



## Original Article

### Atribusi Perilaku Pengguna Banyak Akun pada Media Sosial Instagram

Ulfa Erfendy<sup>1✉</sup>, Mawaddah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Politeknik Negeri Medan

Correspondence Author: ulfaerfendy@polmed.ac.id✉

#### Abstrak:

The emergence of the phenomenon of using multiple Instagram accounts by one individual is increasingly widespread, especially in the younger generation. For this reason, the purpose of this research is to explain why someone has multiple accounts on Instagram and what factors cause this behavior by using Fritz Heider's attribution theory. The method used is qualitative with data collection through observation of social media content and supporting literature. The results showed that one of the reasons for having multiple Instagram accounts is due to feelings of FOMO and the desire to create an ideal self and real self. The internal factors found arise from low self-confidence and self-limitation to do self-disclosure in public spaces, making someone maintain an image by forming personal branding. While external factors come from the environment, in addition to the feeling of FOMO brought by the environment. There is also an influence on social risk, with anonymity making someone more free to express and show their real self without risking judgment. From these results, it shows that behavioral attributions of multiple account users arise from social pressure, privacy, security, functional needs and social media culture.

**Kata kunci:** Attribution; Social Media; Instagram

#### Pendahuluan

Perkembangan media sosial pada saat ini memberikan dampak bagi banyak sektor. Mulai dari pendidikan, pemerintahan, bisnis dan tentu saja terhadap dinamika sosial. Platform seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook bukan hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membentuk identitas, mencari informasi, hingga membangun jejaring sosial dan profesionalitas. Dalam kehidupan sehari-hari, seseorang seringkali membagikan momen hidup, pandangan pribadi, hingga aktivitas bisnis melalui unggahan yang dibuat secara visual dan juga naratif. Namun, di balik kemudahan berinteraksi dan berekspresi, media sosial juga memunculkan tantangan baru seperti tekanan untuk tampil sempurna, butuh validasi melalui *likes* dan komentar, serta risiko penyebaran informasi palsu atau hoax.



<https://jurnal.usk.ac.id/riwayat>

Fenomena ini mencerminkan perubahan besar dalam pola komunikasi dan interaksi sosial, sekaligus membuka ruang kajian luas tentang dampaknya terhadap psikologi individu, dinamika sosial, dan budaya digital masa kini.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan pada saat ini adalah Instagram yang menempati posisi kedua setelah Whatsapp sebagai media sosial favorit pengguna berumur diatas 16 tahun dengan rata-rata durasi penggunaan 1 jam 10 menit (We Are Social, 2025). Aplikasi ini pertama kali muncul pada tahun 2010. Hingga kini Instagram hadir dengan fitur aplikasi yang lebih menarik dan selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Mulai dari fitur post, story, live, caption, hingga fitur reels. Dengan fitur-fitur ini Instagram mulai dimanfaatkan dalam berbagai hal, salah satunya sebagai media penyebaran informasi (Erfendy, 2022). Pengguna Instagram terdiri atas berbagai kalangan mulai dari pemerintahan, komunitas, pengusaha, selebriti dan tentu saja pengguna personal yang memiliki kepentingan masing-masing. Bagi pemerintah, Instagram dapat menjadi salah satu media untuk komunikasi kebijakan. Bagi selebriti, Instagram dapat menjadi media interaksi dengan penggemar dan media promosi karya. Bagi pengusaha, Instagram dapat digunakan sebagai media promosi bisnisnya. Bagi pengguna personal, Instagram sering dijadikan sebagai salah satu media untuk dapat berinteraksi satu sama lain dan juga sarana mengekspresikan diri.

