

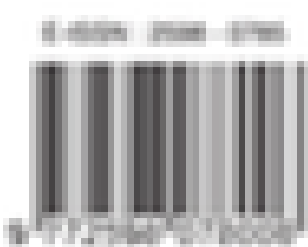
VOL. 10 NO. 01 TH. 2026

E-ISSN : 2598 - 0785

KONEKSI

VOL. 10 | NO. 01

KONEKSI



Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jln. S. Parman No. 1 Lantai 11 Gedung Utama Jakarta Barat: 11440
Phone: 021 - 5671747 (hunting)
Fax: 021 - 56958736

FOKUS DAN RUANG LINGKUP

Koneksi merupakan jurnal hasil karya tulis dari mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Jurnal ini menjadi forum publikasi bagi hasil karya mahasiswa. Artikel yang diterbitkan masih jauh dari sempurna dan terbuka untuk saran serta kritik yang membangun.

Koneksi menerbitkan artikel hasil karya mahasiswa di bidang ilmu komunikasi, terutama di bidang periklanan, *marketing communication*, *public relations*, jurnalistik, media, teknologi komunikasi, simbol, komunikasi antarbudaya, komunikasi bisnis, dan lain-lain. Koneksi diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting

- Dr. Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si

Dewan Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.
- Dr. Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Dr. Tria Patrianti, S.Sos., M.I.Kom.
- Sekartaji Anisa Putri, M.Si.
- Sofia Primalisanti Devi, S.I.Kom., M.Si.

Penyunting Pelaksana

- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
- Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.
- Septia Winduwati, S.Sos., M.Si.

Penyunting Tata Letak

- Lydia Irena, S.I.Kom., M.Si.

Asisten Mahasiswa Pengelola Jurnal

- Shevina Vimalananda
- Manda Aulia Az Zahra
- Vanesa
- Delin Aliana Zahrani

Sekretariat Administrasi

- Purwanti, S.E.
- Ady Sulistyio

Alamat Redaksi:

Jl. S. Parman No.1 Gedung Utama Lantai 11. Jakarta Barat 11440

Telepon: 021-56960586, Fax : 021-56960584

Email: koneksi@untar.ac.id

Website: <http://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi>

DAFTAR ISI

Peran <i>Love Language</i> dalam Komunikasi Keluarga Generasi Z untuk Membangun <i>Self-Disclosure</i> Alannys Zefanya Kambey, Riris Loisa.....	1-11
Resepsi Khalayak terhadap Narasi Pemberitaan Medali ‘ <i>Giveaway</i> ’ di Metro TV Regina Florentina, Doddy Salman.....	12-21
TikTok sebagai Media dalam Membentuk Opini Publik melalui Film Netflix <i>Ice Cold</i> Michel Adriana, Sinta Paramita.....	22-29
Strategi Tim AMB Diskominfo DKJ dalam Mengidentifikasi Isu Pemberitaan di Media Sylvia Herman, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	30-39
Pembentukan Identitas Diri Penonton Remaja melalui Drama Korea <i>Love Next Door</i> Tiara Priscilia, Lusya Savitri Setyo Utami.....	40-49
Persepsi Generasi Z terhadap Dinasti Politik dalam Pemberitaan Media Massa Wina Febriani, Farid Rusdi.....	50-59
DAAI TV Memanfaatkan Aplikasi DAAI+ Guna Menjangkau Pemirsa yang Lebih Luas Wynne Chrestella Ho, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	60-67
Komunikasi Interpersonal Pengguna Aplikasi Kencan Bumble Zefanya Aurell Nathalie, Ahmad Junaidi.....	68-76
Representasi <i>Toxic Masculinity</i> Pada Film <i>Monster</i> (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure) Raihan Zahran Wicaksono, Septia Winduwati.....	77-86
Pesan Moral dalam Visual Peringatan Darurat: Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Rahmat Hidayat, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	87-96
Membangun Kepuasan Kerja melalui Pola Komunikasi Organisasi (Studi Kasus PT. Gorontalo Minerals) Mohammad Hamdallah Ruchban, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	97-105
Pola Komunikasi Pengguna Media Sosial dalam Perilaku <i>People Pleasing</i> terhadap Ekspektasi Sosial Apriyani Anggraeni, Riris Loisa, Lydia Irena.....	106-115
Dinamika Komunikasi Interpersonal Anak Pasca Perselingkuhan Orang Tua Artika Naila Vania, Wulan Purnama Sari.....	116-124

