam konteks ini adalah mendorong individu untuk berhati-hati dan berfikir sebelum bertindak serta bertanggung jawab setiap tindakan mereka, meskipun tidak teridentifikasi secara langsung, dengan tetap menjaga akhlak dan nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran Islam.

Studi fenomenologi memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelidiki pandangan pengguna dengan lebih mendalam dan menggambarkan inti dari pengalaman dalam pembentukan identitas digital. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria Gen Z yang memiliki *first account* dan *second account*. Penjelasan di atas menunjukkan adanya perbedaan peran antara *first account* dan *second account* berkaitan dengan ekspresi diri, pengelolaan citra, serta dampak dari tekanan sosial yang mereka alami saat menggunakan media. Dari sudut pandang Islam, pergeseran ini berkaitan dengan konsep menjaga harga diri (*baya'*), kejujuran (*sidq*), serta norma dalam menampilkan diri baik di ruang publik maupun privat. Gen Z sering kali menggunakan *second account* untuk menyampaikan pendapat, berbagi konten yang lebih

pribadi, atau berinteraksi dengan kelompok sosial yang lebih kecil untuk menjaga privasi dan batasan, yang juga menjadi perhatian dalam ajaran Islam. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti motivasi penggunaan akun ganda, perbedaan peran antara *first account* dan *second account* dalam ekspresi diri, dampak tekanan sosial, serta cara praktik identitas ganda ini dapat dipahami dalam konteks etika komunikasi Islam.

Hasil dan Pembahasan

Fenomena dua akun Instagram oleh Gen Z menunjukkan cara platform media sosial digunakan untuk mengatur dan mengekspresikan identitas pribadi dengan cara yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan sosial dan emosional penggunanya. Hasil wawancara dengan sejumlah partisipan mengungkapkan bahwa *second account* bukan hanya sekadar tren, tetapi merupakan strategi dalam mengatur dan mengekspresikan identitas diri secara fleksibel dan beragam. Partisipan mulai menggunakan dua akun Instagram sejak mereka duduk di bangku SMP atau SMA. Kondisi ini menggambarkan bahwa pemakaian dua akun telah menjadi bagian dari gaya hidup media sosial Gen Z sejak mereka masih remaja. Alasan utama bagi banyak dari mereka adalah rasa takut ketinggalan, keinginan untuk menjaga tampilan akun utama, serta kebutuhan untuk memiliki ruang pribadi di ranah digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan Cindy yang sudah menggunakan dua akun sejak SMA. Cindy berpendapat bahwa mempunyai *second account* bisa membuatnya merasa lebih bebas dan nyaman mengekspresikan diri hanya dengan orang-orang yang dia pilih di akun tersebut.

“Sejak SMA kelas 1, karena saya merasa lebih bebas dan nyaman mengekspresikan diri hanya dengan orang-orang yang saya pilih di *second account*. *first account* untuk branding, *second account* untuk share aktifitas keseharian secara bebas dan nonformal, sekaligus untuk spam arsip foto-foto.” (wawancara Cindy, Oktober 2025).

Pernyataan ini mengindikasikan bahwa bagi Cindy, memiliki dua akun bukan sekadar merespon tren, tetapi juga merupakan metode untuk menetapkan batasan privasi dan mengatur siapa yang dapat mengakses informasi tentang hidupnya di platform media sosial. Cindy merasa perlu menjaga citra dan menunjukkan elemen-elemen yang berkaitan dengan personal branding. Sedangkan *second account* miliknya, Cindy merasa bebas untuk membagikan aktivitas sehari-hari, berbagai hal acak, dan momen-momen ringan tanpa harus khawatir dengan penilaian orang lain. *Second account* juga digunakannya untuk menyimpan foto-foto berharga untuk bisa dilihat dikemudian hari. Pendapat lain dari Alfina yang juga menggunakan dua akun sejak SMA hanya karena takut ketinggalan tren dan akhirnya bertahan hingga sekarang.

“Sejak SMA, awalnya karena fomo, cuman akhirnya keterusan. *first account* untuk mutualan sama semua orang meski tidak terlalu dekat, *second*, untuk mutualan dengan teman dekat dan membagikan hobi menulis saya” (wawancara Alfina, Oktober 2025).

