

Membuka Kedok Dualitas: Mengeksplorasi Identitas Digital Remaja di Media Sosial

Journal of Humanity and Social Justice.
Volume 7 Issue 1, 2025. 43-63
Journal Homepage:
<http://ojs.isjn.or.id/index.php/journalhsj>
e-ISSN: 2657-148X

Unveiling the Mask of Duality: Exploring Teenagers' Digital Identity on Social Media

Muhammad Al-khahfi Akhmad¹, Ramlia AT², Sawedi Muhammad³

ARTICLE INFO

Keywords:

Digital Identity; Social Media;
Second account; Management
Impression; Self-presenting

Kata kunci: Identitas Digital;
Media Sosial; Second account;
Manajemen Kesan; Persentasi
Diri

How to cite:

Akhmad, M. A. (2025).
Membuka Kedok Dualitas:
Mengeksplorasi Identitas
Digital Remaja di Media
Sosial. Journal of Humanity
and Social Justice, 7(1), 43-63.

ABSTRACT

This study explores the phenomenon of teenagers' digital identity duality through the use of main and second accounts on Instagram social media. Using a mixed-methods approach, this study reveals the motivations, impression management strategies, and psychological and social impacts of this practice. The results showed significant differences in self-expression, impression management, self-disclosure, and self-promotion between main and second accounts. Qualitative findings reveal adolescents' motivations for creating a Second account as an expressive space separate from the idealized self-image on the main account, as well as their efforts in negotiating digital identity to fit social norms and the need for self-authenticity. This study reveals the complexity of dynamics in adolescents' identity construction in the digital world, where they attempt to balance the projection of a public self-image with authentic self-expression through the use of multiple accounts. This research contributes to the understanding of how adolescents navigate social pressures and the need to be fully recognized in the context of social media.

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi fenomena dualitas identitas digital remaja melalui penggunaan akun utama dan akun kedua (second account) di media sosial instagram. Dengan menggunakan pendekatan mixed-methods, studi ini mengungkap motivasi, strategi pengelolaan kesan, serta dampak psikologis dan sosial dari praktik ini. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam ekspresi diri, manajemen kesan, self-disclosure, dan promosi diri antara akun utama dan second account. Temuan kualitatif mengungkap motivasi remaja membuat Second account sebagai ruang ekspresif yang terpisah

¹ Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Indonesia. Email: alkhahfi.akhmad@gmail.com

² Departemen Sosiologi, Universitas Hasanuddin, Indonesia. Email: RamliaAT@gmail.com

³ Departemen Sosiologi, Universitas Hasanuddin, Indonesia. Email: msawedi@yahoo.com

DOI:
<https://doi.org/10.38026/jhsj.v7i1.61>

Copyright: © 2025 Muhammad Al-kahfi Akhmad
This work is licensed under a CC BY 4.0 [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

dari citra diri ideal di akun utama, serta upaya mereka dalam menegosiasikan identitas digital agar sesuai dengan norma sosial dan kebutuhan autentisitas diri. Studi ini mengungkapkan kompleksitas dinamika dalam konstruksi identitas remaja di dunia digital, di mana mereka berupaya menyeimbangkan proyeksi citra diri publik dengan ekspresi autentik diri melalui penggunaan akun ganda. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana remaja menavigasi tekanan sosial dan kebutuhan untuk diakui secara utuh dalam konteks media sosial.

1. PENDAHULUAN

Di era digital yang serba terhubung, media sosial telah menjadi panggung utama bagi remaja dalam mengekspresikan identitas diri mereka. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling populer, telah menjadi wadah bagi generasi muda untuk membagikan momen hidup, membangun personal branding, serta berinteraksi dengan lingkaran sosial mereka. Namun, fenomena penggunaan akun utama dan akun kedua (*second account*) di Instagram telah muncul sebagai tantangan baru dalam memahami dinamika identitas digital remaja.

Second account merupakan akun Instagram tambahan yang dimiliki oleh pengguna selain akun utama mereka. Akun utama cenderung digunakan untuk membagikan konten yang lebih terkuras dan sesuai dengan norma sosial. Sementara *second account* kerap dijadikan ruang ekspresif tanpa sensor, di mana remaja dapat membagikan konten yang mungkin dianggap kurang pantas atau kontroversial di akun utama mereka (Boyd, 2014). Dualitas praktik pengelolaan kesan diri (*self-presentation*) ini mencerminkan adanya tekanan sosial yang dihadapi remaja dalam memproyeksikan identitas diri yang ideal, namun di sisi lain juga menunjukkan kebutuhan mereka untuk mengekspresikan sisi autentik diri secara lebih leluasa.

Fenomena dualitas identitas digital remaja di media sosial muncul sebagai upaya mereka untuk menegosiasikan antara tuntutan norma sosial dan kebutuhan akan autentisitas ekspresi diri. Remaja merasa perlu memiliki akun utama untuk memproyeksikan identitas diri yang lebih ideal dan sesuai dengan harapan lingkungan sosial mereka (Lampe et al., 2021). Namun, di sisi lain, mereka juga membutuhkan ruang ekspresif tanpa sensor yang diwadahi oleh *second account*, di mana mereka dapat membagikan konten yang mungkin dianggap kurang pantas atau kontroversial di akun utama (Boyd, 2014). Dualitas ini memunculkan pertanyaan mengenai motivasi, strategi pengelolaan kesan, serta implikasi psikologis dan sosial di baliknya.

Beberapa peneliti menyoroti potensi bahaya *second account* seperti penyebaran konten negatif, perilaku cyberbullying, dan eksplorasi diri yang berlebihan (Xu et al., 2019). Namun, ada pula yang menekankan pentingnya *second account* sebagai wadah autentisitas ekspresi diri bagi kesehatan mental dan perkembangan identitas remaja (Boyd, 2014; Laugharne et al., 2022). Perdebatan ini menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena dualitas identitas digital remaja di media sosial.

Pada masa remaja, terjadi perubahan psikologis dan sosial yang signifikan, termasuk pembentukan identitas diri dan kebutuhan untuk diterima oleh kelompok sebaya. Media sosial menjadi arena bagi remaja untuk menjelajahi dan mengekspresikan identitas diri mereka, baik secara online maupun offline. Adanya dualitas identitas digital melalui akun utama dan *second account* mencerminkan kompleksitas yang dihadapi remaja dalam menegosiasikan antara tuntutan sosial dan kebutuhan akan autentisitas diri. Penelitian ini menjadi penting untuk memahami bagaimana remaja mengelola identitas digital mereka, serta implikasinya terhadap perkembangan psikososial dan kesejahteraan mental mereka.

Selain itu, fenomena ini juga memiliki konsekuensi yang lebih luas terhadap interaksi sosial dan norma-norma yang berkembang di masyarakat, terutama di kalangan remaja. Pemahaman yang mendalam tentang motivasi, strategi pengelolaan kesan, dan dampak dari dualitas identitas digital remaja dapat memberikan wawasan berharga bagi orang tua, pendidik, dan pembuat kebijakan dalam mendukung perkembangan remaja yang sehat dan bertanggung jawab di dunia digital yang terus berkembang ini.