Analisis Komunikasi Non-Verbal di Line (Studi Kasus Hubungan Jarak Jauh pada Mahasiswa Fikom Untar) Aura Diva Maria Br Simanjorang, Sisca Aulia.....	125-133
Konstruksi Sosial <i>Healthy Lifestyle</i> dalam Budaya <i>Fitness</i> Gen Z di Lingkungan Perguruan Tinggi Calvin Adiputra Djaja, Diah Ayu Candraningrum.....	134-145
Interaksi Parasosial Penggemar Indonesia terhadap <i>Boygroun</i> Korea Selatan Imelda Aimar Fitrah, Muhammad Adi Pribadi.....	146-155
Analisis Semiotika Representasi Pesan Moral dalam Film <i>Thunderbolts</i> Jason Cipto Prajnanda, Yugih Setyanto.....	156-165
Pemanfaatan <i>Second Account</i> Instagram sebagai Sarana Ekspresi <i>True Self</i> Pada Generasi Z Vincent Lianindra, Gregorius Genep Sukendro.....	166-173
Paparan Drama Tiongkok terhadap Pandangan Realitas Budaya Tiongkok pada Penonton di Indonesia Jennifer Grace, Riris Loisa.....	174-182
Makna Prasangka sebagai 'Monster' dalam Film <i>Monster</i> (2023) Agdelia Meliana, Doddy Salman.....	183-195
Semiotika Saussure dan Narasi Feminisme Liberal dalam Lagu "The Man" oleh Taylor Swift Alexandra Carolina, Septia Winduwati.....	196-205
Representasi Feminisme Postmodern pada Tokoh <i>Tewkesbury</i> dalam Film <i>Enola Holmes</i> (2020) Belinda Purwanto Jahja, Sinta Paramita.....	206-215
Relasi Interpersonal dan <i>Trust Building</i> dalam Dinamika Hubungan pada Generasi Z di Aplikasi Bumble Chintya Chrestella, Lusya Savitri Setyo Utami.....	216-228
Komunikasi Interpersonal dalam Perspektif Teori Negosiasi Wajah: Studi pada Rumah Tangga Pasangan Muda Christin Kurniawati Ruki, Wulan Purnama Sari.....	229-243
Parentifikasi dan Pola Komunikasi dalam Keluarga: Pengalaman Fenomenologis Anak Sulung Cinta Nassapramita, Farid Rusdi.....	244-253
Makna Otonomi Ekonomi Perempuan dalam Lagu <i>Miss Independent</i> : Analisis Semiotika Roland Barthes Fellycia Muaya, Diah Ayu Candraningrum.....	254-262

Representasi Anak Sulung sebagai Pilar Keluarga di Film Bila Esok Ibu Tiada Gabriella Shalisha Pratikna, Lusia Savitri Setyo Utami.....	263-275
Krisis Kepercayaan pada Fenomena Kabur Aja Dulu Studi Resepsi Gen Z dalam Perspektif Komunikasi Krisis Joe Franco, Doddy Salman.....	276-284
Komodifikasi dalam Ekonomi Politik Media: Studi Kasus pada Instagram Sabrina Chairunnisa Aldi Hardianto, Indah Sari Pratidina.....	285-293
Analisis Perilaku Parasosial Penggemar Marvel melalui Konten di TikTok Michelle Aurellia Kwok, Farid Rusdi.....	294- 301

Pemanfaatan *Second Account* Instagram sebagai Sarana Ekspresi *True Self* Pada Generasi Z

Vincent Lianindra¹, Gregorius Genep Sukendro^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: vincent.915220148@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: geneps@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 11-01-2025, revisi tanggal : 05-02-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-03-2025

Abstract

This study aims to explore how Instagram second accounts function as a space for Gen Z to express their true selves. The research employs the theories of self-disclosure, the Johari Window, and dramaturgy. A descriptive qualitative approach was used, with data collected through interviews, observations, and documentation. The findings indicate that second accounts genuinely serve as a space for Gen Z to represent their true selves. In a digital environment that is less pressured, more private, and free from social expectations and normative demands, participants can present the most honest, emotional, and authentic aspects of themselves. Expert insights further confirm that social pressure is a major factor preventing individuals from fully expressing themselves in public spaces. Religious, social, and cultural norms—such as expectations to always appear well-behaved, polite, stable, or not overly emotional—often lead individuals to adjust their self-expression. However, second accounts provide a safer, smaller, and more controlled environment that allows individuals to detach from these standards. Thus, second accounts not only serve as an escape from social expectations but also provide a meaningful space for self-understanding and the expression of one's true self.

