

Motif Penggunaan Second Account di Instagram pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

M. Syahrizad

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

Email Korespondensi: m.syahrizad@student.uir.ac.id

Diterima: 05-12-2025 Disetujui: 28-11-2025 Diterbitkan: 25-12-2025

Abstrak

Motif merupakan alasan psikologis maupun sosial yang mendorong individu melakukan tindakan tertentu, termasuk dalam penggunaan media sosial. Di era digital saat ini, motif penggunaan media sosial menjadi semakin kompleks, tidak hanya sebatas kebutuhan untuk berkomunikasi, tetapi juga mencakup motif pencarian identitas, pengelolaan citra diri, dan pemenuhan kebutuhan akan privasi. Second account di Instagram ini juga merupakan hal baru yang dilakukan oleh banyak orang, terutama dikalangan mahasiswa. Mereka melakukannya karena memiliki tujuan tertentu dan rata-rata yang melakukan hal tersebut adalah wanita. Penelitian ini bertujuan mengetahui data secara lengkap mengenai bagaimana motif pengguna instagram second account pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Motif pertama yang ditemukan adalah kebutuhan untuk membuka diri. Mahasiswa menggunakan second account sebagai tempat untuk mengekspresikan emosi dan pengalaman pribadi yang tidak dapat mereka bagikan di akun utama karena alasan kenyamanan dan keamanan psikologis. Motif kedua adalah keinginan untuk menjaga privasi dan mengontrol audiens. Second account digunakan sebagai alat untuk menyaring siapa saja yang bisa mengakses unggahan mereka. Motif ketiga adalah ekspresi diri tanpa tekanan sosial. Second account memberi kebebasan bagi mahasiswa untuk menjadi diri sendiri tanpa memikirkan estetika, citra sosial, atau penilaian dari orang lain. Motif keempat adalah keinginan untuk menyembunyikan identitas dari lingkungan formal. Banyak informan merasa tidak nyaman jika konten pribadi mereka dilihat oleh dosen, keluarga, atau rekan kerja..

Kata Kunci: Komunikasi; Motif; Second Account.

Abstract

Motives are psychological and social reasons that drive individuals to take certain actions, including in the use of social media. In today's digital era, the motives for using social media are becoming increasingly complex, not only limited to the need to communicate, but also include the motives for searching for identity, managing self-image, and fulfilling the need for privacy. This second account on Instagram is also something new that is done by many people, especially among students. They do it because they have a specific purpose and on average those who do it are women. This study aims to find out complete data on how the motives of Instagram second account users are among students of the Faculty of Communication Sciences, Riau Islamic University. This study uses a qualitative descriptive research type with data analysis techniques in the form of observation, observation, interviews and documentation. The results of the study show that the first motive found is the need to open up. Students use second accounts as a place to express emotions and personal experiences that they cannot share on their main accounts for reasons of comfort and psychological security. The second motive is the desire to maintain privacy and control the audience. Second accounts are used as a tool to filter who can access their uploads. The third motive is self-expression without social pressure. Second accounts give students the freedom to be themselves without thinking about aesthetics, social image, or judgment from others. The fourth motive is the desire to hide their identity from the formal environment. Many informants feel uncomfortable if their personal content is seen by lecturers, family, or colleagues.

Keywords: Communication; Motives; Second Account.

PENDAHULUAN

Perkembangan new media sangat cepat dan memberikan banyak pengaruh kepada masyarakat. Dahulunya hanya menggunakan email sebagai sarana untuk mendapat dan membeadasurikan informasi dan chatting kini masyarakat sangat mudah untuk mendapatkan informasi yang sangat luas seperti penggunaan sosial media seperti, twitter, facebook, instagram dan lain-lain (Putri, 2023). Perkembangan media dan teknologi komunikasi dapat mempermudah masyarakat atau individu dalam berinteraksi, komunikasi, mencari, dan menyebarkan informasi.dengan adanya perkembangan akses jangkauan internet membuat masyarakat atau individu terhubung dengan beberapa platform media social manapun, seperti Instagram, facebook, twitter (Prihantoro, 2022).