Meskipun awalnya Alfina melakukannya hanya untuk mengikuti tren, namun seiring waktu bahwa memiliki dua akun menjadi hal yang krusial dalam kehidupan digitalnya. Alfina juga menyadari dengan memiliki dua akun, ia bisa memisahkan antara ruang publik dan ruang pribadi, khususnya dalam mengekspresikan hobi dan dirinya. Kepemilikan dua akun telah bertransformasi dari sekadar mengikuti tren menjadi suatu kebutuhan yang berkaitan dengan sosial dan emosional. *First account* Alfina dimanfaatkan untuk berkomunikasi dengan banyak orang serta menjaga hubungan sosial. Sementara *second account* berfungsi sebagai tempat yang lebih nyaman untuk Alfina mengekspresikan diri tanpa khawatir akan penilaian dari orang lain yang menganggapnya alay atau berlebihan.

Baik Cindy maupun Alfina menunjukkan bahwa Gen Z berupaya menyelaraskan dua kebutuhan yang saling bertentangan antara dorongan untuk terlihat baik di publik dan keinginan

untuk tetap autentik. *First account* difungsikan sebagai ruang umum yang menunjukkan gambaran diri yang ideal, *second account* berfungsi sebagai ruang pribadi yang lebih bebas, spontan, jujur. Kedua akun ini mencerminkan Gen Z membagi identitas mereka di platform media sosial antara karakter sosial yang ingin dipamerkan dan versi diri yang lebih asli yang hanya ditunjukkan kepada orang-orang terdekat. Wawancara dengan Karina yang mengungkapkan bahwa perbedaan peran antara kedua akunnya berdasarkan pada keinginan untuk memisahkan antara kehidupan publik dan pribadi.

“Fungsi *first account* biasanya sebagai akun resmi dengan nama asli, cuma buat nampilin foto-foto bagus atau terpilih yang bisa dilihat oleh banyak orang. *second account* lebih bersifat private dan anonym, buat belakangan ini emang aku fokuskan untuk archive momen-momen seru ataupun sedih yang aku laluin bareng orang-orang tersayang aja” (wawancara Karina, Oktober 2025).

Pernyataan Karina menjelaskan *first account* berfungsi sebagai tempat untuk menyajikan citra publik, dimana Karina menunjukkan sisi terbaik dari dirinya dengan konten yang sudah dipilih secara cermat. Sementara itu, *second account* berfungsi sebagai dokumentasi emosional yang menyimpan kenangan pribadi yang tidak perlu diketahui oleh orang banyak. Karina juga membahas tentang perbedaan pengunjung antara kedua akun tersebut. Pengikut *first account* terdiri dari berbagai kalangan, termasuk sahabat, teman sekelas, hingga kenalan baru. Hal itu membuat Karina merasa perlu untuk menjaga citra dan mengatur apa yang diposting. Sehingga *second account* miliknya hanya berhubungan dengan sahabat karib untuk bisa menunjukkan sisi dirinya yang lebih apa adanya.

“Yang liat cerita kita tu ga sebanyak yg di akun first, karena cuma mutualan sama yg bener-bener deket aja (niatnya)” (wawancara Karina, Oktober 2025).

Pernyataan ini mengindikasikan bahwa perbedaan konteks sosial antara dua akun menghasilkan variasi dalam perilaku di media sosial. Dalam lingkungan yang lebih kecil dan akrab, Karina merasa lebih nyaman untuk mengekspresikan diri tanpa rasa khawatir akan penilaian. Sementara itu, Kholil memiliki sudut pandang yang sama meskipun alasannya sedikit berbeda. Kholil bahwa *first account* dimanfaatkan untuk tujuan yang lebih resmi, seperti membangun branding dan mendukung kegiatan pekerjaan, sedangkan *second account* digunakan untuk bersenang-senang dan memperlihatkan sisi dirinya yang lebih santai.