Studi ini berupaya memahami bagaimana remaja menegosiasikan antara tuntutan norma sosial dan kebutuhan autentisitas diri dalam mengonstruksi identitas digital mereka. Penelitian ini akan mencari tahu motivasi yang mendasari remaja membuat dan menggunakan *second account* sebagai ruang ekspresif yang terpisah dari akun utama mereka. Mengapa mereka merasa perlu memiliki dua akun dengan fungsi yang berbeda. Selanjutnya, penelitian ini juga akan mengungkap strategi pengelolaan kesan (*impression management*) yang mereka lakukan dalam mempresentasikan diri di akun utama dan *second account*. Bagaimana mereka mengelola citra diri yang berbeda di kedua ranah tersebut.

Lebih jauh, studi ini akan menyelidiki dampak psikologis dan sosial dari fenomena dualitas identitas digital bagi perkembangan remaja, baik secara online maupun offline. Apakah praktik ini memberikan dampak positif atau justru menimbulkan konsekuensi negatif. Terakhir, penelitian ini akan mengaitkan temuan-temuan tersebut dengan konsep-konsep sosiologis seperti struktur sosial, agensi individu, masyarakat jaringan, dan komodifikasi identitas untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Meskipun telah ada upaya untuk mengeksplorasi fenomena ini, sebagian besar penelitian terdahulu cenderung terbatas pada pendekatan kuantitatif atau kualitatif saja. Dengan menggunakan metodologi campuran (*mixed method*), penelitian ini bertujuan untuk mengungkap secara mendalam motivasi, strategi pengelolaan kesan, serta dampak psikologis dan sosial dari dualitas identitas digital remaja di media sosial. Signifikansi penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperluas pemahaman tentang dinamika identitas digital remaja, serta implikasinya terhadap pengembangan diri, kesehatan mental, dan interaksi sosial mereka di dunia nyata maupun dunia maya.

Kajian Literatur

Identitas digital dan presentasi diri di media sosial telah menjadi topik yang banyak dieksplorasi dalam penelitian sosial dan psikologi. Studi-studi awal cenderung berfokus pada praktik manajemen kesan (*impression management*) yang

dilakukan individu di platform media sosial seperti *facebook* (Zhao et al., 2008; Michikyan et al., 2014). Penelitian-penelitian ini mengungkapkan bahwa pengguna seringkali memproyeksikan versi identitas diri yang lebih ideal dan sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Temuan ini sejalan dengan teori identitas sosial (*social identity theory*) yang menjelaskan bahwa individu cenderung menyesuaikan presentasi diri mereka dengan harapan dan norma kelompok sosial (Tajfel & Turner, 1979).

Sejalan dengan perkembangan media sosial dan munculnya platform-platform baru seperti *instagram*, fenomena dualitas identitas digital mulai menarik perhatian. Remaja, sebagai pengguna aktif media sosial, ternyata menggunakan akun utama dan akun kedua (*second account*) untuk tujuan yang berbeda (Lampe et al., 2021; Mascheroni et al., 2022). Akun utama masih digunakan untuk menampilkan citra diri yang lebih ideal dan sesuai ekspektasi lingkungan, sementara *Second account* menjadi wadah untuk ekspresi diri yang lebih autentik dan bebas dari tekanan sosial (Boyd, 2014; Laugharne et al., 2022). Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori manajemen kesan (*impression management theory*) yang menunjukkan bahwa individu sering kali mengelola presentasi diri mereka untuk mencapai tujuan tertentu, seperti membuat kesan positif atau memenuhi harapan sosial (Goffman, 1959).

Motivasi di balik penggunaan *second account* ini beragam, mulai dari kebutuhan untuk menjaga privasi (Serafinelli, 2018), mengeksplorasi identitas alternatif (Haimson et al., 2021), hingga sebagai katarsis emosional dan ruang untuk membagikan konten yang mungkin dianggap kurang pantas di akun utama (Niu et al., 2022). Studi-studi ini mengungkapkan bahwa remaja memanfaatkan *Second account* untuk mengekspresikan pemikiran, minat, atau gaya hidup yang mungkin tidak sesuai dengan citra diri mereka di akun utama. Motivasi ini dapat dikaitkan dengan teori kebutuhan akan autentisitas (*need for authenticity theory*), yang menekankan pentingnya ekspresi diri yang sejati dan konsisten dengan nilai-nilai personal untuk mencapai kesejahteraan psikologis (Kernis & Goldman, 2006).

Di sisi lain, beberapa penelitian menyoroti potensi dampak negatif dari penggunaan *second account*, seperti penyebaran konten berbahaya, *bullying*, dan eksploitasi diri (Xu et al., 2019; Chang et al., 2020). Masalah privasi dan keamanan juga menjadi perhatian, mengingat sifat *second account* yang cenderung lebih terbuka dan kurang terkontrol (Wisniewski et al., 2017). Temuan-temuan ini sejalan dengan perspektif teori risiko online (*online risk theory*) yang menekankan pentingnya memahami potensi bahaya dan konsekuensi negatif dari penggunaan media digital, terutama bagi remaja yang rentan terhadap berbagai ancaman (Livingstone & Helsper, 2010).

Meskipun telah ada beberapa upaya untuk memahami fenomena dualitas identitas digital ini, sebagian besar penelitian terdahulu cenderung berfokus pada satu aspek tertentu saja, seperti motivasi penggunaan *second account* atau implikasinya terhadap kesehatan mental. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena dualitas identitas digital remaja di media sosial secara lebih komprehensif, dengan mengombinasikan perspektif kuantitatif dan kualitatif untuk memahami motivasi, strategi pengelolaan kesan, serta dampak psikologis dan sosial

dari praktik ini. Dengan menggunakan kerangka teori yang relevan, seperti teori identitas sosial, teori manajemen kesan, teori kebutuhan akan autentisitas, dan teori risiko *online*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kompleksitas dualitas identitas digital remaja di media sosial.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed method*, yaitu kombinasi antara metode kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam tentang fenomena identitas digital remaja di media sosial, terutama terkait dengan penggunaan *second account*.

Pada pendekatan kuantitatif diperoleh dari survei terhadap 252 responden mahasiswa dengan rentang usia 19-22 tahun. Sampel akan diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang melibatkan pemilihan partisipan berdasarkan kriteria tertentu (Creswell & Plano Clark, 2018). Dalam penelitian ini, kriteria yang akan digunakan adalah remaja pengguna Instagram dengan akun utama dan *second account*. *Purposive sampling* dipilih untuk memastikan bahwa sampel yang diperoleh relevan dan dapat memberikan informasi yang kaya terkait dengan fenomena yang diteliti (Patton, 2015).

Kuesioner disebarluaskan secara *online* melalui platform media sosial Instagram dan WhatsApp dan disebarluaskan selama satu bulan (Maret 2024-April 2024). Kuesioner ini akan mencakup pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan perilaku penggunaan media sosial, motif penggunaan *second account*, manajemen kesan, presentasi diri, dan variabel-variabel lain yang relevan.