Uniknya pada saat ini ditemukan fenomena pada pengguna media sosial, terutama sering terjadi pada pengguna Instagram terkait penggunaan banyak akun oleh satu pengguna. Istilah yang sering digunakan untuk akun-akun tersebut adalah *second account*, *third account*, akun alter dan *finsta* atau disebut juga *fake* Instagram. Akun-akun ini bukanlah akun utama melainkan akun kedua atau akun kesekian yang dimiliki oleh seseorang yang dibuat dengan tujuan khusus. Beberapa data yang ditemukan melalui media sosial, akun-akun ini dibuat dengan segmentasi yang berbeda dengan akun utama atau yang disebut *first account*. Jika melihat fitur Instagram pada saat ini, terdapat fitur *close friend* yang dapat digunakan untuk membuat postingan menjadi lebih privat dan hanya dapat dilihat oleh orang-orang tertentu saja. Dengan adanya fitur ini sebenarnya dapat digunakan jika memiliki segmentasi berbeda. Namun pada faktanya membuat akun lain menjadi pilihan pada saat ini dan sedang menjadi fenomena ditengah pengguna Instagram. Penggunaan istilah paling populer adalah *second account*, pada akun ini nama pengguna dibuat berbeda tidak sesuai dengan identitas asli pemilik akun dan juga lingkaran pertemanan yang lebih sempit. Selain itu, akun-akun ini akan dibuat private dan memiliki kontrol yang lebih ketat dibandingkan dengan akun utama. Dalam penelitian Salma, hubungan pertemanan yang terjalin di *second account* cenderung memiliki karakteristik *reciprocity* dan *receptivity* (Salma et al., 2024).

Penggunaan banyak akun ini merupakan sebuah perilaku yang muncul dari diri seseorang yang memiliki sebab dan akibat dari adanya perilaku tersebut. Untuk itu tujuan penelitian ini adalah menjelaskan mengapa seseorang memiliki banyak akun pada Instagram dan faktor apa yang menjadi penyebab dari perilaku ini dengan menggunakan teori atribusi Fritz Heider. Teori atribusi ini menyatakan bahwa ketika mencoba menjelaskan perilaku individu dengan faktor-faktor yang menjadi penyebabnya, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Atribusi akan memiliki pengaruh pada perilaku di masa akan datang, karena setiap perilaku pasti memiliki alasan dibaliknya (Schmitt, 2015). Oleh karena itu melalui penelitian ini, penulis akan mengkaji faktor yang menyebabkan pengguna Instagram memiliki banyak akun dan hal-hal apa saja yang menjadi akibat dari perilaku tersebut. Penelitian ini juga akan

memperluas kajian pada perilaku yang memiliki beberapa akun tidak terbatas hanya pada *second account* tetapi juga pada *third account*, hingga lapisan akun-akun lainnya.

Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti fenomena *second account* fokus penelitian hanya terbatas pada motif yang menyebabkan adanya akun tersebut. Selain itu penelitian terdahulu juga hanya meneliti hingga akun kedua, sedangkan pada saat ini ditemukan banyak pengguna Instagram yang memiliki lebih dari dua akun. Misalnya pada penelitian yang berjudul “Gambaran Self-disclosure pada Mahasiswa di *Second Account* Instagram” menunjukkan bahwa *second account* menjadi ruang yang dirasa lebih aman dan nyaman (Syafrina & Chusniyah, 2025). Sedangkan pada penelitian yang berjudul “Penggunaan *Multiple Account* Media Social Instagram sebagai Dramaturgi Pada Perempuan Milenial” meskipun sudah meneliti penggunaan banyak akun namun masih berfokus pada *second account* dan menggunakan teori dramaturgi (Shinta & Putri, 2022). Hasil dari penelitian-penelitian ini nantinya akan dikaji dalam penelitian ini sebagai kumpulan data yang berasal dari literatur, sehingga mendapatkan paduan atribusi.

Penelitian mengenai pengguna yang memiliki banyak akun di Instagram perlu dilakukan karena fenomena ini mencerminkan dinamika kompleks dalam membentuk dan mengelola identitas diri di media sosial. Dengan menggunakan teori atribusi, yang menjelaskan bagaimana individu menafsirkan dan memberi alasan terhadap perilaku diri sendiri maupun orang lain, penelitian ini dapat mengungkap motif di balik pembuatan akun tambahan, apakah sebagai bentuk strategi pengelolaan citra, pelampiasan emosi, atau sebagai respon terhadap tekanan sosial. Melalui pendekatan ini, dapat dianalisis bagaimana pengguna mengatribusikan alasan atas perilaku mereka di masing-masing akun serta bagaimana audiens menafsirkan perbedaan konten dan karakter antara akun utama dan akun kedua. Pemahaman ini penting untuk mengetahui bagaimana persepsi dan penilaian sosial terbentuk dalam ruang digital, serta implikasinya terhadap kesehatan mental, hubungan sosial, dan etika penggunaan media sosial.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis atribusi untuk menjelaskan perilaku pengguna multi akun. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi yang dilakukan melalui dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder (Bungin, 2013). Data primer diperoleh melalui berbagai konten di media sosial yang berkaitan dengan topik multi akun baik berupa *podcast*, video singkat, atau komentar di sosial media yang dijadikan sebagai sumber data utama. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur atau penelitian relevan yang dijadikan sebagai data pendukung pada penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Seluruh data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan teori atribusi dari Fritz Heider untuk memahami bagaimana pengguna menafsirkan dan menjelaskan perilaku mereka dalam penggunaan multi akun.