Salah satu media sosial populer di kalangan mahasiwa adalah Instagram. Keberadaannya memiliki berbagai fitur yang terus dikembangkan. Adapun beragam ciri dan fitur yang dimiliki oleh Instagram sebagai platform media sosial di antaranya yaitu Instagram Stories, penggunaan hashtag dan caption pada unggahan foto dan video (Maulidya, 2024). Instagram adalah

sosial media berbasis gambar yang memberikan berbagai macam layanan yaitu berbagi foto atau video secara online.

Mahasiswa sebagai kelompok usia produktif dan digital-native menjadi subjek yang menarik dalam menelusuri fenomena second account. Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, misalnya, menunjukkan kecenderungan memanfaatkan second account untuk berbagai motif, seperti mengekspresikan diri secara lebih jujur, mencurahkan isi hati, berbagi konten yang tidak ingin ditampilkan di akun utama, hingga menghindari tekanan sosial dari audiens yang lebih luas. Dengan demikian, second account berfungsi sebagai ruang yang lebih privat dan fleksibel untuk memenuhi kebutuhan emosional maupun sosial penggunanya. Fenomena ini merepresentasikan adanya praktik komunikasi selektif yang berkaitan erat dengan kebutuhan akan kontrol identitas dan kenyamanan dalam berinteraksi secara daring.

Second Account dalam bahasa Indonesia berarti “akun kedua”. Maksud dari akun kedua ini adalah : adanya akun lain selain akun utama yang kerap digunakan. Jadi, seseorang punya 2 akun instagram. Second account ini akun yang biasanya digunakan seseorang untuk mengunggah apapun yang mereka inginkan secara leluasa dan bersifat lebih personal. Namun ada juga beberapa orang yang menggunakan second account ini sebagai representasi diri untuk menjadi lebih percaya diri (Bilqis, 2024).

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan mahasiswa. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, memberikan ruang bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan orang lain. Namun, tidak jarang pengguna menciptakan lebih dari satu akun, yang sering disebut sebagai "second account". Akun kedua ini sering kali digunakan untuk tujuan yang berbeda dibandingkan dengan akun utama (Paramesti, 2022). Penggunaan akun kedua menarik perhatian. Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, yang berada di tengah dinamika sosial dan budaya yang kompleks, sering kali menggunakan akun kedua mereka untuk mengeksplorasi identitas, mengekspresikan diri secara lebih bebas, dan berinteraksi dengan audiens yang lebih terfokus (Syaefullah, 2023).

KERANGKA TEORI

Komunikasi Media Baru

Dalam bahasa latin makna komunikasi menjadi *communicare* atau *communis*. Kata *communis* berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Komunikasi merupakan proses pengiriman pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, merubah sikap, pendapat, dan sikap baik langsung (secara lisan) maupun tidak langsung (melalui media) (Hubeis, 2014). Komunikasi mengacu pada aksi, satu orang atau lebih, orang yang

memberi dan mendapat pesan, umpan balik (feedback), hingga gangguan (noise).

Ilmu komunikasi merupakan cara yang sistematis untuk merancang secara tegar asas-asas pengiriman informasi yang dapat membentuk pendapat dan sikap. Artinya yang di jadikan objek studi komunikasi terdiri dari pendapat umum (public opinion), dan sikap publik (public attitude). Harold Lasswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society* seperti di kutip dari (Effendy, 2017) menyebutkan bahwa cara yang baik untuk mengartikan komunikasi yaitu dengan cara menjawab pertanyaan *Who Says What In Wich Channel To Whom With What effect ?* (siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan efek bagaimana ?) (Effendy, 2017).

Salah satu aspek yang muncul dari perkembangan media baru yang mempertemukan individu atau kelompok untuk berinteraksi dalam bidang virtual adalah komunikasi bermedia komputer. Komputer, ponsel atau perangkat lain yang terhubung pada dasarnya bukan hanya media yang memediasi proses distribusi dan distribusi pesan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi sebagai aspek dan lingkungan komunikasi tatap muka. Komunikasi di media siber lebih bergantung pada teks, dan teks dalam arti dan simbol yang sebenarnya, ikon atau tanda lain yang menunjukkan tujuan pesan (Fauzi, 2018).