“First untuk Branding & Kerja, Second Menjadi diri sendiri dan reward ke alay an. Awalnya memang untuk senang-senang saja, karena untuk kebutuhan tryout UTBK saat itu, agar tidak merusak keestetikan *first account*, maka saya gunakan *second account*.” (wawancara Kholil, Oktober 2025)

Ungkapan “reward ke alay-an” dalam konteks ini menunjukkan bahwa *second account* merupakan ruang pelarian dari tuntutan untuk selalu terlihat sempurna di media sosial. Kholil merasa dapat menunjukkan sisi dirinya yang lebih spontan dan emosional yang tidak cocok untuk dibagikan di akun utamanya. Kholil juga menekankan betapa pentingnya menjaga estetika di *first account*. Dia mengungkapkan bahwa awalnya *second account* dibuat konten pribadinya tidak mengganggu tampilan visual *first account*. Perbedaan fungsi kedua akun tersebut tidak hanya bersifat teknis, melainkan juga mencerminkan cara Gen Z menangkap, mengatur, dan menunjukkan identitas ganda mereka di platform media sosial.

Second account memiliki arti yang sangat signifikan bagi Gen Z, terutama sebagai ruang untuk mengekspresikan diri dan menciptakan citra yang lebih autentik. Menurut Karina, *second account* sebagai sarana untuk mengungkapkan perasaan, pikiran, dan pengalaman hidup dengan cara yang lebih alami tanpa adanya tekanan dari lingkungan sosial yang sering dirasakannya di *first account*. Karina mengungkapkan perbedaan yang paling mencolok kedua akun terletak pada tekanan sosial yang dialami saat berinteraksi di dalamnya.

“Kebebasan berekspresi di *second account* itu ruang di mana aku merasa tidak perlu dibatasi norma sosial, tekanan mendapat likes, atau menjaga image yang berlebihan. Di sini aku ngerasa bisa lebih nunjukin aku yang sebenarnya aja (meskipun ga sepenuhnya)” (wawancara Karina, Oktober 2025).

Karina merasa *first account* harus menunjukkan gambaran diri yang ideal karena audiensnya sangat beragam dan banyak. Jumlah orang yang melihat membuat Karina merasa perlu membatasi apa yang bisa dan tidak bisa ia bagikan, sehingga kebebasannya untuk menjadi diri sendiri terasa terhambat. Pada *second account* Karina merasakan kebebasan yang lebih besar dan rasa kedekatan untuk mengekspresikan dirinya. *Second account* memberikan rasa nyaman karena di situ Karina tidak perlu mempertahankan citra tertentu. Kebebasan berpendapat tidak hanya berarti bisa membagikan apa saja, tetapi juga terbebas dari tekanan untuk tampil sempurna, dari ekspektasi sosial, dan dari kebutuhan untuk diakui oleh orang lain. Pengalaman Karina menggambarkan kebebasan dalam mengekspresikan diri di *second account* bukan sekadar sebagai pelarian dari tekanan sosial, melainkan juga merupakan usaha untuk mencapai keseimbangan antara kehidupan publik dan kehidupan pribadi.

Second account memberikan kebebasan untuk Gen Z dalam mengekspresikan diri tanpa adanya tekanan dari lingkungan sosial. Kebebasan secara tidak langsung membentuk adanya identitas ganda di media sosial. Pemisahan antara ruang publik dan ruang pribadi yang terkait dengan kedua akun menciptakan dua cara berbeda dalam merepresentasikan diri, satu yang mengikuti ekspektasi sosial, dan satu lagi yang lebih jujur. Melalui wawancara dengan Cindy, terungkap bahwa kedua sisi identitas ini berjalan bersamaan dan menjadi bagian penting dalam cara Gen Z melihat diri mereka di dunia digital. Cindy berupaya menunjukkan citra diri yang kuat dan ideal pada *first account*.

“Sosok yang independent, berkarisma, feminine” (wawancara Cindy, Oktober 2025)

Pernyataan Cindy mengilustrasikan bahwa akun utama digunakan sebagai sarana untuk membangun personal branding, sebuah identitas yang ingin diperlihatkan kepada orang lain sebagai versi terbaik dari dirinya. Identitas yang ditampilkan di *first account* adalah hasil dari pemahaman terhadap opini publik dan tuntutan sosial di platform digital. *Second account* bagi Cindy merupakan untuk mengekspresikan diri tanpa adanya tekanan dari penilaian orang lain. Cindy bisa membagikan berbagai kegiatan sehari-hari, momen mendadak, dan hal-hal santai yang sulit untuk ditampilkan di *first account*. Cindy memahami betapa pentingnya media sosial sebagai alat pembentuk identitas di era digital. Identitas sekarang tidak hanya berasal dari karakter asli seseorang, tetapi juga dari cara seseorang memilih untuk menampilkan diri di depan publik. Bagi Cindy, *first account* merupakan suatu bentuk identitas yang sudah dipoles dan diatur untuk memenuhi ekspektasi sosial, sedangkan *second account* adalah cerminan dari identitas yang lebih tulus dan emosional.