Keywords: *dramaturgy, johari window, second account Instagram, self disclosure, true self*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *second account* Instagram mampu menjadi ruang untuk menunjukkan *true self* pada Gen Z. Penelitian ini menggunakan teori *self-disclosure*, jendela Johari, dan dramaturgi. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* benar-benar menjadi ruang representasi *true self* bagi Gen Z. Dalam lingkungan digital yang minim tekanan, lebih privat, dan tidak dipenuhi tuntutan citra dan norma, para narasumber dapat menampilkan sisi diri yang paling jujur, emosional, dan apa adanya. Hal ini dikonfirmasi oleh ahli, yaitu bahwa tekanan sosial merupakan faktor terbesar yang sering menahan seseorang untuk menampilkan dirinya secara utuh di ruang publik. Norma agama, norma sosial, dan norma budaya seperti harapan untuk selalu terlihat baik, sopan, stabil, atau tidak terlalu emosional membuat individu menyesuaikan ekspresinya. Namun, *second account* memberi ruang yang lebih aman, kecil, dan terkendali sehingga individu dapat melepaskan diri dari standar tersebut. Dengan demikian, *second account* tidak hanya berfungsi sebagai tempat pelarian dari ekspektasi sosial, tetapi juga sebagai ruang untuk memahami diri dan mengekspresikan *true self* mereka.

Kata Kunci: *dramaturgi, jendela johari, second account Instagram, self disclosure, true self*

1. Pendahuluan

Media sosial seperti Instagram kini tidak hanya digunakan untuk berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai ruang menampilkan identitas, opini, dan gaya hidup. Menurut Data Reportal, pada awal 2025 terdapat 103 juta pengguna Instagram di Indonesia, dengan 45,9% berusia 13 tahun ke atas. Hal ini menempatkan Indonesia di peringkat keempat pengguna Instagram terbanyak. Instagram juga menjadi platform ketiga yang paling sering digunakan setelah YouTube dan WhatsApp (Widyaputri et al., 2022). Beragam fitur baru maupun lama menjadikan Instagram tetap populer terutama bagi Gen Z.

Salah satu fenomena yang berkembang ialah penggunaan akun kedua (*second account*), yaitu akun personal yang digunakan sebagai ruang ekspresi diri yang lebih bebas (Prihantoro et al., 2020). Akun ini umumnya privat, hanya diikuti orang terdekat, serta memberi kesempatan pengguna untuk menyamarkan identitas (Setiawan et al., 2024). Berbeda dengan *first account* yang berfungsi menjaga citra (Safitri & Harianto, 2023), *second account* memiliki ciri seperti *username* tidak asli, jumlah *following* lebih sedikit, serta minim lawan jenis menurut Astuti (dalam Paramesti & Nurdiarti, 2022). Selain itu, akun ini sering bersifat lebih frontal, agresif, dan tidak memakai foto profil pribadi menurut Noviana (dalam Nathania & Nurhaqiqi, 2024).

Fenomena ini berkaitan dengan kebutuhan individu menampilkan *true self*, yaitu identitas yang paling autentik, bermoral, dan bernilai positif (Jinhyung et al., 2022). Konsep ini menegaskan bahwa diri sejati bersifat konsisten lintas budaya dan tidak bergantung pada penilaian orang lain (Schlegel et al., 2009). Karena *true self* cenderung disimpan dan hanya ditampilkan pada lingkungan yang aman, *second account* menjadi ruang potensial untuk menampilkannya.

Gen Z yang lahir antara 1997–2012 tumbuh dalam perkembangan digital dan aktif menggunakan media sosial untuk berkomunikasi serta mengekspresikan diri (Nurlaila et al., 2024). Data Porch Group Media menunjukkan bahwa 73% Gen Z membutuhkan lebih banyak ruang untuk mengekspresikan diri. Survei APJII 2023–2024 juga menempatkan Instagram sebagai platform yang paling banyak digunakan oleh Gen Z. Dengan demikian, penelitian ini menyoroti bagaimana *second account* Instagram menjadi ruang bagi Gen Z untuk menampilkan *true self*.

Teori dramaturgi digunakan untuk memahami pembagian perilaku antara ruang publik dan privat. Goffman menggambarkan kehidupan sosial sebagai pertunjukan teater (Fitri, 2015) di mana individu “memainkan peran” dalam interaksi sosial (Nugroho, 2023) dan mengelola kesan untuk mempengaruhi cara audiens memandang dirinya (Mokos, 2025). Dramaturgi terbagi menjadi *front stage*, yaitu ruang publik tempat individu menampilkan perilaku yang sesuai norma, serta *back stage*, yaitu ruang privat tempat seseorang bersikap spontan dan lebih jujur (Goffman dalam Mokos, 2025). Dalam konteks Gen Z, perbedaan perilaku pada *first account* dan *second account* dapat dipahami melalui dua ranah ini.