Data kuantitatif dari survei online akan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS. Analisis deskriptif, seperti mean, median, dan standar deviasi, akan dilakukan untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik sampel dan variabel-variabel utama. Selanjutnya, analisis non-parametrik seperti uji Wilcoxon akan digunakan untuk menguji perbedaan antara variabel-variabel terkait identitas digital remaja di akun utama dan *second account*. Uji Wilcoxon dipilih karena merupakan uji non-parametrik yang cocok untuk data berpasangan atau berkorelasi (Nachar, 2008). Analisis ini akan membantu menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan dalam presentasi diri, manajemen kesan, dan variabel lainnya antara akun utama dan *second account*. Dalam penelitian terdapat 5 informan yang dipilih berdasarkan kriteria berikut: 1) Gen-Z yang berusia 17-22 tahun, 2) Aktif menggunakan Instagram, 3) Aktif menggunakan *second account*.

Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman tentang perspektif, motivasi, perilaku, dan pengalaman subjektif remaja dalam mengonstruksi identitas digital mereka di akun utama dan *second account*. Data kualitatif dari wawancara mendalam akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan tematik (thematic analysis) yang melibatkan pengodean data, identifikasi tema-tema utama, dan interpretasi makna dari tema-tema tersebut (Braun & Clarke, 2006). Analisis ini akan dilakukan secara iteratif dan kolaboratif di antara anggota tim peneliti untuk memastikan keandalan dan validitas temuan.

Setelah proses pengumpulan data dilakukan dengan dua pendekatan selesai, peneliti mengintegrasikan semua data untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Integrasi ini dapat dilakukan melalui triangulasi data, membandingkan dan menyatukan temuan-temuan dari kedua metode (Creswell & Plano Clark, 2018).

Meskipun pendekatan *mixed method* ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang identitas digital remaja di media sosial, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan. Pertama, sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada remaja di lingkungan perkotaan dan pendidikan tinggi, sehingga temuan mungkin tidak dapat digeneralisasi ke populasi remaja yang lebih luas. Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada pengguna Instagram, sedangkan dinamika identitas digital di platform media sosial lainnya mungkin berbeda. Ketiga, wawancara mendalam hanya melibatkan jumlah informan yang terbatas, sehingga mungkin tidak dapat menangkap keragaman perspektif dan pengalaman remaja secara keseluruhan.

Dengan mempertimbangkan keterbatasan ini, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan sampel dan platform media sosial yang diteliti, serta meningkatkan jumlah informan dalam fase kualitatif. Selain itu, penelitian longitudinal atau studi kasus yang lebih mendalam juga dapat dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika identitas digital remaja di media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kuantitatif

Analisis Deskripsi Responden

Survei terhadap 252 responden mahasiswa, uji statistik non-parametrik Wilcoxon digunakan untuk menganalisis perbedaan perilaku pengelolaan identitas digital di antara akun utama dan *Second account*. Berikut uraiannya:

Deskripsi Data Responden Usia

Tabel 1. Deskripsi Data Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
19 Tahun	37	14.7%
20 Tahun	81	32.1%
21 Tahun	65	25.8%
22 Tahun	69	27.4%
Total	252	100%

Sumber: Data Primer (diolah, 2024)

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa pada 252 responden terdapat 81 responden yang memiliki usia 20 tahun dengan presentase 32,1%, terdapat 69

responden yang usia 22 tahun dengan presentase 27,4% dan 65 responden usia 21 tahun dengan presentase 25.8%. Adapun responden yang paling sedikit sebanyak 37 responden yang memiliki usia 19 tahun dengan presentase 14,7%.

Deskripsi Data Responden Jenis Kelamin

Tabel 2. Deskripsi Data Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	85	33,7%
Perempuan	167	66,3%
Total	252	100%

Sumber: Data Primer (diolah), 2024

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 85 responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 33,7% dan sebanyak 167 responden yang berjenis kelamin perempuan dengan presentase 66,3% dalam penelitian ini

Deskripsi Data Berdasarkan Asal Universitas

Tabel 3. Deskripsi Data Berdasarkan Universitas

Asal Universitas	Jumlah	Presentase
Universitas Hasanuddin	128	50.8%
Universitas Negeri Makassar	124	49.2%
Total	252	100%

Sumber: Data primer (diolah), 2024

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa dalam 252 responden 128 responden yang berasal dari Universitas Hasanuddin (Unhas) dengan presentase 50.8% dan terdapat 124 responden yang berasal dari Universitas Negeri Makassar (UNM) dengan presentase 49.2%.

Analisis Data

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Sig.	Ket
ED UT	.000	Tidak Normal
ED KED	.000	Tidak Normal
MK UT	.000	Tidak Normal
MK KED	.000	Tidak Normal

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas, bahwa uji normalitas dari pengujian menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dapat dilihat nilai signifikansi pada aspek ekspresi diri pada akun utama dan akun kedua sebesar 0,000 yang berarti bahwa taraf signifikansi lebih kecil dari <0,05 maka dari itu data yang tersebar tidak normal. Kemudian dapat dilihat signifikansi pada aspek manajemen kesan pada akun utama dan akun kedua sebesar 0,000 yang berarti bahwa taraf signifikansi lebih kecil dari <0,05 maka dari itu data yang tersebar tidak normal. Maka dari itu jika data tersebut tidak normal maka digunakan uji Wilcoxon.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Sig.	Ket
SD UT	.000	Tidak Normal
SD KED	.000	Tidak Normal
MK UT	.000	Tidak Normal
MK KED	.000	Tidak Normal
PD UT	.000	Tidak Normal
PD KED	.000	Tidak Normal
ED UT	.000	Tidak Normal

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas, bahwa uji normalitas dari pengujian menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dapat dilihat nilai signifikansi pada aspek self disclosure pada akun utama dan akun kedua sebesar 0,000 yang berarti bahwa taraf signifikansi lebih kecil dari <0,05 maka dari itu data yang tersebar tidak normal. Dapat dilihat pada aspek manajemen kesan nilai signifikansi pada akun utama dan akun sebesar 0,000 yang berarti bahwa taraf signifikansi lebih kecil dari <0,05 maka dari itu data yang tersebar tidak normal. Pada aspek promosi diri pada akun utama dan akun memiliki taraf signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa taraf signifikansi lebih

kecil dari <0,05 maka dari itu data yang tersebar tidak normal. Maka dari itu jika data tersebut tidak normal maka digunakan uji Wilcoxon.

Ekspresi Diri

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis pada aspek Ekspresi diri

Test Statistics	
EDKED - EDUT	
Z	-11.183 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000
a. Wilcoxon Signed Ranks Test	
b. Based on negative ranks.	