## Hasil Penelitian

Pada akun X atau yang dikenal dengan Twitter dengan username @m4ret\*\* ditemukan sebuah cuitan yang berkaitan dengan penggunaan akun Instagram pada tahun 2024. Tweet ini mendapatkan 28.000 like, 9.300 kali retweet. Dan 3.300.000

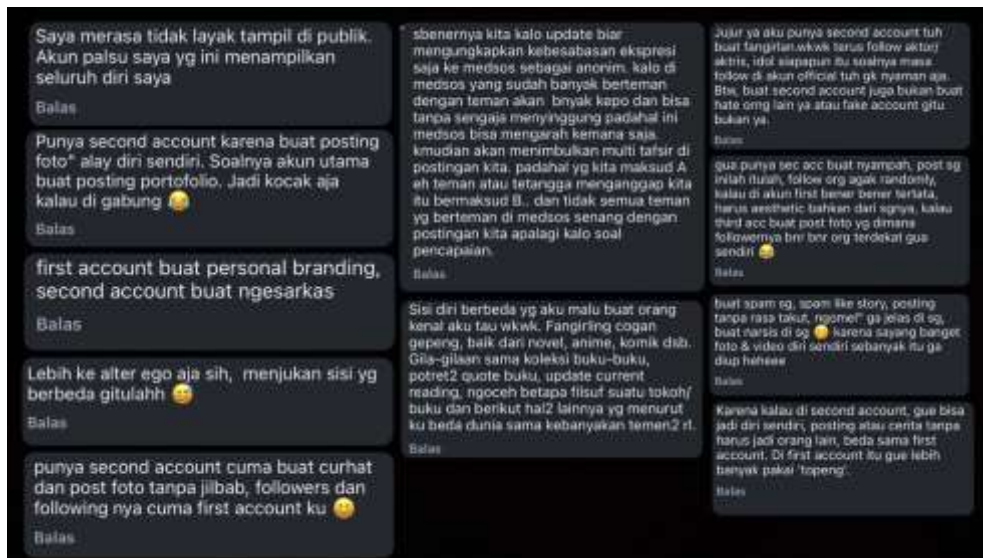
Penayangan hingga 18 Mei 2025. Pada tweet ini ada empat tipe akun yang dijelaskan yaitu *first account*, *second account*, *third account* dan *dump account*. *First account* disebut sebagai akun untuk publik yang bisa di *follow* oleh siapa saja dan hanya posting hal yang perlu-perlu saja. *Second account*, biasanya hanya di follow orang yang lumayan dekat dan biasanya lebih sering posting keseharian. Sedangkan *third account* di ikuti oleh orang yang benar-benar dekat dan posting tentang hal yang lebih pribadi. Namun pengguna *third account* ini tidak sebanyak *second account*. Selain tiga akun ini, disebut juga *dump account*. Akun ini memiliki *followers* yang mirip dengan *first account*, namun perbedaan terletak pada postingan. Jika *first account* lebih mementingkan estetika, maka *dump account* tidak terbatas namun tetap dapat dilihat oleh publik.



Sumber: Akun X @m4ret\*\* (2024)

Gambar 1. Kumpulan komentar di akun X

Sedangkan pada tweet lain dari akun selebriti Anya Geraldine (@anyaselaluben\*\*) membuat cuitan tentang *second account* pada perempuan digunakan untuk stalking musuh, mantan, pacar mantan dan tempat menyebar aib pribadi. Sedangkan *second account* laki-laki lebih digunakan untuk *stalking*, *follow* akun perempuan cantik, *follow* akun dewasa dan *posting* mabuk-mabukan. Tweet ini disukai oleh 7.500 orang dengan 1.200 retweet. Pada postingan Anya, balasan yang ditemukan cenderung menyetujui bahwa fungsi dari *second account* adalah untuk *stalking*. Jika dua data sebelumnya didapat dari akun X, maka ada juga data yang ditemukan pada aplikasi Instagram @pandemictalks. Pada postingan 9 Oktober 2024, akun @pandemictalks membuat postingan yang berjudul “Gen Z suka punya *second account*, ahli sebut itu gejala depresi”, dan terlihat bahwa komentar-komentar tidak menyetujui opini terkait gejala depresi yang di uraikan.



