

Manusia sebagai Aktor Digital: Teori Dramaturgi dan Fenomena *Second Account* di Media Sosial

Aufaa Nur Faizah

Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Djuanda
Bogor, Indonesia

Email: izhaakiel@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong seseorang untuk membangun representasi diri yang telah diseleksi secara sempurna di ruang digital. Dalam hal ini, munculnya fenomena *second account* sebagai ruang alternatif bagi seseorang mengekspresikan sisi diri yang lebih pribadi dan asli. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji fenomena *second account* dengan menggunakan teori dramaturgi dari Erving Goffman terutama konsep *front stage*, *back stage*, dan manusia sebagai aktor sosial. Metode yang diterapkan adalah wawancara dan analisis konseptual terhadap perilaku pengguna media sosial. Temuan penelitian ini diharapkan mampu menegaskan pentingnya teori dramaturgi dalam memahami perubahan identitas manusia di zaman digital.

Kata Kunci: Dramaturgi, Second Account, Front Stage, Back Stage, Aktor Sosial

PENDAHULUAN

Konsep dramaturgi, sebagaimana dikembangkan oleh Erving Goffman, merupakan pendekatan sosiologis yang menganalogikan kehidupan sosial sebagai sebuah pertunjukan teater, di mana individu bertindak sebagai aktor yang mengelola impresi diri mereka di depan penonton melalui *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) untuk membentuk citra sosial (Musta'in, tanpa tahun; Mokos, 2025). Dalam konteks media sosial seperti Instagram, dramaturgi ini sering diterapkan pada penggunaan *second account* sebagai ruang aman untuk presentasi diri, *self-disclosure*, atau bahkan sebagai *alter ego*, memungkinkan Gen Z dan remaja untuk mengkonstruksi identitas yang berbeda dari realitas sehari-hari (Winduwati &

Irena, 2024; Aulia et al., 2025; Bilqis et al., 2024; Dwirakhmawati & Wiryany, 2025; Nurfaizi et al., 2025). Pendekatan ini menekankan bagaimana individu secara strategis mengatur ekspresi, perilaku, dan interaksi untuk mencapai tujuan sosial, seperti membangun hubungan atau menghindari risiko, dengan media sosial berfungsi sebagai arena pertunjukan yang luas. Berdasarkan penelitian terkini yang mengacu pada teori Erving Goffman —termasuk studi mengenai *second account* sebagai ruang aman, *self-disclosure*, *alter ego*, serta pembentukan identitas Gen Z – dramaturgi dimaknai sebagai sebuah proses dimana seseorang mengatur peran, citra, dan informasi mengenai dirinya sesuai dengan konteks sosial dan audiens yang ada.

METODE PENELITIAN

Pendekatan ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta fakta serta memahami bagaimana subjek mengelola identitas digital mereka. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan sosiologi untuk mengaitkan teori (Dramaturgi) dengan realitas sosial di dunia digital. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pola interaksi dan variasi dalam cara pengguna mempresentasikan diri mereka melalui *first account* (*front stage*) dan *second account* (*back stage*). Peneliti berusaha memahami realitas sosial dengan merujuk pada pandangan dari informan, terutama dalam mengartikan pemakaian *first account* sebagai *front stage* dan *second account* sebagai *back stage* seperti yang dijelaskan dalam teori drama oleh Erving Goffman.

Penelitian ini dilaksanakan secara langsung di kalangan remaja yang secara aktif menggunakan media sosial, baik melalui internet maupun secara tatap muka. Pemilihan subjek penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling*, berdasarkan kriteria: (1) memiliki akun media sosial yang aktif, (2) menggunakan akun kedua, dan (3) bersedia untuk memberikan informasi dengan terbuka. Data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam; dilakukan untuk menggali

informasi, motif, dan norma yang mendasari penggunaan *second account*. Wawancara dilaksanakan secara semi-terstruktur untuk memahami pengalaman, alasan, dan perspektif informan mengenai pemakaian *first account* dan *second account*. Pertanyaan dalam wawancara ditujukan untuk mengetahui latar belakang pembuatan *second account*, tipe konten yang diunggah, variasi audiens, serta perasaan informan ketika menggunakan setiap akun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara

Ketiga informan umumnya melihat media sosial sebagai alat untuk mengekspresikan diri yang mencerminkan jati diri mereka, walaupun mereka merasakan perlunya perbedaan antara *first account* dan *second account*. Pada akun utama, mereka cenderung mengelola citra dengan memprioritaskan estetika, citra positif, serta konten edukatif atau pencapaian untuk memotivasi pengikut. Penggunaan fitur seperti filter atau pengeditan foto dianggap sangat bermanfaat dalam membangun identitas diri dan meningkatkan rasa percaya diri agar terlihat lebih baik daripada kenyataan sehari-hari. Di sisi lain, mereka sepakat bahwa *second account* adalah tempat yang lebih aman dan bebas karena hanya terdiri dari orang-orang yang mereka percayai. Di balik layar ini, mereka merasa lebih leluasa untuk menunjukkan sisi kemanusiaan mereka, seperti perasaan lelah, tantangan dalam pendidikan, hingga kiriman yang dianggap "tidak penting" tanpa harus terbebani oleh tuntutan estetika atau penilaian orang lain. Secara keseluruhan, para informan memanfaatkan akun ganda untuk mencapai keseimbangan antara keinginan akan pengakuan sosial di depan dan kebutuhan akan keaslian di balik layar.

Narasumber 1 memaknai *first account* sebagai wadah untuk menunjukkan citra diri yang telah dibangun, dengan memperhatikan aspek estetika, cara berkomunikasi, dan impresi yang ingin ditampilkan di depan audiens. Meskipun merasa bahwa penampilannya di media sosial cukup mencerminkan dirinya yang sesungguhnya,

narasumber menyadari adanya perbedaan dibandingkan dengan kehidupan sehari-hari, di mana ia cenderung lebih tertutup. Sedangkan *second account* berfungsi sebagai tempat yang aman untuk mengekspresikan rasa lelah dan tekanan akademik yang tidak ingin dibagikan secara umum.

Narasumber 2 menunjukkan pola cara penyampaian diri yang cukup seragam antara kehidupan nyata dan platform media sosial. Ia melihat *first account* sebagai tempat yang perlu dijaga kerapian dan estetika, sehingga postingan yang diunggah bersifat selektif dan tidak berlebihan. Sedangkan *second account* lebih digunakan untuk membagikan kegiatan santai dan aktivitas sehari-hari kepada teman dekat. Narasumber ini juga menekankan bahwa penggunaan akun kedua bukan untuk menciptakan identitas yang berbeda, melainkan untuk memisahkan konteks audiens dan mempertahankan batas antara ruang publik dan pribadi.

Narasumber 3 dengan jelas mengungkapkan perbedaan antara akun utama dan akun kedua. Akun utama berfungsi untuk menunjukkan prestasi, aktivitas organisasi, dan citra positif yang aktif, meskipun diakui tidak sepenuhnya mencerminkan diri yang sebenarnya. Di sisi lain, akun kedua dipahami sebagai ruang yang sepenuhnya bebas untuk menampilkan kehidupan sehari-hari tanpa memikirkan estetika atau penilaian orang lain, bahkan dianggap sebagai bentuk alter ego. Narasumber juga menyadari bahwa penggunaan filter dan pengeditan dapat membantu menciptakan citra diri yang lebih baik, tetapi bisa berdampak pada rasa percaya diri. Temuan ini menegaskan peran akun kedua sebagai area belakang panggung yang berbeda dari peran resmi di akun utama.

Media Sosial sebagai *Front Stage* (Panggung Depan)

First Account di media sosial dapat dipahami sebagai *front stage*, yaitu ruang pertunjukan sosial tempat individu secara sadar menampilkan citra diri yang telah dibangun. Di ruang ini, individu berupaya menunjukkan versi diri yang ideal, positif, dan sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Unggahan yang ditampilkan—baik

berupa foto, video, maupun teks—umumnya melalui proses seleksi, penyuntingan, serta pertimbangan terhadap audiens yang akan menyaksikan pertunjukan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa ekspresi diri di akun utama bukanlah representasi spontan, melainkan hasil dari pengelolaan simbol dan pesan yang dilakukan secara terencana.