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig 0.000 < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hipotesis dapat diterima, yang berarti bahwa terdapat perbedaan rata-rata dua sampel yang saling berpasangan. Lebih lanjut

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis pada aspek Ekspresi diri

	Ranks		
	N	Mean Rank	Sum of Ranks
EDKED - EDUT	<i>Negative Ranks</i>	43 ^a	55.55
	<i>Positive Ranks</i>	196 ^b	134.14
	Ties	13 ^c	
	Total	252	

a. EDKED < EDUT
b. EDKED > EDUT
c. EDKED = EDUT

Sumber: Output SPSS, 2024

Negative Rank atau selisih antara aspek ekspresi diri pada akun utama dan akun kedua dengan nilai N yaitu 43, Nilai Mean Rank 55.55 dan Sum Rank 2388.50. nilai tersebut menunjukkan adanya penurunan pada aspek ekspresi diri akun utama ke akun kedua. Positive Rank atau selisih antara aspek ekspresi diri pada akun utama dan akun kedua dengan nilai N yaitu 196, Nilai Mean Rank 134.14 dan Sum Rank 26291.50. Ties merupakan kesaamaan dari nilai pada aspek ekspresi diri pada akun utama dan akun kedua yang dapat dilihat pada hasil diatas yaitu 13 yang berarti terdapat 13 nilai yang sama antara akun utama dan akun ke dua.

Peningkatan signifikan ekspresi diri di *Second account* (196 dari 252 responden) mengindikasikan bahwa remaja membutuhkan ruang alternatif untuk mengekspresikan sisi kepribadian, minat, dan aspek diri lainnya yang mungkin tidak diterima atau dianggap kurang pantas di akun utama. *Second account* menjadi wadah bagi remaja untuk melampiaskan ekspresi diri tanpa sensor yang berlebihan. Temuan ini sejalan dengan teori kebutuhan akan autentisitas (need for authenticity theory)

yang menekankan pentingnya ekspresi diri yang sejati untuk mencapai kesejahteraan psikologis (Kernis & Goldman, 2006).

Secara sosiologis, temuan ini mencerminkan bagaimana remaja yang tengah mencari jati diri harus bernegosiasi dengan ekspektasi dan norma sosial di lingkungannya. *Second account* memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi identitas digital secara lebih utuh tanpa merasa tertekan oleh stigma atau penilaian negatif.

Manajemen Kesan

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis pada Manajemen Kesan

Test Statistics	
MKKED - MKUT	
	-8.426 ^b
	.000
a. Wilcoxon Signed Ranks Test	
b. Based on negative ranks.	

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig 0.000 < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hipotesis dapat diterima, yang berarti bahwa terdapat perbedaan rata-rata dua sampel yang saling berpasangan. Lebih lanjut:

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis pada Manajemen Kesan

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
MKKED - MKUT	Negative Ranks	72 ^d	63.03	4538.00
	Positive Ranks	154 ^e	137.10	21113.00
	Ties	26 ^f		
	Total	252		

a. MKKED < MKUT

b. MKKED > MKUT

c. MKKED = MKUT

Sumber: Ouput SPSS, 2024

Negative Rank atau selisih antara aspek manajemen kesan pada akun utama dan akun kedua dengan nilai N yaitu 72, Nilai Mean Rank 63.03 dan Sum Rank 4538.00. nilai tersebut menunjukkan adanya penurunan pada aspek manajemen kesan akun ke utama ke akun kedua. Positive Rank atau selisih antara aspek manajemen kesan pada akun utama dan akun kedua dengan nilai N yaitu 154, Nilai Mean Rank 137.10 dan Sum Rank 21113.00. Ties merupakan kesaamaan dari nilai pada aspek manajemen

kesan pada akun utam dan akun kedua yang dapat dilihat pada hasil diatas yaitu 12 yang berarti terdapat 12 nilai yang sama antara akun utama dan akun ke dua.

Peningkatan manajemen kesan di *second account* (154 dari 252 responden) menunjukkan bahwa remaja cenderung lebih bebas mengelola citra diri yang ingin mereka proyeksikan di ranah tersebut. Berbeda dengan akun utama yang lebih diatur untuk menjaga kesan positif di mata publik, *second account* memberi keleluasaan untuk membangun kesan alternatif yang mungkin lebih personal dan kontroversial. Temuan ini dapat dikaitkan dengan teori manajemen kesan (impression management) dalam psikologi sosial. Remaja berupaya menyesuaikan penampilan dan perilaku mereka sesuai dengan situasi dan audiens yang dihadapi, baik di akun utama maupun *Second account* (Goffman, 1959).

Self Disclosure

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis pada Manajemen Kesan

Test Statistics ^a	
SDKED -	SDUT
Z	-11.551 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig 0.000 < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hipotesis dapat diterima, yang berarti bahwa terdapat perbedaan rata-rata dua sampel yang saling berpasangan. Lebih lanjut:

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis pada Manajemen Kesan

		Ranks		Sum of Ranks
		N	Mean Rank	
SDKED - SDUT	Negative Ranks	34 ^a	53.56	1821.00
	Positive Ranks	201 ^b	128.90	25909.00
	Ties	17 ^c		
	Total	252		

a. SDKED < SDUT

b. SDKED > SDUT

c. SDKED = SDUT

Sumber: Output SPSS, 2024

Negative Rank atau selisih antara aspek *self-disclosure* pada akun utama dan akun kedua dengan nilai N yaitu 34, Nilai Mean Rank 53.56 dan Sum Rank 1821.00. nilai tersebut menunjukkan adanya penurunan pada aspek ekspresi diri akun utama ke akun kedua. Positive Rank atau selisih antara aspek *self-disclosure* pada akun utama dan akun kedua dengan nilai N yaitu 201, Nilai Mean Rank 128.90 dan Sum Rank

25909.00. Ties merupakan kesaamaan dari nilai pada aspek *self-disclosure* pada akun utama dan akun kedua yang dapat dilihat pada hasil diatas yaitu 17 yang berarti terdapat 17 nilai yang sama antara akun utama dan akun ke dua.

Peningkatan self disclosure di *second account* (201 dari 252 responden) mengindikasikan bahwa remaja memanfaatkan ranah tersebut untuk mengungkapkan aspek-aspek pribadi yang mungkin sulit mereka sampaikan di akun utama. *Second account* menjadi ruang aman bagi remaja untuk membuka diri, berbagi cerita hidup, curahan emosi, bahkan hal-hal sensitif lainnya. Secara teoretis, temuan ini selaras dengan konsep keintiman dalam hubungan sosial. Remaja cenderung membatasi keterbukaan diri di akun utama karena bersifat lebih publik, sementara di *second account* yang lingkupnya lebih privat, mereka merasa lebih nyaman untuk *vulnerable* (Altman & Taylor, 1973).