Sumber: Akun Instagram @satupersenofficial (2024)

Gambar 2. Kumpulan komentar tentang *second account*

Pada akun Youtube Kompas TV, terdapat video yang di upload 13 September 2024 yang berjudul "Ahli jelaskan penyebab dan tujuan orang pakai *second account* di media sosial". Berdasarkan video ini terdapat pendapat dari psikolog Fitri Jayanthi yang menyebutkan bahwa ada kecenderungan pemilik banyak akun untuk menunjukkan secara terpisah antara diri mereka kepada publik dan diri mereka yang sebenarnya melalui akun tersebut. Hasil lainnya juga ditemukan pada salah satu postingan di Instagram @satupersenofficial dengan judul "*second account* buat apa?" yang ditanggapi dengan komentar yang beragam, mulai dari pernyataan yang tidak setuju jika pemilik *second account* mengalami gejala depresi, ada juga yang digunakan untuk akun *fangirl*, *stalking*, sebagai tempat sarkas dan berbagai alasan lainnya.

Pada platform Quora yang dikenal sebagai tempat tanya jawab yang dilakukan secara daring juga ditemukan beberapa pertanyaan dan jawaban yang berkaitan dengan penggunaan banyak akun Instagram. Terdapat salah satu pertanyaan yang ditemukan yaitu "Apa alasan orang membuat akun kedua/akun alter/akun palsu di instagram?" yang mendapatkan beberapa jawaban. Salah satu jawaban menyebutkan bahwa dia memiliki akun kedua yang tidak memiliki *followers* sama sekali dan di privasi atau di kunci. Akun kedua ini dijadikan sebagai tempat untuk arsip foto-foto yang dimilikinya. Sedangkan di akun pertama dia tidak memiliki rasa percaya diri untuk mengunggah foto-foto tersebut, sekaligus juga untuk tetap menjaga privasi. Namun akun pertama tidak di privasi dan dapat dilihat oleh siapa saja. Sedangkan jawaban lainnya juga untuk membuat *second account* untuk tempat mencurahkan isi hati yang hanya diikuti orang-orang terdekat saja, sekaligus digunakan untuk mengikuti influencer dan juga akun-akun *online shop*.

### Apa alasan orang membuat akun kedua/akun alter/akun palsu di instagram?



Sumber: id.quora.com (2022)

Gambar 3. Tanya Jawab alasan menggunakan banyak akun

Pada tanya jawab lain yang juga masih terkait dengan *second account* di Quora, terlihat jawaban bahwa akun kedua adalah tempat pelarian. Akun kedua dijadikan tempat untuk unggah foto-foto, tempat mengeluh dan juga bebas posting terkait kesukaannya pada *Kpop*. Jawaban ini menunjukkan bahwa akun kedua menjadi tempat yang lebih bebas bagi penggunanya melakukan apa saja tanpa takut adanya *judgement* dari orang lain. *Second account* benar-benar dikhususkan bagi orang terdekat saja yang dipercaya oleh penggunanya sehingga lebih bebas dalam mengunggah apa saja tanpa takut resiko sosial.



Sumber: id.quora.com (2022)

Gambar 4. Alasan menggunakan *second account*

Dalam penelitian yang dilakukan [Salma dkk \(2024\)](#) hasil yang sama juga ditemukan bahwa *second account* menjadi zona nyaman tanpa rasa khawatir akan penilaian orang lain. Sedangkan dalam penelitian [Nathania & Nurhaqiqi \(2024\)](#) menyebutkan bahwa pengguna *second account* oleh Generasi Z laki-laki adalah untuk mengungkapkan dirinya yang tidak dilakukan pada akun utama. Seperti mengeluhkan tentang kehidupan sehari-hari, mengikuti idola, dan membagikan video-video lucu. Data ini menunjukkan bahwa penggunaan banyak akun tidak terbatas pada jenis kelamin, sehingga dapat terjadi pada laki-laki maupun perempuan. Namun dari data yang ditemukan fenomena ini sebagian terjadi pada Generasi Z, dalam artian penggunaan banyak akun banyak dialami oleh remaja.