Media baru ditandai dengan apa yang disebut konvergensi media. Secara struktural, konvergensi media berarti menggabungkan tiga aspek, yaitu telekomunikasi, komunikasi data, dan komunikasi massa dalam satu media. Dalam media baru, khalayak memiliki kewenangan untuk menulis teks dan menggunakan media tersebut. Media baru juga memberikan kebebasan kepada khalayak untuk mengubah dirinya untuk mengambil keuntungan dari khalayak lain dimana komunikasi berlangsung di media baru. Bagian ini berisi tentang teori atau konsep yang digunakan sebagai landasan penelitian. Sub judul teori/konsep yang digunakan tidak perlu menggunakan sistem penomoran, cukup di bold pada baris tersendiri. Seluruh isi teori yang memiliki poin-poin dalam pembahasannya cukup disajikan dalam bentuk paragraf. Teori-teori yang digunakan harus merujuk pada referensi terkini dan diutamakan merujuk dari jurnal.

Motif

Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Motif timbul karena adanya kebutuhan atau need. Kebutuhan (need) dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu, dan ini menuntut segera pemenuhannya, agar segera mendapatkan keseimbangan. Secara ringkas,

motif adalah sesuatu dorongan yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu (Muljono, 2021).

Tindakan atau motif yang mendasari manusia untuk bertindak atau berperilaku digolongkan menjadi tiga jenis (Muljono, 2021) yaitu: a). Motif biologis merupakan faktor yang mendorong perilaku manusia Motif biologis atau biogenetis ini muncul dari kebutuhan seseorang untuk melanjutkan hidupnya secara biologis. Yang termasuk dalam motif biogenetis adalah lapar, haus, kebutuhan kegiatan dan istirahat, bernafas, seksualitas, buang air, rasa aman, dan sebagainya. b) Motif sosiogenetis adalah motif yang dipelajari orang dan berasal dari lingkungan kebudayaan tempat manusia itu berada dan berkembang. Suka tidak suka, motif sosiogenetis tidak berkembang dengan sendirinya, melainkan berdasarkan interaksi sosial dengan manusia atau sebagai hasil kebudayaan Masyarakat. c) Motif teogenetis berasal dari interaksi individu dengan Tuhan Yang Maha Esa, yang diwujudkan dalam ibadahnya dan dalam kehidupannya sehari-hari untuk memenuhi norma-norma agama tertentu. Manusia perlu berinteraksi dengan Tuhannya untuk memenuhi tugasnya sebagai seorang manusia yang berketuhanan di dalam masyarakat yang serba beragam itu. Yang termasuk dalam motif teogenetis seperti: keinginan untuk mengabdikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, keinginan untuk memenuhi norma-norma agama menurut kitab-kitab suci dan lainlain.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan penulis gunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi pada saat sekarang dimana peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian untuk kemudian digambarkan (Bungin, 2014).

Penelitian ini memberikan pemahaman dan penyelesaian masalah berdasarkan fakta dan kenyataan yang berada di lokasi penelitian. Penilaian dilakukan berdasarkan fenomena yang di terjadi dilapangan dalam penelitian kualitatif. Peneliti ingin mengetahui motif pengguna instagram "second account" pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang aktif dalam menggunakan media sosial Instagram terutama pada second account pribadi miliknya. Peneliti memilih menggunakan Instagram sebagai media yang akan diteliti karena Instagram merupakan media sosial yang populer digunakan pada usia 18-24, yang merujuk pada Mahasiswa.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami motif penggunaan second account di Instagram oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan—Alhafiq, Najwa, Parha, dan Selvia—ditemukan bahwa penggunaan second account didorong oleh beragam alasan yang semuanya bermuara pada kebutuhan untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan otentik. Hal ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Prihatiningsih dalam Setiawan (2024), yang menyatakan bahwa motif utama penggunaan akun kedua adalah untuk memberikan ruang bagi pengguna untuk membuka diri, dalam arti berbagi informasi tentang diri mereka kepada orang lain dengan menyampaikan apa yang mereka rasakan.

Pertama-tama, motif untuk membuka diri terlihat kuat dalam pernyataan seluruh informan. Mereka memanfaatkan second account sebagai wadah untuk mengungkapkan emosi, pikiran, pengalaman pribadi, dan perasaan yang dianggap terlalu sensitif atau tidak pantas dibagikan di akun utama. Hal-hal seperti rasa cemas, curahan hati tentang pertemanan, keluarga, atau bahkan pengalaman spiritual dibagikan dengan lebih bebas di second account. Keberadaan second account memungkinkan mereka untuk melakukan self-disclosure yang lebih mendalam, karena hanya diakses oleh orang-orang terdekat yang dipercaya. Dalam konteks ini, second account bukan hanya platform media sosial alternatif, tetapi juga menjadi ruang emosional yang aman dan mendukung kebutuhan psikologis pengguna akan penerimaan dan pemahaman.