“Bagaimana orang lain memandang melalui medsos, menjadi citra pertama diri yang ditampilkan, dan sangat berpengaruh di zaman sekarang. Di *first account* lebih membagikan konten personal branding dan lebih terkesan formal, sebaliknya *second account* bisa untuk bercerita kegiatan sehari-hari tanpa memikirkan branding” (wawancara Cindy, Oktober 2025)

Menariknya Cindy tidak menganggap kedua identitas ini sebagai hal yang bertolak belakang. Sebaliknya, Cindy melihat keduanya sebagai sesuatu yang saling mendukung. *First account* memberikan gambaran yang serius dan resmi, sementara di *second account* menampilkan bagian dirinya yang lebih bebas tanpa rasa menyesal. Identitas yang terbentuk melalui media sosial disesuaikan dengan kebutuhan karier dan hubungan sosial di masa mendatang.

Analisis Teori

Fenomena penggunaan dua akun Instagram oleh Gen Z dapat dibaca melalui perspektif Islam sebagai bentuk upaya pengelolaan diri (*tadbîr al-nafs*) yang berkaitan dengan pengaturan ruang publik dan ruang privat. Dalam Islam, konsep menjaga kehormatan diri (*hifz al-'irdh*), kejujuran (*ṣidq*), dan kesadaran tentang batas-batas privasi (*ṣatr al-'awrah*) merupakan bagian penting dari akhlak seorang muslim ketika berinteraksi, baik secara langsung maupun digital. Hasil wawancara memperlihatkan bahwa penggunaan *first account* dan *second account* merupakan mekanisme untuk menampilkan diri secara proporsional sesuai dengan konteks sosialnya, sebuah perilaku yang dalam Islam mendapat ruang selama tidak melanggar prinsip akhlak dan tidak menimbulkan mudarat. *First account* sering dipandang sebagai ruang publik yang membentuk citra yang diinginkan. Akun ini mencerminkan identitas yang dibangun dengan hati-hati dan terencana agar sesuai dengan norma-norma sosial dan harapan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pemahaman identitas digital yang merupakan hasil dari proses pemilihan representasi diri yang ingin ditampilkan kepada publik (Sari dkk., 2025: 2).

Pada *first account*, partisipan umumnya menunjukkan citra diri yang sempurna, teratur, dan terpilih. Dari sudut pandang Islam, tindakan ini bisa dipahami sebagai *iẓhâr al-ni'mah*, yaitu menunjukkan kebaikan dan profesionalisme tanpa melampaui batas kesombongan (*takabbur*) atau kepalsuan (*taẓwîr*). Seperti menampilkan diri sebagai sosok yang mandiri, karismatik, dan feminin di *first account* demi memenuhi harapan sosial. Hal ini diperbolehkan asalkan citra tersebut tidak bertentangan dengan kejujuran diri. Al-Qur'an menyatakan, "Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan ucapkanlah kata-kata yang benar." (QS. Al-Ahzab: 70). Ayat ini menjadi pedoman bahwa personal branding harus tetap berlandaskan nilai kejujuran dan tidak melakukan penipuan terhadap publik.

Sementara itu, *second account* digunakan para partisipan untuk mengekspresikan sisi diri yang lebih autentik, spontan, dan emosional. Dalam Islam, perilaku ini sejalan dengan konsep *haya'* menjaga batasan diri dari paparan yang tidak perlu di hadapan publik. Karina merasa lebih bebas di *second account* karena hanya diikuti orang-orang terdekat sehingga tidak tertekan dengan tuntutan estetika. Prinsip pembatasan audiens ini sesuai dengan nilai privasi dalam Islam, sebagaimana perintah Allah untuk tidak memasuki tempat seseorang tanpa izin (QS. An-Nur: 27–28), yang dapat dimaknai bahwa tidak semua aspek diri pantas ditampilkan kepada semua orang. Dengan membatasi siapa yang dapat melihat konten emosional atau personal, Gen Z secara tidak langsung menerapkan prinsip menjaga kerahasiaan dan kehormatan diri dalam ranah digital. Konstruksi dualitas ini tidak hanya sebagai reaksi terhadap tren, tetapi juga merupakan taktik yang disengaja untuk mengatur citra diri dalam berbagai audiens. *First account* berfungsi sebagai panggung (*front stage*) yang menurut teori dramaturgi Erving Goffman, bahwa dalam melakukan interaksi dengan orang lain, seseorang akan menumbuhkan serta mengelola citra diri terhadap audiens yang dituju (Nurmala & Setiawan, 2023: 346–347).