## Pembahasan

Perilaku punya banyak akun memiliki sebab akibat yang beragam tergantung individu itu sendiri. Namun dari hasil penelitian ditemukan beberapa alasan umum mengapa seseorang memiliki banyak akun. Dari beberapa literatur dan hasil penelitian yang ditemukan salah satu alasan dari punya banyak akun Instagram adalah karena adanya *Fear of Missing Out* atau yang saat ini dikenal dengan FOMO. FOMO adalah perasaan takut akan ketinggalan pada suatu tren, perasaan ini muncul karena efek penggunaan media sosial (Setiawan Akbar et al, 2018). Disebabkan mulai bermunculan pengguna *second account* hingga dianggap tren pada saat ini, membuat sebagian orang juga ingin memiliki akun kedua. Sehingga setelah memiliki dua akun, muncul pula keinginan untuk membuat akun lainnya. Secara garis besar perbedaan akun-akun ini terlihat dari jumlah pengikut atau dalam Instagram disebut *followers*. Akun utama tidak dibatasi jumlah *followers*. Meskipun sebagian akun di privasi dan membatasi hanya untuk orang dikenal saja, namun jumlah *followers*-nya masih skala yang besar. Berbeda dengan *second account* yang memiliki ruang lingkup *followers* lebih kecil seperti hanya teman dekat dan keluarga, oleh karena itu biasanya *second account* hanya diikuti satuan, belasan hingga puluhan *followers* saja.

Selanjutnya ada *third account* yang mulai bermunculan pada saat ini, namun *followers*-nya tidak sebanyak *second account*, akun ini kebanyakan hanya diketahui oleh pemiliknya. *Third account* biasanya dibuat khusus lebih privasi bahkan ditemukan juga bahwa akun ini hanya digunakan untuk kebutuhan pribadi tanpa ada *followers* sama sekali. Penyebutannya pun beragam, tergantung seseorang menggunakan akun tersebut untuk apa. Seperti beberapa orang ditemukan menyebut dengan *dump account* untuk memposting berbagai kegiatan random pemiliknya. Atau ditemukan juga ada yang menyebut dengan *alter account* atau akun alter. *Alter account* ini memiliki keunikan daripada akun lainnya, sesuai dengan namanya pada akun ini memposting hal yang jauh berbeda antara kepribadian seseorang yang selama ini diketahui orang lain dengan kepribadian yang hanya ditunjukkan pada akun alter. Akun alter biasanya hanya akan diketahui oleh pemiliknya sendiri.

Selain dari jumlah *followers*, perbedaan selanjutnya adalah pada konten yang posting. Pemilik banyak akun biasanya membagi antara *ideal self* dan *real self* di media sosial. *Ideal self* yang ditunjukkan biasanya melalui *personal branding*, dimana seseorang berusaha membangun persepsi orang lain dengan mempresentasikan dirinya melalui postingan-postingan di media sosial. Pengguna media sosial ditemukan membuat branding dirinya berbeda dengan *real self*-nya, mengikuti keinginan dirinya ingin dikenal sebagai pribadi yang seperti apa. Oleh karena itu dibuat akun yang berbeda-beda, di akun utama biasanya akan dibuat sesuai *personal branding*-nya, sedangkan di akun lainnya adalah bagaimana *real self*. Ada yang membuat untuk stalking, curhat dan berbagai kegiatan pribadi. Penunjukan *real self* hanya diperuntukkan bagi orang terdekat seperti teman dan keluarga, hal inilah yang membuat *second account*, *third account* dan *alter account* dibuat *private* dan hanya dapat di follow oleh orang tertentu dalam jumlah terbatas.

Beberapa orang ditemukan memiliki *second account* hanya di follow oleh perempuan saja. Kebanyakan akun yang hanya di follow perempuan saja karena alasan dapat memposting foto tanpa mengenakan hijab atau pakaian yang menurut aurat. Ini dilakukan oleh perempuan muslim yang ingin bebas dalam memposting dirinya di media sosial tanpa takut dilihat oleh laki-laki sehingga membuat akun khusus yang

hanya di *follow* oleh perempuan. Menurut penelitian yang dilakukan Amelia (2024) *second account* menjadi media untuk wanita berhijab lebih bebas mengekspresikan diri tanpa terikat untuk tampil sesuai dengan tuntutan yang ada. Ketika *first account* dapat dilihat oleh banyak orang, membuat perempuan berhijab menjaga pakaiannya sesuai ketentuan agama. Maka *second account* menjadi tempat mereka terlepas dari batasan apapun.