Tekanan sosial seperti standar kesuksesan, kebahagiaan, kreativitas, dan popularitas turut membentuk cara individu memperagakan dirinya di *front stage*. Pengguna media sosial terpengaruh untuk mempertahankan konsistensi citra agar sesuai dengan ekspektasi publik dan *personal branding* yang telah dibangun. Dalam konteks ini, praktik **manajemen kesan (*impression management*)** menjadi sangat menonjol, sebagaimana dijelaskan oleh Goffman, di mana aktor berusaha mengontrol persepsi audiens melalui penampilan, gaya komunikasi, dan konten yang ditampilkan. Media sosial, dengan karakter publik dan terarsipnya, memperkuat tuntutan tersebut karena setiap unggahan dapat dinilai, dikomentari, dan disebarluaskan.

Second Account sebagai Back Stage (Panggung Belakang)

Berbeda dengan *first account*, *second account* justru berperan sebagai *backstage*, yaitu ruang privat tempat individu dapat melepaskan peran formal yang diperlihatkan di depan publik. Di area ini, individu merasa lebih aman untuk mengekspresikan perasaan, pandangan, serta pengalaman personal yang tidak selalu sejalan dengan citra ideal di ruang publik. Audiens yang terbatas—biasanya terdiri dari orang-orang terdekat dan terpercaya—memberikan rasa aman yang memungkinkan individu menurunkan tingkat kontrol terhadap penampilan dirinya.

Second Account berfungsi sebagai ruang untuk melepaskan peran sosial, di mana seseorang dapat menampilkan sisi rentan, lelah, dan tulus tanpa merasa khawatir akan penilaian dari orang lain. Postingan yang bersifat emosional, reflektif, atau berkaitan dengan perjuangan pribadi menjadi bentuk ekspresi yang umum di ruang

ini. Dengan demikian, akun kedua menggambarkan fungsi belakang panggung seperti yang dijelaskan oleh Goffman, yaitu tempat di mana individu dapat menjadi diri mereka sendiri tanpa perlu menjaga pertunjukan sosial yang sudah terstruktur. Keberadaan ruang semacam ini menunjukkan bahwa orang membutuhkan keseimbangan antara tuntutan citra publik dan keinginan untuk mengekspresikan diri secara autentik.

Manusia sebagai Aktor Sosial

Fenomena *second account* sebagai area aman bagi individu terutama di kalangan remaja menunjukkan bahwa di zaman digital, manusia tetap berfungsi sebagai sosok sosial yang memainkan berbagai peran tergantung pada konteks dan audiensnya. Perbedaannya terletak pada cara penyampaian, yang saat ini terjadi di dunia maya dengan batasan antara ruang publik dan privat yang semakin kabur. Individu secara sadar membagi peran antara *first account* sebagai *front stage* dan *second account* sebagai *back stage* untuk mengelola harapan sosial yang beragam.

Pembagian peran ini menunjukkan bahwa identitas online itu bersifat fleksibel, kontekstual, dan tidak tunggal. Seseorang bisa tampil optimis dan percaya diri di akun utamanya, sementara di akun kedua, ia mungkin menampilkan sisi yang lebih reflektif dan rentan. Teori dramaturgi membantu kita memahami bahwa praktik ini bukanlah suatu bentuk kepalsuan atau ketidakjujuran, melainkan sebuah strategi yang adaptif untuk menghadapi kerumitan kehidupan sosial masa kini. Dengan kata lain, *second account* berfungsi sebagai alat sosial yang memungkinkan individu menjaga keseimbangan antara tuntutan performa dan keinginan untuk tetap autentik.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa fenomena *second account* di platform media sosial menggambarkan praktik dramaturgi yang dijelaskan oleh Erving Goffman. First Account berfungsi sebagai *front stage* (panggung depan), di mana individu secara sengaja mengatur citra diri

mereka melalui pemilihan konten, estetika, dan cara berkomunikasi yang selaras dengan harapan audiens yang lebih luas. Dalam ruang ini, individu berusaha memperlihatkan identitas yang ideal, positif, dan diterima secara sosial, sehingga pengelolaan kesan menjadi sangat penting dalam membentuk identitas digital.