Konsep *self-disclosure* sangat relevan dalam melihat bagaimana Gen Z membuka diri di *second account*. Jourard mendefinisikan *self-disclosure* sebagai proses individu mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain (Azis & Irwansyah, 2021), termasuk pengalaman, pikiran, dan emosi. Dengan audiens yang terbatas dan dekat, *second account* memberi ruang *self-disclosure* yang lebih aman dibandingkan dengan *first account*. Teori Jendela Johari oleh Joseph Luft dan Harry Ingham terdiri dari empat area, yaitu area terbuka, tertutup, *blind spot*, dan *unknown area* (Lumbanraja et al., 2024).

Gambar 1. Jendela Johari



Sumber: Glints (2022)

Konsep *true self* juga relevan untuk menjelaskan ekspresi diri di *second account*. Winnicott (Ehrlich, 2021) menyebut bahwa *true self* muncul melalui ekspresi spontan, konsistensi identitas, kemampuan berkreasi, dan kebebasan dari ekspektasi eksternal. *True self* tumbuh dalam lingkungan yang mendukung dan memungkinkan individu merespons emosi secara autentik. Karakteristik ini menunjukkan bahwa ruang yang privat, aman, dan minim penilaian sosial seperti *second account* mampu memfasilitasi kemunculan diri sejati pada Gen Z.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Zulkarmain (Wulandari et al., 2024), pendekatan kualitatif bertujuan memahami fenomena subjek secara mendalam berdasarkan tindakan, motivasi, persepsi, dan pengalaman dalam konteks yang alami. Pendekatan ini dipilih karena penggunaan *second account* oleh Gen Z tidak dapat dijelaskan melalui angka, tetapi melalui narasi personal dan dinamika interaksi di media sosial. Metode yang digunakan adalah wawancara, yang merupakan teknik umum dalam penelitian kualitatif karena memberikan pemahaman yang lebih kaya mengenai pengalaman dan motivasi subjek (Yusra et al., 2021).

Subjek penelitian adalah Gen Z pengguna *second account* Instagram. Jumlah partisipan mengikuti prinsip kejenuhan data, sehingga tiga narasumber dipilih dengan kemungkinan penambahan jika diperlukan (Bekele & Ago, 2022). Objek penelitian adalah *second account* Instagram sebagai ruang untuk mewujudkan *true self*. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data mengikuti konsep Miles & Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

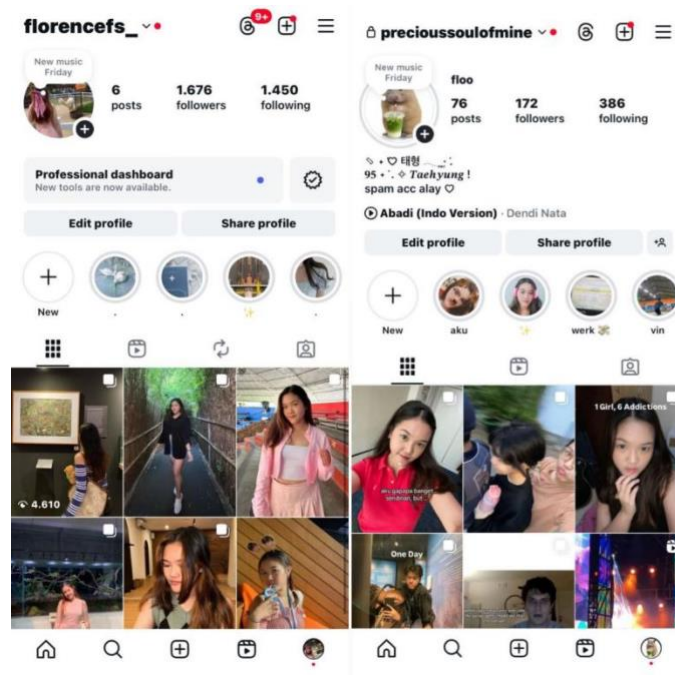
Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber. Moleong (dalam Cecariyani & Sukendro, 2018) menjelaskan bahwa triangulasi memeriksa kebenaran

data melalui pembandingan dari luar sumber utama. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa narasumber menurut Alfansyur & Andarusni (dalam Susanto et al., 2023), serta melibatkan seorang psikolog klinis dari Halodoc untuk memvalidasi temuan mengenai dramaturgi, *self-disclosure*, *hidden self*, dan *true self* dalam penggunaan *second account*.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana akun kedua (*second account*) Instagram menjadi ruang bagi Gen Z untuk menampilkan *true self*. Temuan diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam, kemudian divalidasi dengan triangulasi ahli untuk memastikan validitas hasil penelitian.