Promosi Diri

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis pada Manajemen Kesan

Test Statistics ^a	
	PDKED - PDUT
Z	-10.225 ^b

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig 0.000 < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hipotesis dapat diterima, yang berarti bahwa terdapat perbedaan rata-rata dua sampel yang saling berpasangan. Lebih lanjut:

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis pada Manajemen Kesan

	Ranks	Sum of Ranks		
		N	Mean Rank	Ranks
PDKED - PDUT	Negative Ranks	54 ^a	60.22	3252.00
	Positive Ranks	182 ^b	135.79	24714.00
	Ties	16 ^c		
	Total	252		

a. PDKED < PDUT

b. PDKED > PDUT

c. PDKED = PDUT

Sumber: Output SPSS, 2024

Negative Rank atau selisih antara aspek promosi diri pada akun utama dan akun kedua dengan nilai N yaitu 54, Nilai Mean Rank 60.22 dan Sum Rank 3252.00. nilai tersebut menunjukkan adanya penurunan pada aspek ekspresi diri akun utama ke akun kedua. Positive Rank atau selisih antara aspek manajemen kesan pada akun utama dan akun kedua dengan nilai N yaitu 182, Nilai Mean Rank 135.79 dan Sum

Rank 24714.00. Ties merupakan kesaamaan dari nilai pada aspek manajemen kesan pada akun utama dan akun kedua yang dapat dilihat pada hasil diatas yaitu 16 yang berarti terdapat 16 nilai yang sama antara akun utama dan akun ke dua.

Peningkatan promosi diri di *second account* (182 dari 252 responden) menunjukkan bahwa remaja menggunakan ranah tersebut untuk mempromosikan sisi identitas digital yang mungkin dianggap kurang ideal atau tidak sesuai dengan citra diri di akun utama. *Second account* memungkinkan remaja untuk mempromosikan minat, hobi, gaya hidup, atau bahkan pemikiran kontroversial tanpa merasa khawatir akan mempengaruhi personal branding mereka di akun utama.

Dari sudut pandang sosiologi, temuan ini dapat dikaitkan dengan konsep presentasi diri (self-presentation) dalam interaksi sosial. Remaja memilih untuk mempromosikan aspek-aspek tertentu dari identitas digital mereka sesuai dengan audiens dan situasi yang dihadapi (Goffman, 1959). Temuan ini mengindikasikan bahwa *second account* memang digunakan remaja sebagai wadah untuk lebih bebas mengekspresikan diri, mengelola kesan, membuka diri, dan mempromosikan identitas digital mereka tanpa banyak tekanan seperti di akun utama.

Secara keseluruhan, hasil analisis kuantitatif ini menunjukkan bahwa remaja memanfaatkan *second account* sebagai ruang alternatif untuk mengeksplorasi dan mengekspresikan aspek-aspek identitas digital yang mungkin tidak dapat sepenuhnya diwadahi di akun utama mereka. *Second account* memungkinkan mereka untuk lebih terbuka, autentik, dan bebas dalam mempresentasikan diri tanpa terlalu merasa terbebani oleh norma sosial atau ekspektasi dari lingkungan mereka.

Analisis Kualitatif

Dari wawancara mendalam terhadap 5 informan, diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang motivasi, perilaku, serta proses negosiasi identitas di balik penggunaan *second account*:

Motivasi Pembentukan *Second account*

Second account dibuat sebagai pelengkap akun utama untuk memfasilitasi ekspresi diri yang lebih autentik tanpa adanya tekanan dan batasan aturan seperti di akun utama. Remaja merasa perlu memiliki ruang privat untuk menjadi diri sendiri tanpa khawatir mendapat penilaian negatif dari lingkungan. Remaja merasa perlu memiliki ruang privat untuk menjadi diri sendiri tanpa khawatir mendapat penilaian negatif dari lingkungan. Salah satu informan, FL (20 tahun), mengungkapkan:

"saya bikin second account karena mau punya ruang untuk berekspresi tanpa harus kupikir ap ana bilang orang lain. Di akun utamaku haruska jaga image, tapi di second account aku bisa lebih bebas." (Wawancara 4 Maret 2024)

Informan menyatakan bahwa motivasi utama membuat *Second account* adalah untuk memiliki ruang ekspresif yang terpisah dari citra diri ideal di akun utama. Secara psikologis, remaja membutuhkan wadah untuk mewujudkan identitas digital yang lebih autentik dan minim tekanan penampilan. Hal ini sejalan dengan temuan Boyd (2014) yang menyatakan bahwa remaja menggunakan media sosial untuk mengeksplorasi identitas dan presentasi diri yang berbeda dari akun utama mereka.

Secara psikologis, remaja membutuhkan wadah untuk mewujudkan identitas digital yang lebih autentik dan minim tekanan penampilan.

Dinamika dalam proses pembentukan identitas remaja. Di satu sisi, mereka ingin memproyeksikan citra diri yang sesuai dengan ekspektasi sosial di akun utama. Namun di sisi lain, mereka juga memiliki kebutuhan untuk mengeksplorasi dan mengekspresikan sisi autentik diri yang mungkin kurang diterima di ranah publik.

Pengaturan Konten di Second account

Terdapat perbedaan signifikan dalam pengaturan konten di kedua akun. Remaja cenderung membatasi diri untuk hanya membagikan konten yang aman dan sesuai ekspektasi publik di akun utama. Sementara di *second account*, mereka lebih bebas mengekspresikan opini, lelucon, aktivitas iseng, bahkan luapan emosional tanpa rasa khawatir. Remaja dengan sengaja membatasi konten di akun utama hanya pada hal-hal yang aman, positif, dan sesuai ekspektasi publik. Sementara di *second account*, mereka lebih bebas mengekspresikan opini, lelucon satir, aktivitas iseng, bahkan curahan emosional tanpa rasa tertekan. FH (21 tahun) menjelaskan:

"Di akun utama, yang ku posting foto-foto yang bagus, momen spesial, atau prestasi. Tapi di second account, bisa posting yang kumaui, curhat, mengeluh, bercanda, tanpa mikirin orang lain mau komentar apa." (Wawancara 20 Maret 2024)

Perilaku ini mencerminkan upaya remaja dalam mengelola kesan (*impression management*) yang berbeda di dua ranah tersebut. Mereka menyadari adanya norma dan ekspektasi sosial yang harus dipatuhi di akun utama, sementara *second account* menjadi ruang untuk mengekspresikan identitas digital yang mungkin kurang sesuai dengan norma tersebut. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa remaja secara strategis mengelola kesan di media sosial, dengan membedakan presentasi diri di akun utama dan *second account* (Marwick & boyd, 2014). Perilaku ini mencerminkan upaya remaja dalam mengelola kesan (*impression management*) yang berbeda di dua ranah tersebut.

Relasi dan Dinamika Interaksi

Meski jumlah *followers* di *second account* jauh lebih sedikit, interaksi dan hubungan yang terjalin justru lebih mendalam dan intim. Remaja merasa lebih diterima dan dipahami oleh lingkaran pertemanan di *second account* karena adanya kesamaan dalam ekspresi autentik diri. Meski jumlah *followers* di *second account* lebih sedikit, interaksi dan hubungan yang terjalin justru lebih dalam dan intim. Remaja merasa lebih diterima dan dipahami oleh lingkaran pertemanan di *second account* karena adanya kesamaan dalam ekspresi autentik diri. Relasi dan Dinamika Interaksi Meski jumlah *followers* di *second account* jauh lebih sedikit, interaksi dan hubungan yang terjalin justru lebih mendalam dan intim. Remaja merasa lebih diterima dan dipahami oleh lingkaran pertemanan di *second account* karena adanya kesamaan dalam ekspresi autentik diri. NM (18 tahun) berbagi pengalamannya:

"*Di second account, kurasa lebih nyambung sama temen-temenku. Bisaka saling curhat, saling dukung, tanpa harus jaim. Rasanya lebih real aja interaksinya.*"
(Wawancara 10 April 2024)

Temuan ini mengungkapkan pentingnya kebutuhan remaja untuk merasa diterima dan diakui sebagai diri mereka yang sebenarnya, tanpa perlu menyembunyikan sisi-sisi kepribadian yang mungkin kurang sesuai dengan norma sosial. *Second account* menjadi ruang privat yang memfasilitasi pemenuhan kebutuhan tersebut. Peran *second account* dalam memenuhi kebutuhan remaja akan koneksi sosial yang autentik. Penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya media sosial bagi remaja untuk membangun dan memelihara hubungan (Boyd, 2014), namun studi ini mengungkapkan nuansa baru dalam konteks *second account*.