Di sisi lain, second account berfungsi sebagai panggung belakang, yaitu ruang pribadi yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan aspek diri yang lebih intim, tulus, dan tidak selalu sempurna. Dengan menggunakan akun kedua, individu bisa melepaskan tekanan yang ada di ruang publik dan berbagi pengalaman emosional, kelelahan, serta aktivitas sehari-hari tanpa merasa takut dinilai oleh orang lain. Temuan ini menunjukkan bahwa pemisahan peran antara first account dan second account bukanlah bentuk ketidakjujuran identitas, melainkan strategi yang adaptif untuk mengimbangi tuntutan citra publik dan kebutuhan akan keaslian diri. Dengan demikian, teori dramaturgi tetap memiliki relevansi dalam menjelaskan dinamika identitas manusia sebagai aktor sosial di era digital, terutama dalam konteks pemakaian media sosial oleh kalangan remaja.

REFERENSI

- Winduwati, S., & Irena, L. (2024). Dramaturgy and the Phenomenon of Instagram Multi-Account Usage Among Gen Z in Bali. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 525-537.
- Aulia, K. P., Ramadhani, S. P., & Agitashera, D. (2025). PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM SEBAGAI RUANG AMAN UNTUK PRESENTASI DIRI GEN Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 84-93.
- 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.
- Dwirakhmawati, S. A., & Wiryany, D. (2025). Analisis Dramaturgi Pada Media Sosial: Second Account di Instagram Sebagai Alter Ego. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(3), 3048-3054.

- Nurfaizi, K. R., Shovmayanti, N. A., & Kurniawan, D. (2025). Perspektif Dramaturgi Pencitraan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Media Sosial. *Komsospol*, 5(1), 9-20.
- Mokos, I. E. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 638-649.
- Musta'in, M. I. "Teori Diri" Sebuah Tafsir Makna Simbolik (Pendekatan Teori Dramaturgi Erving Goffman). *Komunika*, 4(2), 269-283.
- Purnomo, A. M., Pratidina, G., & Setiawan, M. F. (2022). Komunikasi pemasaran perusahaan pasca pandemi: Studi respon pelanggan terhadap pesan di instagram. *Jurnal Komunikatio*, 8(2), 103-113.
- Trikesumawardani, S., Fitriah, M., & Purnomo, A. M. (2024). Hubungan human relations mahasiswa dengan toxic relationship. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(2).
- Yasim, F. A., Kusumadinata, A. A., & Purnomo, A. M. (2024). Pemilihan Gaya Berpakaian sebagai Pesan Nonverbal. *Karimah Tauhid*, 3(9), 10537-10543.
- Nurfaizi, K. R., Shovmayanti, N. A., & Kurniawan, D. (2025). Perspektif Dramaturgi Pencitraan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Media Sosial. *Komsospol*, 5(1), 9-20.
- Alfadila, M., Setiawan, K., & Purnomo, A. M. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth Instagram@ Desawisatabatulatory Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. *Karimah Tauhid*, 2(6), 2660-2667.
- Fajar, M. C., Kusumadinata, A. A., & Purnomo, A. M. (2024). Karakteristik Komunikasi Kelompok di Sosial Media Discord. *Karimah Tauhid*, 3(4), 4164-4171.

Nurani, S., Purnomo, A. M., & Setiawan, K. (2023). Pengaruh Perilaku Emosional Mahasiswa Kota Bogor Terhadap Podcast Spotify Rintik Sedu. *Karimah Tauhid*, 2(6), 2909-2918.