Dalam teori dramaturgi Goffman, *first account* berperan sebagai panggung depan, yaitu platform yang dimanfaatkan individu untuk menghadirkan citra yang ideal, terorganisir, dan diterima oleh publik secara luas. Memperlihatkan sosok mandiri, menawan, dan feminin di *first account* menekankan fungsi sebagai alat untuk mengelola kesan. *First account* digunakan oleh remaja untuk menciptakan citra yang resmi dan menarik. Dalam ajaran Islam, konsep ini sejalan dengan anjuran untuk menjaga martabat diri serta larangan untuk menunjukkan perilaku yang bisa menjatuhkan kehormatan pribadi. Representasi yang terencana di akun publik dapat dipahami sebagai upaya untuk memelihara *izzah* (kemuliaan diri), selama tidak berubah menjadi *riya'* atau citra yang tidak tulus. Sedangkan *Second account* sebagai sebuah panggung belakang, di mana orang-orang bisa mengekspresikan diri dengan lebih lepas dan asli. *Second account* tidak perlu memikirkan jumlah suka, tampilan, atau pendapat orang lain erta sering sebagai ruang psikologis yang aman. Ruang pribadi seperti ini bisa disamakan dengan definisi *ṣatr al-'awrah*, yaitu menjaga batas-batas pribadi agar tidak menjadi tontonan publik. Islam mengakui betapa pentingnya ruang pribadi, seperti yang diungkapkan dalam QS. An-Nur ayat 27 yang menekankan larangan bagi seseorang untuk memasuki ruang pribadi orang lain tanpa izin. *Second account* merupakan area pribadi yang akan

menunjukkan watak atau sifat aslinya dengan kondisi sedikit atau bahkan tidak ada penonton, sehingga seseorang tersebut dapat dengan bebas berperilaku tanpa adanya skenario yang harus ditampilkan (Ryanda Putri, 2024: 33591).

Penggunaan dua akun Instagram oleh Gen Z mencerminkan cara mengatur diri terkait dengan penyampaian informasi pribadi. Cara seseorang berbagi informasi bervariasi tergantung pada seberapa aman, dekat, dan percaya mereka kepada audiens. Wawancara yang dilakukan mengungkapkan pola keterbukaan yang berbeda, *first account* dipakai untuk keterbukaan publik yang lebih terarah, sedangkan *second account* digunakan untuk berbagi yang lebih pribadi, emosional, dan intim. Keterbukaan ini sejalan dengan prinsip *satr al-awrah*, yang menekankan pentingnya menjaga privasi dan tidak terlalu membagikan hal-hal pribadi kepada publik. Islam mengajarkan bahwa tidak semua hal layak untuk dibagikan kepada semua orang, ada informasi yang sebaiknya hanya disampaikan kepada mereka yang dapat dipercaya. Ini sejalan dengan QS. An-Nur ayat 27 yang menekankan pentingnya menghormati privasi serta QS. Al-Hujurat ayat 12 yang melarang pembongkaran aib atau hal-hal yang merugikan diri sendiri. Islam sangat menekankan kejujuran (*sidq*), tetapi juga mendorong individu untuk tidak membagikan semua aspek diri mereka di ruang publik secara berlebihan. Kombinasi kedua akun ini menunjukkan upaya Gen Z untuk mempertahankan keseimbangan antara kejujuran dan menghormati martabat serta privasi. Selama keterbukaan yang dilakukan di kedua akun tersebut tetap mematuhi etika Islam, tidak membongkar aib, tidak menunjukkan kemaksiatan, dan tidak menimbulkan fitnah. Strategi pengaturan diri ini dapat dianggap sesuai dengan konsep akhlak digital dan etika komunikasi dalam ajaran Islam.