Negosiasi Identitas dan Autentisitas

Remaja menunjukkan upaya untuk menegosiasikan identitas digital mereka agar tetap sesuai dengan norma dan ekspektasi sosial yang berlaku. Namun, *second account* dianggap sebagai wadah untuk mengekspresikan sisi autentik diri yang sulit disampaikan di akun utama. Remaja menunjukkan upaya untuk menegosiasikan identitas digital mereka agar tetap sesuai dengan norma dan ekspektasi sosial yang berlaku. Namun, *second account* dianggap sebagai wadah untuk mengekspresikan sisi autentik diri yang sulit disampaikan di akun utama. Negosiasi Identitas dan autentisitas remaja menunjukkan upaya untuk menegosiasikan identitas digital mereka agar tetap sesuai dengan norma dan ekspektasi sosial yang berlaku. Namun, *second account* dianggap sebagai wadah untuk mengekspresikan sisi autentik diri yang sulit disampaikan di akun utama. AR (19 tahun) menjelaskan:

"*kuasadariji haruska pintar-pintar ngepost di akun utama, biar tetep keliatan baik di mata orang lain. Tapi di second account, bisa lebih jujurja sama diri sendiri, nda perlu pura-pura.*" (Wawancara 19 April 2024)

Hal ini mencerminkan dinamika kompleks dalam proses konstruksi identitas remaja di dunia digital. Mereka tidak sekedar menerima begitu saja ekspektasi sosial yang ada, tetapi juga aktif bernegosiasi dan mencari ruang untuk mewujudkan autentisitas diri. Penggunaan *second account* dapat dipandang sebagai strategi remaja dalam menavigasi tekanan sosial dan kebutuhan untuk diakui secara utuh. Kompleksitas proses konstruksi identitas remaja di era digital. Penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi bagaimana remaja bernegosiasi dengan harapan sosial dalam presentasi diri online (Bailey et al., 2013), namun studi ini memperdalam pemahaman dengan mengungkap peran *second account* sebagai ruang untuk autentisitas diri.

Temuan kualitatif ini memberikan wawasan yang kaya tentang pengalaman remaja dalam mengonstruksi dan menegosiasikan identitas digital mereka melalui penggunaan akun ganda di media sosial. Hasil ini melengkapi data kuantitatif dan memperkuat interpretasi tentang fenomena dualitas identitas digital yang kompleks ini.

Secara keseluruhan, studi ini berkontribusi pada literatur yang ada dengan mengungkap dinamika yang terjadi ketika remaja mengelola identitas digital mereka di akun utama dan *second account*. Temuan ini menunjukkan bahwa remaja secara

aktif bernegosiasi dengan tekanan sosial sambil berusaha memenuhi kebutuhan mereka akan autentisitas dan koneksi yang bermakna. Implikasinya, penting bagi para praktisi dan pembuat kebijakan untuk mempertimbangkan kompleksitas ini dalam merancang intervensi dan pendidikan literasi digital bagi remaja.

Meski demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal jumlah informan dan fokus pada satu platform media sosial saja. Studi di masa depan dapat memperluas cakupan dengan melibatkan lebih banyak partisipan dan meneliti dinamika identitas digital remaja di berbagai platform. Selain itu, pendekatan longitudinal dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana proses negosiasi identitas ini berkembang seiring waktu.

Dalam keseluruhan analisis kuantitatif dan kualitatif, terlihat bagaimana remaja menghadapi tantangan dalam mengonstruksi identitas digital mereka di media sosial. Akun ganda menjadi solusi untuk mengakomodasi dualitas antara proyeksi citra diri publik dan ekspresi autentik diri yang lebih pribadi. Studi ini mengungkap kompleksitas dinamika tersebut dan pentingnya memahami pengalaman remaja secara mendalam agar dapat diberikan pendampingan yang tepat dalam menavigasi dunia digital.

Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan fenomena dualitas identitas digital yang dilakukan remaja melalui penggunaan akun ganda di media sosial. Hal ini mencerminkan adanya kebutuhan untuk mempresentasikan diri secara berbeda di ranah publik (akun utama) dan ranah privat (*second account*). Poin ini perlu dibahas secara mendalam dengan mengaitkannya pada teori-teori terkait konstruksi identitas, manajemen kesan, dan presentasi diri dalam konteks digital.

Fenomena dualitas identitas digital yang dilakukan remaja melalui penggunaan akun ganda di media sosial. Temuan ini mendukung teori manajemen kesan dari Goffman (1959) yang menyatakan bahwa individu berupaya untuk mempresentasikan diri sesuai dengan konteks sosial yang dihadapi. Dalam konteks digital, remaja mengelola kesan mereka dengan membedakan presentasi diri di akun utama yang lebih publik dan *second account* yang lebih privat. Hal ini selaras dengan penelitian Marwick dan boyd (2014) yang mengungkapkan bahwa remaja secara strategis mengelola kesan di media sosial untuk memenuhi ekspektasi sosial yang berbeda.

Fenomena dualitas identitas digital yang dilakukan remaja perlu dikaji dalam konteks norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Penggunaan akun ganda dapat dipandang sebagai strategi remaja untuk bernegosiasi antara tuntutan konformitas dengan kebutuhan untuk mengekspresikan individualitas. Remaja menghadapi tantangan dalam menegosiasikan identitas mereka di media sosial, di mana mereka harus bernavigasi antara keinginan untuk menjadi diri sendiri dan tuntutan untuk mematuhi norma-norma sosial (Davis, 2012). Hal ini mencerminkan adanya ketegangan antara struktur sosial (norma, ekspektasi, dan kontrol sosial) dengan agensi individu (kebebasan dan ekspresi diri). Perlu dianalisis bagaimana

remaja menavigasi ketegangan tersebut dalam proses konstruksi identitas digital mereka

Temuan kuantitatif dan kualitatif menunjukkan bahwa remaja menggunakan *second account* sebagai wadah untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik tanpa adanya batasan dan tekanan seperti di akun utama. Hal ini perlu dianalisis lebih lanjut dengan mengaitkannya pada konsep autentisitas diri, kebutuhan aktualisasi diri, dan dinamika pencarian jati diri remaja dalam konteks digital. Penelitian sebelumnya dari Valkenburg dan Peter (2011) juga mengungkapkan pentingnya media sosial sebagai ruang bagi remaja untuk mengeksplorasi identitas mereka.