Gambar 2. Perbedaan *First Account* & *Second Account* Narasumber Pertama



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2025)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh narasumber merasakan bahwa akun kedua memberi mereka ruang untuk menampilkan diri secara lebih otentik dibandingkan akun pertama. Mereka cenderung menunjukkan sisi emosional, keseharian, kerentanan, maupun opini personal yang tidak berani ditampilkan pada akun utama. Hal ini terjadi karena lingkungan sosial pada akun kedua lebih kecil, lebih intim, dan terdiri dari audiens yang telah dipilih secara selektif. Dengan demikian, tekanan untuk mempertahankan citra atau memenuhi ekspektasi sosial jauh berkurang.

Dalam kerangka karakteristik *true self*, para narasumber menunjukkan aspek-aspek yang mencerminkan kejujuran emosional, spontanitas, keberanian mengekspresikan kelemahan, dan ekspresi diri tanpa rekayasa. Mereka mempresentasikan diri mereka dengan cara yang lebih apa adanya, tanpa perlu mempertahankan citra sosial tertentu yang melekat pada akun pertama (*first account*). Selain itu, faktor privasi, kenyamanan, dan minimnya evaluasi sosial membuat narasumber semakin berani mengungkapkan sisi diri yang sebelumnya tersembunyi.

Dengan menggunakan pendekatan dramaturgi Goffman, hasil penelitian memperlihatkan bahwa Gen Z memperlakukan dua jenis akun mereka sebagai dua panggung yang berbeda. *First account* berfungsi sebagai panggung depan (*front stage*), tempat individu menampilkan performa sosial yang telah dikurasi secara cermat. Di ruang ini, mereka memilih konten yang dianggap layak diperlihatkan kepada audiens luas, menjaga citra profesional, mengatur estetika konten, dan menampilkan kesan positif yang konsisten. Sebaliknya, *second account* berperan sebagai panggung belakang (*backstage*), yaitu ruang di mana individu dapat melepas peran dan tampil sebagaimana dirinya. Pada *backstage*, ekspresi diri tidak lagi dikendalikan oleh tuntutan norma sosial atau citra tertentu. Para narasumber merasa bebas untuk mengekspresikan keluh kesah, humor pribadi, kemarahan, perasaan rapuh, atau pendapat kontroversial. Mereka juga menunjukkan kebiasaan yang lebih natural seperti *yapping*, curhat spontan, atau memposting momen kehidupan sehari-hari tanpa proses kurasi.

Penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan *second account* menyebabkan perubahan signifikan dalam struktur diri menurut model Jendela Johari. Pada *first account*, area terbuka relatif kecil karena individu berbagi informasi yang aman dan telah disaring dengan ketat. Namun, pada akun kedua (*second account*), *open area* menjadi jauh lebih luas karena individu lebih berani mengungkapkan informasi pribadi, perasaan, maupun opini sebenarnya. Di sisi lain, area tersembunyi menyempit karena bagian diri yang biasanya disembunyikan di akun utama kini lebih bebas dibagikan di akun kedua. Para narasumber mengaku merasa lebih aman karena audiens akun kedua terdiri dari orang dekat yang telah melewati proses seleksi, sehingga mereka percaya tidak akan dihakimi. Selain itu, narasumber turut menyatakan bahwa akun kedua membuat mereka menemukan hal-hal baru tentang diri mereka yang sebelumnya tidak disadari. Hal ini berkaitan dengan *unknown area*, yaitu bagian diri yang belum diketahui oleh diri sendiri maupun orang lain. Ketika berada di ruang yang lebih jujur dan privat, mereka menemukan bahwa mereka memiliki pola ekspresi, kebiasaan, atau cara berpikir tertentu yang tidak pernah muncul di ruang publik. Dengan demikian, *second account* mampu menjadi ruang refleksi diri yang memungkinkan individu memahami sisi-sisi pribadinya secara lebih mendalam, termasuk preferensi, pola emosi, dan kebiasaan yang bahkan tidak disadari sebelumnya.