Fenomena ini sejalan dengan teori keterbukaan diri (*self disclosure*) yang merujuk pada tindakan mengungkapkan informasi pribadi yang biasanya tidak terungkap kepada orang lain ini melibatkan berbagi perasaan, ide, dan hal-hal lain yang biasanya disembunyikan dari individu lain untuk menciptakan ikatan yang lebih erat (Epti & Hardew, 2025: 3). Dengan adanya *second account*, Gen Z dapat melakukan pengungkapan diri yang lebih dalam tanpa takut dihakimi oleh banyak orang, yang pada akhirnya meningkatkan rasa nyaman dan keaslian dalam berekspresi. Ini juga selaras dengan konsep ruang aman di lingkungan digital, di mana akun kedua sebagai tempat yang aman untuk aktualisasi diri yang lebih sejati, yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka secara bebas tanpa khawatir tentang tekanan sosial yang kuat yang aman untuk aktualisasi diri yang lebih sejati, yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka secara bebas tanpa khawatir tentang tekanan sosial yang kuat (Thohirah dkk., 2025: 10).

Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dua akun memiliki peran penting dalam mengelola batasan yang memisahkan antara kehidupan umum dan pribadi secara digital. Gen Z tampak sangat berhati-hati dalam membedakan audiens, di mana *first account* ditujukan untuk publik yang lebih luas dengan ekspektasi dan standar tertentu, sementara *second account* untuk lingkaran kecil yang dipercaya, yang memungkinkan mereka untuk mengekspresikan emosi dan spontanitas yang tidak bisa dilakukan di akun utama. Konteks media sosial sebagai sarana untuk membentuk identitas tidak terlepas dari pengaruh sosial dan budaya digital saat ini. Gen Z menciptakan identitas digital mereka melalui dua akun, yang melibatkan proses *personal branding*. Media sosial khususnya Instagram, berfungsi sebagai sarana dialektik dalam pembentukan identitas yang memungkinkan terjadinya fragmentasi diri sekaligus pengintegrasian identitas.

Gen Z secara aktif menentukan elemen-elemen identitas yang ingin mereka tunjukkan sesuai dengan konteks sosial yang berbeda di kedua akun tersebut. Hal ini sejalan dengan perspektif tentang komunikasi digital kontemporer yang menganggap bahwa identitas digital bersifat performatif, cair, dan ganda, bukan statis dan tunggal. Kehadiran media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform virtual lainnya, telah menciptakan gambaran baru dalam komunikasi yang lebih kompleks. Individu dapat memanfaatkan teknologi komunikasi kontemporer untuk membentuk identitas yang positif, inklusif, dan berkelanjutan (Nurfadila dkk., 2024: 83). Penelitian ini juga mengungkap bahwa Gen Z berusaha untuk menjaga keseimbangan mental dan sosial dengan menggunakan akun kedua yang berfungsi sebagai tempat berlindung dari tekanan sosial media yang

kuat, seperti rasa takut tertinggal dan kebutuhan akan pengakuan sosial. Dengan memiliki dua akun, pengguna bisa lebih baik mengatur harapan sosial dan memelihara kesehatan mental, yang merupakan suatu inovasi digital di zaman dengan visibilitas yang sangat tinggi.

Pendekatan fenomenologis melalui wawancara mendalam telah berhasil mengungkapkan makna subjektif serta pengalaman hidup Gen Z dalam mengelola kedua identitas tersebut dengan cara yang autentik. Penelitian ini menambah wawasan dalam literatur yang sudah ada, dengan menyoroti aspek emosional dan sosial yang kurang diteliti secara menyeluruh dalam praktik menggunakan dua akun. Penggunaan *second account* di Instagram menunjukkan bagaimana kebutuhan dorongan untuk berekspresi, mengeksplorasi, dan mencapai potensi diri dapat terwujud dengan lebih bebas dalam ruang yang lebih privat dan kurang terpapar tekanan sosial (Yuntaffiani & Erlangga, 2025: 989–990). *Second account* menjadi “*buffer zone*” yang melindungi pengguna dari kelelahan sosial (*social fatigue*), *burnout* digital, bahkan risiko gangguan kesehatan mental. Ini membuktikan bahwa *second account* tidak boleh dilihat hanya sebagai pelarian atau sekadar akun cadangan, melainkan sebagai medium penting dalam konstruksi identitas digital modern (Aulia dkk., 2025: 91).