Motif ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai pengguna media sosial menyadari pentingnya membagi ruang digital berdasarkan konteks sosial yang berbeda. Di akun utama, informan merasa perlu menjaga citra, mempertahankan kesan profesional, atau bahkan menyesuaikan diri dengan norma sosial tertentu. Di sinilah muncul motif kedua, yaitu privasi dan kontrol audiens. Informan merasa lebih nyaman menggunakan second account karena mereka memiliki kontrol penuh terhadap siapa yang bisa mengakses dan melihat konten yang mereka unggah. Beberapa dari mereka secara eksplisit menyatakan bahwa akun utama diikuti oleh dosen, keluarga, atau rekan kerja, yang membuat mereka merasa terbatas dan tidak leluasa dalam mengekspresikan diri. Oleh karena itu, dengan menggunakan second account yang bersifat tertutup (private), mereka dapat menciptakan komunitas mikro yang lebih suportif dan aman secara emosional.

Lebih lanjut, muncul pula motif ekspresi diri tanpa tekanan sosial. Media sosial, khususnya akun utama, sering kali memunculkan tekanan sosial tidak langsung seperti standar estetika, pencitraan, dan tuntutan untuk terlihat sempurna di hadapan publik. Hal ini membuat pengguna merasa harus

menyensor diri mereka sendiri atau menyaring konten yang akan diunggah. Namun di second account, para informan merasa lebih bebas, tidak perlu memikirkan kualitas foto, panjang caption, atau kemungkinan penilaian dari orang lain. Mereka mengunggah konten yang lebih personal, spontan, dan bahkan dianggap 'tidak penting' oleh standar publik. Kebebasan ini sangat penting dalam proses pembentukan identitas digital yang jujur dan tidak penuh tekanan.

Selain itu, muncul pula motif menyembunyikan identitas dari lingkungan formal. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka membuat second account justru sebagai respon terhadap ketidaknyamanan yang mereka rasakan ketika konten pribadi mereka dilihat oleh dosen, orang tua, atau atasan. Dengan second account, mereka dapat menjaga batas antara kehidupan pribadi dan kehidupan formal. Ini merupakan bentuk strategi komunikasi digital, di mana pengguna memisahkan ruang publik dan privat berdasarkan peran sosial mereka di dunia nyata. Konsep ini sangat relevan dengan teori pengelolaan privasi dalam komunikasi, di mana seseorang berhak menentukan informasi apa yang ingin dibagikan, kepada siapa, dan dalam konteks apa.

Jika dikaitkan dengan konsep Prihatiningsih dalam Setiawan (2024), maka temuan ini menunjukkan bahwa second account memang menjadi sarana untuk membuka diri yang tidak tersedia secara optimal di akun utama. Namun, perlu dicatat bahwa keterbukaan diri yang dimaksud tidak bersifat total dan terbuka untuk umum. Sebaliknya, keterbukaan tersebut bersifat selektif dan terkurasi, sesuai dengan kenyamanan pengguna dan kepercayaan terhadap audiens tertentu. Artinya, motif untuk membuka diri tidak hanya mencakup keinginan untuk berbicara tentang diri sendiri, tetapi juga kemampuan untuk mengatur dengan siapa informasi itu dibagikan. Inilah yang menjadikan second account sebagai medium yang unik—ia menawarkan kebebasan, kendali, dan keamanan psikologis secara bersamaan.