Konsep *self-disclosure* memiliki peran penting dalam temuan penelitian ini. Para narasumber menunjukkan tingkat keterbukaan diri yang jauh lebih tinggi pada *second account* dibandingkan dengan *first account*. Mereka lebih nyaman untuk menceritakan pengalaman pribadi, perasaan emosional, masalah yang sedang dihadapi, hingga pandangan pribadi mengenai topik sensitif. Peningkatan *self-disclosure* ini dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu:

- a) Audiens yang terbatas dan telah dipilih,
- b) Suasana interaksi yang lebih intim,
- c) Rasa aman dari penilaian sosial,
- d) Rendahnya tekanan estetika dan citra.

Dengan berkurangnya tekanan tersebut, individu berani menampilkan konten yang lebih autentik. *Self-disclosure* yang tinggi inilah yang memfasilitasi munculnya *true self*, karena individu dapat mengekspresikan bagian diri yang sebelumnya ditutupi pada akun utama. Temuan ini memperjelas bahwa ruang digital privat memiliki kemampuan untuk memicu pengungkapan diri yang lebih jujur, terutama bagi Gen Z yang sangat akrab dengan komunikasi berbasis media sosial.

Triangulasi ahli dilakukan dengan mewawancarai seorang psikolog klinis dari aplikasi HaloDoc bernama Sandy Ajizah, M.Psi. Psikolog menyatakan bahwa fenomena merasa “lebih menjadi diri sendiri” di ruang digital yang privat adalah wajar dan dapat dijelaskan secara psikologis. Menurutnya, *second account* memberikan kondisi yang dibutuhkan individu untuk menunjukkan ekspresi diri yang autentik, karena individu tidak lagi harus mematuhi tuntutan citra, norma sosial, atau ekspektasi audiens yang biasanya melekat pada akun utama. Psikolog juga menekankan bahwa *self-disclosure* yang meningkat terjadi karena rasa aman dan kepercayaan pada audiens yang terbatas. Dalam situasi tersebut, individu merasa bebas mengekspresikan pendapat, humor, maupun perasaannya tanpa khawatir dipersepsikan negatif. Validasi ahli ini memperkuat temuan penelitian bahwa *second account* benar-benar menjadi ruang representasi *true self* bagi Gen Z.

4. Simpulan

Penggunaan *second account* Instagram oleh Generasi Z menjadi fenomena yang wajar dan dapat dipahami secara psikologis. Akun ini berfungsi sebagai ruang privat yang memungkinkan individu menampilkan sisi diri yang lebih autentik karena terbebas dari tuntutan sosial dan citra yang biasa melekat pada *first account*. Keterbatasan audiens membuat mereka merasa lebih aman untuk mengekspresikan perasaan, opini, dan diri mereka secara spontan. Temuan ini selaras dengan konsep *self-disclosure*, teori dramaturgi Goffman, serta jendela Johari, yang menunjukkan bahwa *second account* menjadi ruang *backstage* tempat individu dapat mengenali dan menampilkan diri secara jujur. Meski demikian, kebebasan tersebut tetap memerlukan kontrol etis agar tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain. Secara keseluruhan, *second account* berperan penting sebagai ruang ekspresi yang mendukung pengungkapan *true self* pada Gen Z, serta membantu mereka memahami diri tanpa tekanan sosial yang biasanya muncul di akun utama.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Azis, M. R. Al, & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Self-Disclosure Dalam Penggunaan Platform Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130. <https://doi.org/10.47233/JTEKSIS.V3I1.189>
- Bekele, W. B., & Ago, F. Y. (2022). Sample Size for Interview in Qualitative Research in Social Sciences: A Guide to Novice Researchers. *Research in Educational Policy and Management*, 4(1), 42–50. <https://doi.org/10.46303/REPAM.2022.3>
- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495–502. <https://doi.org/10.24912/PR.V2I2.3735>