Penutup

Penggunaan dua akun Instagram oleh Gen Z adalah pendekatan yang disengaja untuk mengatur identitas digital mereka sesuai dengan konteks sosial yang berbeda. *First account* digunakan untuk menciptakan citra yang ideal melalui *personal branding*, sedangkan *second account* berfungsi sebagai ruang pribadi yang memberi mereka kebebasan untuk berekspresi dengan cara yang lebih jujur, emosional, dan tanpa tekanan dari masyarakat. Perbedaan peran antara kedua akun ini menunjukkan bahwa identitas ganda Gen Z terbentuk melalui proses tawar-menawar antara kebutuhan untuk terlihat baik di depan orang lain dan keinginan untuk menjaga keaslian diri di lingkungan pribadi. Dari perspektif Islam, praktik ini sejalan dengan nilai menjaga kehormatan diri (*hifz al-‘irdh*), kejujuran (*ṣidq*), serta etika privasi (*ṣatr al-‘awrah*), di mana tidak semua bagian diri seharusnya dipamerkan kepada publik. Identitas ganda generasi Z di media sosial bisa dipahami sebagai cara pengelolaan diri yang tetap etis asalkan tidak melanggar norma moral, tidak memuat aib, serta selalu menjaga tanggung jawab dalam setiap interaksi digital. Penelitian ini menegaskan bahwa identitas digital generasi Z bersifat fleksibel, dapat beradaptasi, dan bisa dipahami melalui kombinasi pengalaman pengguna, teori keterbukaan diri, dan prinsip-prinsip etika komunikasi dalam Islam.

Saran yang dapat menjadi masukan bagi pengguna media sosial, peneliti di masa mendatang, serta pihak-pihak terkait. Pertama, bagi Gen Z yang aktif menggunakan media sosial, sangat penting untuk selalu menyadari bahwa pengelolaan identitas daring harus dibangun bukan cuma berdasarkan kebutuhan sosial dan emosional, tetapi juga berdasarkan prinsip etika Islam yang menekankan kejujuran, kesederhanaan, dan perlindungan privasi. Penggunaan *first account* dan *second account* sebaiknya dilakukan dengan bijak, tanpa memperlihatkan aib pribadi atau menciptakan citra yang tidak sesuai yang bisa berdampak negatif bagi diri sendiri maupun orang lain. Kedua, bagi para pendidik dan lembaga pendidikan, harus memberikan literasi digital yang berlandaskan nilai-nilai Islam agar generasi muda dapat menyeimbangkan kebebasan berekspresi dengan tanggung jawab moral di dunia digital. Ketiga, bagi peneliti di masa depan, disarankan untuk menyelidiki identitas digital Gen Z di platform media sosial lainnya, atau lebih memperdalam kajian tentang bagaimana nilai-nilai Islam memengaruhi proses pengungkapan diri dan pembentukan identitas digital dalam berbagai konteks budaya. Penelitian lanjutan juga bisa memperluas objek penelitian untuk memahami lebih baik tentang dinamika identitas ganda dalam lingkungan yang lebih beragam.