Second account sebagai ruang privat untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik. Media sosial telah menciptakan ruang baru bagi remaja untuk mengeksplorasi identitas mereka, di mana batas antara ranah publik dan privat menjadi semakin kabur (Boyd, 2014). Penggunaan akun ganda dapat dipandang sebagai upaya remaja untuk mengontestasikan batasan antara ranah publik dan privat dalam konteks digital. Perlu dianalisis bagaimana remaja menegosiasi batas-batas tersebut dan implikasinya terhadap dinamika interaksi sosial di dunia maya.

Hasil penelitian mengungkap bagaimana remaja melakukan manajemen kesan yang berbeda di akun utama dan *second account*. Mereka berupaya menyesuaikan penampilan dan perilaku mereka sesuai dengan situasi dan audiens yang dihadapi. Poin ini perlu didebat dengan penelitian sebelumnya dari Goffman (1959) tentang konsep manajemen kesan dalam interaksi sosial, serta bagaimana konsep ini beroperasi dalam konteks digital. Selain itu, perlu dibahas bagaimana remaja bernegosiasi antara ekspektasi sosial dan kebutuhan untuk mengekspresikan autentisitas diri melalui penggunaan akun ganda.

Remaja melakukan manajemen kesan yang berbeda di akun utama dan *Second account*. Dalam masyarakat digital, individu semakin terbiasa dengan praktik manajemen kesan secara online, di mana mereka dapat mempresentasikan diri sesuai dengan audiens yang dihadapi (Marwick & boyd, 2011). Hal ini perlu dianalisis dalam konteks masyarakat digital (*digital society*) di mana interaksi sosial semakin banyak dimediasi oleh teknologi. Dalam perspektif sosiologi, manajemen kesan dan presentasi diri merupakan aspek penting dalam interaksi sosial. Perlu dikaji bagaimana praktik tersebut beroperasi dalam konteks digital dan implikasinya terhadap pembentukan identitas serta hubungan sosial.

Remaja cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan diri (*self-disclosure*) di *second account* dibandingkan akun utama yang lebih publik. Hal ini perlu dianalisis dalam kaitannya dengan konsep keintiman dalam hubungan sosial dan bagaimana hal tersebut beroperasi dalam konteks digital. Penelitian sebelumnya dari Valkenburg dan Peter (2009) juga mengungkap adanya kecenderungan remaja untuk lebih terbuka di media sosial. Namun, perlu didebat apakah *self-disclosure* di ranah digital memiliki implikasi yang sama dengan *self-disclosure* dalam interaksi tatap muka.

Kecenderungan remaja untuk lebih terbuka dalam mengungkapkan diri (*self-disclosure*) di *second account*. Media sosial memfasilitasi pembentukan hubungan dan

keintiman baru dalam masyarakat jaringan, di mana *self-disclosure* menjadi penting dalam membangun kedekatan dan kepercayaan (Chambers, 2013). Hal ini perlu dikaitkan dengan konsep masyarakat jaringan (*network society*) yang diajukan oleh Manuel Castells. Dalam masyarakat jaringan, individu terhubung dalam jaringan sosial yang kompleks dan berbasis teknologi. Perlu dianalisis bagaimana *self-disclosure* dan keintiman dalam hubungan sosial beroperasi dalam konteks masyarakat jaringan, serta implikasinya terhadap pola interaksi dan pembentukan modal sosial.

Penelitian menunjukkan ini bahwa remaja menggunakan *second account* untuk mempromosikan sisi identitas digital yang mungkin dianggap kurang ideal atau tidak sesuai dengan citra diri di akun utama. Poin ini perlu dibahas dalam kaitannya dengan konsep personal branding dan bagaimana remaja mengelola citra diri mereka di media sosial. Penelitian sebelumnya dari Marwick (2013) mengungkapkan bahwa individu cenderung melakukan komodifikasi diri di media sosial untuk membangun *personal branding* yang menguntungkan. Perlu didebat apakah penggunaan *second account* dapat dipandang sebagai upaya remaja dalam membangun personal branding yang lebih autentik dan bebas dari tekanan sosial.

Second account digunakan untuk mempromosikan sisi identitas digital yang mungkin dianggap kurang ideal di akun utama. Hal ini perlu dikaitkan dengan fenomena komodifikasi identitas dalam ekonomi digital. Dalam ekonomi digital, identitas individu menjadi komoditas yang dipromosikan dan dikelola untuk memperoleh keuntungan, baik dalam bentuk perhatian, popularitas, atau sumber daya lainnya (Hearn, 2008). Dalam perspektif sosiologi ekonomi, identitas dapat dipandang sebagai komoditas yang dipromosikan dan dikelola untuk memperoleh keuntungan (baik simbolik maupun material). Perlu dianalisis bagaimana remaja terlibat dalam praktik promosi diri dan komodifikasi identitas digital, serta implikasinya terhadap dinamika produksi dan konsumsi dalam ekonomi digital.

Temuan penelitian ini mengungkapkan dinamika kompleks dalam proses konstruksi identitas remaja di dunia digital. Perlu dibahas implikasi psikologis dan sosial dari fenomena dualitas identitas digital, seperti dampaknya terhadap perkembangan kepribadian, hubungan interpersonal, dan penerimaan sosial. Penelitian sebelumnya dari Michikyan et al. (2015) mengungkapkan adanya korelasi antara penggunaan akun ganda dengan tingkat kecemasan sosial dan harga diri yang lebih rendah pada remaja. Perlu didebat apakah temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian ini atau justru sebaliknya, penggunaan *Second account* memberikan dampak positif bagi perkembangan identitas remaja.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis yang penting bagi pendidik, orang tua, dan pembuat kebijakan dalam mendukung perkembangan identitas digital yang sehat pada remaja. Pemahaman tentang fenomena dualitas identitas digital dapat membantu pihak-pihak ini untuk mengembangkan pendekatan yang lebih nuansa dalam literasi digital remaja. Alih-alih hanya berfokus pada risiko dan bahaya online, penting untuk mengakui peran media sosial sebagai ruang bagi remaja untuk mengeksplorasi dan mengekspresikan identitas mereka. Pendidik dapat menggunakan temuan ini untuk merancang program literasi digital yang membekali remaja dengan keterampilan untuk mengelola identitas online mereka secara sehat

dan autentik. Orang tua dapat memanfaatkan wawasan ini untuk membangun komunikasi yang lebih terbuka dan suportif dengan remaja terkait aktivitas online mereka.