- Ehrlich, R. (2021). Winnicott's Idea OF The False Self: Theory as Autobiography. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 69(1), 75–108. <https://doi.org/10.1177/00030651211001461>
- Fitri, A. (2015). Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 101–108. <https://doi.org/10.14710/INTERAKSI.4.1.101-108>
- Jinhyung, K., Chen, K., Rivera, G. N., Hong, E. K., Kamble, S., Scollon, C. N., Sheldon, K. M., Zhang, H., & Schlegel, R. J. (2022). True-self-as-guide lay theory endorsement across five countries. *Self and Identity*, 21(8), 939–962. <https://doi.org/10.1080/15298868.2022.2028670>;REQUESTEDJOURNAL:JOURNAL:PSAI20;WGROU:STRING:PUBLICATION
- Lumbanraja, P., Lubis, A. S., & Nadapdap, K. M. N. (2024). A review of the Johari window theory as grand theory of human resource competence. *Multidisciplinary Reviews*, 7(1), 2024002–2024002. <https://doi.org/10.31893/MULTIREV.2024002>
- Mokos, I. E. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 638–649. <https://doi.org/10.54259/MUKASI.V4I3.4690>
- Nathania, D., & Nurhaqiqi, H. (2024). Second Account Instagram Sebagai Sarana Pengungkapan Diri pada Generasi Z Laki-Laki. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9601–9609. <https://doi.org/10.54371/JIIP.V7I9.5079>
- Nugroho, L. S. (2023). Teori Dramaturgi Dalam Komunikasi Guru Di Yayasan Penitipan Anak Berkebutuhan Khusus. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(1), 341–346. <https://doi.org/10.26623/JDSB.V25I1.4511>
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95–102. <https://doi.org/10.62383/KONSENSUS.V1I6.464>
- Paramesti, A. R., & Nurdiarti, R. P. (2022). Penggunaan Pseudonym di Second Account Instagram dalam Perspektif Etika Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 89–102. <https://doi.org/10.35508/JIKOM.V11I1.5184>
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312. <https://doi.org/10.31315/JIK.V18I3.3919>
- 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), 40–49. <https://doi.org/10.26858/SOSIALISASI.V1I1.40085>
- Schlegel, R. J., Hicks, J. A., Arndt, J., & King, L. A. (2009). Thine Own Self: True Self-Concept Accessibility and Meaning in Life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(2), 473. <https://doi.org/10.1037/A0014060>
- Setiawan, J. V. N., Kusmawati, M. A., & Nadia, H. L. (2024). Motif Penggunaan Second Account Media Sosial Instagram sebagai Konten Humor di Kalangan Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)*, 3, 1067–1076. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/3836>
- Susanto, D., Risnita, R., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM : Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/JQ.V1I1.60>

- Widyaputri, N., Suwu, E. A. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop Di Kota Manado. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 2(2).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/41776>
- Wulandari, T., Sari, D. P., & Nasution, A. R. (2024). Deskripsi mendalam untuk memastikan keteralihan temuan penelitian kualitatif. *Jurnal Literasiologi*, 11(2). <https://doi.org/10.47783/LITERASIOLOGI.V11I2.674>
- Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino, S. (2021). Pengelolaan Lkp Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22.
<https://doi.org/10.33369/JOLL.4.1.15-22>

Pedoman Penulisan Artikel Jurnal Mahasiswa

(Jumlah Halaman Artikel 8-10 halaman. Ukuran kertas A4, dengan margin: kiri 4cm, kanan 2.5cm, Atas 3cm dan bawah 2.5cm.

Judul Menggunakan Times New Roman (14) Tidak Lebih Dari (15 Kata), Spasi 1.5, Bold, Center

Penulis Pertama¹, Penulis Kedua^{2*}, Penulis Ketiga³

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: budi@untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*

Email: sinta@untar.ac.id

³Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: doni@gmail.com

Times New Roman 10,
bold. center. spasi single

Times New Roman
10, center, spasi
single, email di italic

Note : tanda * berarti Penulis
Korespondensi

Masuk tanggal : dd-mm-yyyy, revisi tanggal : dd-mm-yyyy, diterima untuk diterbitkan tanggal : dd-mm-yyyy

Abstract (11 pt, bold)

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

Abstract should be written in English. The abstract is written with Times New Roman font size 11, italic, and single spacing. The abstract is summarize the content of the paper, including background, problem/the aim of the research, concept/theory, research method, the results and discussion, and the conclusions of the paper. The abstract should be 150 words - 200 words.

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

Keywords: up to 3 – 5 keywords in English (11 pt, italics)

1x single line spacing

Abstrak (times new roman, 11 pt, bold)

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia, ukuran huruf 11 poin, Times News Roman, spasi single. Merupakan ringkasan keseluruhan penelitian yang meliputi latar belakang, permasalahan/tujuan, konsep/teori, metode, hasil dan pembahasan, simpulan dalam bentuk singkat dan jelas. Jumlah kata dalam abstrak minimal 150 kata dan maksimal 200 kata.

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

Kata Kunci: Terdiri dari 3 – 5 Kata yang merupakan konsep utama yang mewakili artikel

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

1. Pendahuluan (Times News Roman 12 poin, bold, spasi 1)

(kosong satu spasi tunggal)

Pendahuluan ditulis menggunakan tipe huruf Times New Roman ukuran 12 pt, dengan spasi 1. Pendahuluan berisi alasan melakukan penelitian atau latar belakang dari penelitian, rumusan masalah dalam penelitian, hipotesis (kalau ada), tujuan penelitian. Serta tinjauan teoritis atau kajian pustaka yang dibuat menjadi rangkaian keunikan dari penelitian (*state of the arts*).