Daftar Pustaka

- Abidin, R. (2025). Konsumsi Media Sosial Generasi Z Menentukan Perubahan Perilaku Sosial Keluarga Muslim Masa Kini. *Journal of Comprehensive Science p-ISSN*, 4(4).
- Akhmad, M. A., Ramli, A., & Muhammad, S. (2025). Membuka Kedok Dualitas: Meneksplorasi Identitas Digital Remaja di Media Sosial. *Journal of Humanity and Social Justice*, 43–63.
- Anggiraksa, N., Abdullah, M. N. A., & Mujayapura, M. R. R. (2025). Pengaruh Tren Second Account Gen Z Pada Media Instagram Sebagai Pemicu Depresi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(2), 2678–2693.
- Atakelan, M., & Yuliastuti, M. (2025). Studi Fenomenologi: Konstruksi Identitas Dalam Penggunaan Second Account Di Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 6(1), 62–80.
- Aulia, K. P., Ramadhani, S. P., & Agitashera, D. (2025). Penggunaan Second Account Instagram Sebagai Ruang Aman Untuk Presentasi Diri Gen Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 84–93.
- Epti, S. P., & Hardew, A. K. (2025). Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Remaja yang Mengalami Disabilitas Fisik di Yayasan Pembinaan Anak Cacat (YPAC) Surakarta. *GUIDENA: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.24127/gdn.v14i4.12028>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun@yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Fitria, S. D. J., Khumairoh, D. F., & Zahro, H. (2023). Penggunaan Media Sosial Pada Second Account Instagram Mahasiswa FISIP Universitas Jember: Perspektif Dramaturgi. *Mandub: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(4), 188–199.
- Hakim, H. I., Maura, G., Polin, I., & Irwansyah, I. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(24.2), 489–505.
- Kuswanto, R. T., & Kurniawan, M. A. (2025). Fenomena Anonim Media Sosial Ditinjau dalam Perspektif Islam. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(2), 225–238. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1105>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram buddyku sebagai sarana informasi terkini. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 626–635.
- Nurfadila, F., Karimah, K. E., & Wahyudin, U. (2024). Transformasi Identitas Individu Melalui Komunikasi Kontemporer di Sosial Media. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 77–84. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i1.6140>
- Nurmala, N., & Setiawan, R. (2023). Fenomena dramaturgi dan konstruksi citra diri pengguna second account instagram pada kalangan mahasiswa fkip untirta. *EDU SOCLATA: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(1), 345–356.
- Paramesti, A. R., & Nurdianti, R. P. (2022). Penggunaan pseudonym di second account Instagram dalam perspektif etika digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 89–102.
- Pratama, Z. R., & Astuti, S. I. (2025). *Dramaturgi Second Account Instagram: Studi pada Mahasiswa di Bandung*. 5(2), 795–802.
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self disclosure generasi milenial melalui second account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312–323.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- Rahmah, M., Wahab, W., & Kurniawan, S. (2025). Pengembangan Pembelajaran PAI Bagi Digital Natives: Merancang Indikator Pembelajaran untuk Generasi-Z. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(1), 192–201.

- Rahmani, A. S. P., Edriana, A. S., & Kembara, M. D. (2024). Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Identitas Nasional. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 3(2), 1286–1293.
- Rohimah, A., Zuhriyah, L. F., & Jupriono. (2023). Komunikasi Korporat Industri Halal dalam Membangun Citra Positif Secara Berkelanjutan Melalui Media Sosial. *Journal of Islamic Communication Studies*, 1(2), 24–39. <https://doi.org/10.15642/jicos.2023.1.2.24-39>
- Ryanda Putri, K. (2024). *Dramaturgi Citra Diri Duta Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.
- Safitri, M. W., & Harianto, S. (2023). Eksistensi Diri Remaja di Instagram First Account sebagai Media dalam Pengelolaan Kesan. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i1.40085>
- Sari, F. I., Mauliza, V., & Ginting, R. (2025). OOTD Sebagai Bentuk Komunikasi Visual dalam Membangun Self Branding di Era Digital. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 7(1), 1–10.
- Shinta, A., & Putri, K. (2022). Penggunaan multiple account media social instagram sebagai dramaturgi pada perempuan milenial. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 188–205.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>
- Thohirah, M. D., Nur, H., & Daud, M. (2025). @ RealMe dan Dualitas Identitas Digital pada Remaja: Pengaruh Second Account sebagai Ruang Aman Ekspresi Diri di Media Sosial. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(9).
- Widagdo, M. B. (2024). Fenomena Second Account Oleh Mahasiswa Pada Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 12(3), 744–751.
- Yuntaffiani, G., & Erlangga, C. Y. (2025). Fenomena Pengguna Second Account di Instagram dalam Aktualisasi Diri pada Remaja (Studi Kasus Fenomenologi di Wilayah Jakarta Timur). *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 5(2), 964–993. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.6987>
- Zain, A. A., & Dwivayani, K. D. (2024). Penggunaan instagram pada generasi z sebagai media komunikasi dalam membangun personal branding ilustrator@ indahoei. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 359–372.
- Cindy, Wawancara, Surabaya, 15 Oktober 2025.
- Alfina, Wawancara, Surabaya, 16 Oktober 2025.
- Karina, Wawancara, Surabaya, 15 Oktober 2025.
- Kholil, Wawancara, Surabaya, 16 Oktober 2025.