Hal ini perlu dikaitkan dengan isu stratifikasi sosial dalam masyarakat digital. Perlu dianalisis apakah fenomena dualitas identitas digital terkait dengan faktor-faktor seperti kelas sosial, gender, etnis, atau latar belakang budaya tertentu. Misalnya, apakah remaja dari kelas sosial tertentu memiliki akses dan kemampuan yang lebih besar dalam mengonstruksi identitas digital secara dualitas dibandingkan remaja dari kelas sosial lainnya. Akses dan kemampuan untuk mengonstruksi identitas digital secara dualitas tidak terdistribusi secara merata di masyarakat, melainkan terkait dengan faktor-faktor seperti kelas sosial, gender, dan latar belakang budaya (Robinson, 2007). Analisis ini penting untuk memahami implikasi sosial dari fenomena dualitas identitas digital dalam konteks ketimpangan dan marginalisasi di masyarakat.

4. KESIMPULAN

Remaja secara aktif mengonstruksi dan mengelola identitas digital mereka secara berbeda melalui penggunaan akun utama dan *second account* di media sosial Instagram. Akun utama digunakan untuk menjaga kesan positif di mata publik, sementara *Second account* dimanfaatkan sebagai ruang untuk ekspresi diri yang lebih personal, autentik, dan bahkan kontroversial. Fenomena dualitas identitas digital ini mencerminkan kompleksitas dalam proses konstruksi identitas remaja di era digital, di mana mereka bernegosiasi antara tuntutan sosial untuk menjaga citra diri yang positif dengan kebutuhan untuk mengekspresikan diri secara autentik.

Temuan penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur tentang identitas digital remaja dan menggarisbawahi pentingnya pendekatan yang lebih empatik dan holistik dalam mendampingi mereka di dunia digital. Implikasi praktisnya adalah perlunya menciptakan ruang dialog yang terbuka dan suportif untuk membantu remaja menavigasi dinamika online dengan sehat dan bertanggung jawab. Meskipun terdapat keterbatasan dalam cakupan platform dan demografis penelitian, hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang berharga tentang perilaku online remaja dan dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam memahami perkembangan identitas digital mereka.

REFERENSI

- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships. New York. Holt, Rinehart & Winston.
- Bailey, J., Steeves, V., Burkell, J., & Regan, P. (2013). Negotiating With Gender Stereotypes on Social Networking Sites: from "Bicycle Face" to Facebook. *Journal of Communication Inquiry*, 37(2), 91-112. <https://doi.org/10.1177/0196859912473178>
- Boyd, D. (2014). It's complicated: The Social Lives of Networked Teens. London. Yale University Press.

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chambers, D. (2013). Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies And Networked Friendship. Basingstoke. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137271969>
- Chang, C. Y., Ting, C. T., & Morse, L. (2020). Risky Behaviors on Secondary Facebook Accounts. *Social Media + Society*, 6(3), Article 2056305120936616. <https://doi.org/10.1177/2056305120936616>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). Designing and Conducting Mixed Methods Research (3rd ed.). Thousand Oaks. SAGE Publications.
- Davis, K. (2012). Tensions of Identity in a Networked Era: Young People's Perspectives on The Construction and Maintenance of Personal-Digital Contexts. *New Literacies and Digital Epistemologies*, 40, 29–51.
- Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. New York. Doubleday.
- Haimson, O. L., Semaan, B., & Dym, B. (2021). "Identity Through The Lens of Content Sharing": Motivations, Affordances, and Liquidity in Identity Performances on Social Media. *Human-Computer Interaction*, 36(5–6), 417–454. <https://doi.org/10.1080/07370024.2021.1921325>
- Hearn, A. (2008). 'Meat, Mask, Burden': Probing The Contours of The Branded 'Self'. *Journal of Consumer Culture*, 8(2), 197–217. <https://doi.org/10.1177/1469540508090087>
- Kernis, M. H., & Goldman, B. M. (2006). A Multicomponent Conceptualization of Authenticity: Theory and Research. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 283–357. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(06\)38006-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(06)38006-9)
- Lampe, C., Vitak, J., Gray, R., & Ellison, N. (2021). Marginally Active: User Experience and Discourse Analysis of Online Identity Transparency Behavior. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW1), Article 1. <https://doi.org/10.1145/3449086>
- Laugharne, J., Krikshok, E., Donnelly, A., & McDonald, L. (2022). Social Media Platforms: Fostering Authenticity and Wellbeing Among Teenagers. *Counselling and Psychotherapy Research*, 22(1), 138–148. <https://doi.org/10.1002/capr.12440>
- Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2010). Balancing Opportunities and Risks in Teenagers' Use of The Internet: The Role of Online Skills and Internet Self-Efficacy. *New Media & Society*, 12(2), 309–329. <https://doi.org/10.1177/1461444809342697>
- Marwick, A. E. (2013). Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in The Social Media Age. London. Yale University Press.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and The Imagined Audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2014). Networked Privacy: How Teenagers Negotiate Context in Social Media. *New Media & Society*, 16(7), 1051–1067. <https://doi.org/10.1177/1461444814543995>

- Mascheroni, G., Jorge, A., & Micheli, M. (2022). Platformisation of Identities: How Teenagers Negotiate Their Digital Selves on Instagram And Tiktok. *Journal of Youth Studies*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2069148>
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2014). Can You Tell Who I Am? Neuroticism, Extraversion, and Online Self-Presentation Among Young Adults on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 33, 179–183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2015). Exploring Associations Between Facebook Use and The Well-Being of Young Adults. *Computers in Human Behavior*, 48, 623–631. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.02>
- Nachar, N. (2008). The Mann-Whitney U: A Test for Assessing Whether Two Independent Samples Come from The Same Distribution. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 4(1), 13–20. <https://doi.org/10.20982/tqmp.04.1.p013>
- Niu, H. J., Tsao, Y. C., & Hsiao, K. L. (2022). A Study of Influencing Factors on The Second Instagram Accounts of Taiwanese Young Adults Using Mixed Research Methods. *Journal of Applied Social Psychology*, 52(4), 250–265. <https://doi.org/10.1111/jasp.12805>
- Patton, M. Q. (2015). Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice (4th Ed.). Thousand Oaks. SAGE Publications.
- Robinson, L. (2007). The Cyberself: The Self-Ing Project Goes Online, Symbolic Interaction in The Digital Age. *New Media & Society*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.1177/1461444807072216>
- Serafinelli, E. (2018). Analysis Of Photo Sharing and Visual Social Relationships: Instagram As a Case Study. *Photographies*, 11(1), 91–112. <https://doi.org/10.1080/17540763.2017.1397633>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Monterey. Brooks/Cole.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Social Consequences of The Internet For Adolescents: a Decade of Research. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), 1–5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online Communication Among Adolescents: An Integrated Model of Its Attraction, Opportunities, and Risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121–127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>
- Wisniewski, P., Xu, H., Rosson, M. B., Perkins, D. F., & Carroll, J. M. (2017). Adolescent Online Safety: The "Moral" of The Story. In Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (pp. 1258–1271). ACM. <https://doi.org/10.1145/2998181.2998337>
- Xu, Y., Gao, Q., Parnell, R., & Williams, D. (2019). When Security Meets Finstas: Exploring Personal Online Activity Information Management of Instagram Dual Operators. In Proceedings of the 24th International Conference on Intelligent User Interfaces (pp. 392–403). ACM. <https://doi.org/10.1145/3301275.3302281>
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816–1836. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012>.