Dengan demikian, pembahasan ini menggarisbawahi bahwa second account bukanlah sekadar akun alternatif, melainkan sebuah representasi dari kebutuhan komunikasi interpersonal yang lebih dalam di era digital. Ia merepresentasikan keinginan pengguna untuk menjadi diri sendiri di balik layar citra yang dibentuk di akun utama, serta menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk membangun kesan, tetapi juga untuk menciptakan ruang kejujuran personal yang mungkin tidak bisa diakses di ruang sosial yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap empat informan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan second account di Instagram oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau didorong oleh beberapa motif utama, yang secara umum bertujuan untuk membuka diri,

mengekspresikan diri, dan mengelola identitas digital secara lebih bebas dan aman. Penelitian ini menguatkan konsep yang dikemukakan oleh Prihatiningsih dalam Setiawan (2024) bahwa second account memberikan ruang bagi pengguna untuk membuka diri, yakni dengan cara menyampaikan apa yang mereka rasakan dan pikirkan secara lebih jujur kepada orang-orang terdekat.

Motif pertama yang ditemukan adalah kebutuhan untuk membuka diri. Mahasiswa menggunakan second account sebagai tempat untuk mengekspresikan emosi dan pengalaman pribadi yang tidak dapat mereka bagikan di akun utama karena alasan kenyamanan dan keamanan psikologis. Mereka merasa lebih bebas berbicara tentang hal-hal yang bersifat emosional, personal, dan sensitif. Motif kedua adalah keinginan untuk menjaga privasi dan mengontrol audiens. Second account digunakan sebagai alat untuk menyaring siapa saja yang bisa mengakses unggahan mereka.

Motif ketiga adalah ekspresi diri tanpa tekanan sosial. Second account memberi kebebasan bagi mahasiswa untuk menjadi diri sendiri tanpa memikirkan estetika, citra sosial, atau penilaian dari orang lain. Konten yang dibagikan bersifat spontan, jujur, dan tidak selalu disesuaikan dengan norma media sosial pada umumnya. Motif keempat adalah keinginan untuk menyembunyikan identitas dari lingkungan formal. Banyak informan merasa tidak nyaman jika konten pribadi mereka dilihat oleh dosen, keluarga, atau rekan kerja. Second account menjadi strategi untuk memisahkan antara kehidupan pribadi dan kehidupan formal, sekaligus bentuk kontrol terhadap identitas digital mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiesty, M. T., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2022). Motif dan makna second account instagram bagi mahasiswa di kota karawang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 3118-3126.
- Bilqis, T. D., Alfiani, M. R., & Gayatri, F. A. (2024). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2), 155-164.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dwi.Hanggini, H. S., Muslihudin, M., & Wulan, T. R. (2023). Representasi Diri dalam Media Sosial TikTok (Studi Panggung Depan dan Panggung Belakang Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30757-30766.
- Effendy, O. U. (2017a). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (T. Surjaman, Ed.). Bandung.

- Fitri, A. (2015). Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial. *Jurnal Interaksi*, 4(1), 101–108.
- Karyaningsih, Ponco Dewi. 2018. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Kriyantono, Rachmat. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Langga, G. (2023). Dramaturgi Panggung Depan Terdakwa Ferdy Sambo. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 138-148.
- Maulidya, S., Alfando, J., & Nurliah, S. P. (2024). Motif Penggunaan Second Account Instagram Sebagai Media Interaksi Diri (Studi Kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun 2019 Universitas Mulawarman). *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 830-840.
- Meleong Lexy. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy. (2014). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: PT. Remaja
- Nabilah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Motif penggunaan second account Instagram bagi pelajar SMK Negeri 1 Gempol. *Jurnal Nomosleca*, 9(1), 105-122.
- Nasrullah, Rulli. 2015, *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Sositeknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Ngalimun. 2016. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- 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.
- 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.
- Putri, S. M., & Apriadi, D. W. (2023). Dramaturgi dalam Motif Sharing di Instagram pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 31-42.

- Priyadi, C. (2018). Analisis Dramaturgi Penampilan Anies Baswedan Dalam Kampanye Pilgub 2017. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 339–348.
- Restu, E. E., & Triyono, A. (2025). Motif Oversharing sebagai Bentuk Self-disclosure pada Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z. *Eduetik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(4), 1236-1242.
- Rizky, F. F. (2022). Motif Penggunaan Second Account Instagram di kalangan Mahasiswi Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (Studi Fenomenologi Alfred Schutz) (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- 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. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 3, pp. 1067-1076).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Syaefulloh, I. (2023). Motif Penggunaan Second Account Instagram Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 49-62.
- Watusseke, C., Warouw, D. M., & Mingkid, E. (2023). Motif Generasi Z dalam berekspresi diri melalui second account di Instagram. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(3), 7-7.