(kosong satu spasi tunggal)

2. Metode Penelitian

(kosong satu spasi tunggal)

Ditulis menggunakan tipe huruf Times New Roman ukuran, 12 poin, spasi 1. Materi dan metode wajib dijelaskan secara rinci, sehingga menunjukkan bidang peminatan/studi dalam memecahkan masalah penelitian. Prosedur analisis, populasi dan sampel atau narasumber, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data juga perlu dipaparkan.

(kosong satu spasi tunggal)

3. Hasil Temuan dan Diskusi

(kosong satu spasi tunggal)

Ditulis menggunakan tipe huruf Times New Roman ukuran 12 poin, spasi 1. Hasil penelitian diungkapkan secara jelas dan lugas dengan menggunakan kalimat sederhana. Setelah memaparkan temuan, kemudian dikemukakan hasil diskusi yang terkait dengan konsep teori yang digunakan. Sebaiknya, temuan dilengkapi dengan grafik, tabel, gambar. Berikut ini adalah ketentuan penulisan tabel dan gambar.

Ketentuan tabel (Tidak diperbolehkan tabel dengan bentuk papan catur/ tidak menggunakan garis vertikal, bentuk tabel tidak bergaris pada bagian dalamnya). Tabel center, isi table 11 poin, times new roman, spasi singel. Sumber tabel ditulis dibagian bawah tabel, rata kiri sejajar dengan tabel.

(kosong satu spasi tunggal)

Tabel 1. Bentuk Adaptasi Sosial Informan

No.	Informan	Bentuk Praktik Sosial						
		A	B	C	D	E	F	G
1.	Informan 1	√	√	√		√	--	--
2.	Informan 2	√	√	√	√	--	--	--
3.	Informan 3	√	--	--	--	√	√	√
4.	Informan 4	√	--	--	--	--	--	--
5.	Informan 5	√	√	√	√	--	--	--
6.	Informan 6	√	√	√	√	--	--	--

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2017)

Jarak antara keterangan tabel dengan teks berikutnya adalah 1 spasi tunggal ukuran huruf 12 pt

Ketentuan Gambar. Gambar diletakkan di tengah halaman. Keterangan gambar (*caption*) diletakkan di atas gambar, dengan tipe times new roman, 12 poin, spasi 1. Sumber gambar dituliskan dibagian bawah gambar dengan posisi rata kiri sejajar gambar. Untuk bagan atau tabel yang tidak menggunakan *smart art*, harus di *grouping* terlebih dahulu (misalnya bagan struktur organisasi).

Gambar 1. Tampilan Navigasi Peta



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2017)

Jarak antara keterangan gambar dengan teks berikutnya adalah 1 spasi tunggal ukuran huruf 12 pt

4. Simpulan

(kosong satu spasi tunggal)

Times New Roman 12 poin, spasi 1. Simpulan adalah jawaban atas perumusan masalah atau tujuan penelitian yang diajukan. Simpulan harus didasari fakta yang ditemukan, serta implikasinya perlu dikemukakan untuk memperjelas manfaat yang dihasilkan.

(kosong satu spasi tunggal)

5. Ucapan Terima Kasih

(kosong satu spasi tunggal)

Ditulis dengan font Times New Roman 12 poin, spasi 1. Ucapan terima kasih berisi mengenai pihak-pihak yang secara langsung memberikan kontribusi dalam penelitian ini, seperti narasumber, pemberi dana, dll. Maksimum penulisan ucapan terima kasih adalah 50 kata.

(kosong satu spasi tunggal)

6. Daftar Pustaka

(kosong satu spasi tunggal)

Daftar pustaka ditulis dalam times new roman, 12 poin, spasi single. Daftar pustaka yang dimuat harus disitasi pada tulisan dengan merujuk pada format APA-style (lihat <http://www.apastyle.org/>). Pustaka yang diacu harus ada dalam daftar pustaka **minimal berjumlah 8, dengan ketentuan minimal 1 acuan berasal dari Jurnal Komunikasi Untar** (<https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/issue/archive>) **dan 1 acuan berasal dari karya ilmiah dosen Untar (google scholar, research gate)**. Acuan harus relevan dan **kemutakhiran acuan harus tidak lebih dari sepuluh tahun terakhir**. Penulis tidak diperbolehkan mengacu pada **Wikipedia, kompasiana, wordpress dan halaman blog** yang tidak terpercaya kredibilitasnya. Penulisan daftar Pustaka dan pengutipan wajib menggunakan **APLIKASI MENDELEY**.