Penggunaan banyak akun biasanya digunakan oleh kalangan selebriti atau tokoh publik seperti atlet atau pejabat karena harus memiliki akun yang bisa diakses penggemar dengan menunjukkan personal branding. Selain itu ada pula akun lainnya yang hanya diketahui oleh orang terdekat tempat dimana mereka bebas untuk memposting apapun tidak harus mengikuti branding mereka. Kondisi ini adalah hal yang wajar mengingat publik figur memiliki panggung depan dan panggung belakang, pekerjaan yang menuntut mereka untuk tampil sempurna dimata penggemar. Dibalik itu mereka juga harus tetap menjaga privasi sehingga cara yang tepat agar mereka tetap bebas bermedia sosial adalah dengan memiliki beberapa akun. Namun pada fenomena saat ini, tren punya banyak akun juga dilakukan oleh masyarakat pada umumnya. Banyak yang mengikuti karena tren dan juga ada beberapa alasan lainnya. Beberapa alasan ditemukan membuat akun lain untuk dapat mengunggah foto-foto secara bebas demi menjaga akun utama tetap rapi dan estetik dari segi postingan. Sedangkan di akun lain, seseorang dapat mengunggah apa saja tanpa memikirkan kerapian dan nilai keindahan dari foto yang unggah. Akun ini sering juga digunakan untuk arsip foto pribadi sehingga tidak perlu di *follow* oleh banyak orang sekaligus untuk tetap menjaga privasi.

Dari hasil penelitian yang ditemukan melalui penelusuran di berbagai media sosial, sebagian besar alasan yang ditemukan hampir sama. Pengguna Instagram membuat versi akun yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Perilaku penggunaan banyak akun tidak terlepas dari faktor yang muncul karena media sosial itu sendiri. Media sosial membentuk pola perilaku baru bagi penggunanya, salah satunya dalam gaya hidup. Perubahan gaya hidup sering terlihat melalui postingan di Instagram. Dinamika bermedia sosial melalui aplikasi Instagram pada saat ini menunjukkan visual yang estetik dengan tata letak foto yang rapi dan caption yang menarik. Pada penelitian yang berjudul “Simulakra *Second Account* Instagram Pada Mahasiswa” dijelaskan bahwa pengemasan Instagram yang estetik untuk mendapatkan identitas dan makna dalam status sosial (Wendy et al., 2024).

Media sosial seolah memberikan tekanan baru untuk selalu tampil sempurna. Dampak positifnya, seseorang dapat selalu menampilkan sisi terbaik dari dirinya dan konsisten dengan personal branding. Namun dampak negatifnya adalah seseorang menjadi terbatas untuk memposting apapun di media sosialnya sendiri karena tidak percaya diri. Pengguna sering merasa jenuh dalam menggunakan akun yang terformat seperti ini, sehingga memicu untuk menunjukkan diri yang sebenarnya kepada orang-orang tertentu saja. Hal ini kemudian membuat pengguna Instagram memiliki *second account*, yang lebih bebas mengekspresikan dirinya tanpa batasan apapun dan apa adanya.

Beberapa pengguna banyak akun menjadikan akunnnya untuk tempat untuk menyampaikan keluh kesah yang tidak dapat dilakukan di akun utama. Hal ini berkaitan dengan rasa terbatas untuk menggunakan akun utama dan rasa percaya diri yang lebih rendah ketika harus menggunakan akun utama sebagai tempat curhat. Dari beberapa referensi juga disebutkan bahwa penggunaan banyak akun disebabkan karena

adanya depresi. Beberapa akun juga digunakan untuk mengomentari dan menyukai. Penggunaan banyak akun biasanya digunakan oleh kalangan selebriti atau tokoh publik seperti atlet atau pejabat karena harus memiliki akun yang bisa diakses penggemar dengan menunjukkan *personal branding*. Selain itu ada pula akun lainnya yang hanya diketahui oleh orang terdekat tempat dimana mereka bebas untuk memposting apapun tidak harus mengikuti branding mereka. Kondisi ini adalah hal yang wajar mengingat publik figur memiliki panggung depan dan panggung belakang, pekerjaan yang menuntut mereka untuk tampil sempurna dimata penggemar.

Dibalik itu mereka juga harus tetap menjaga privasi sehingga cara yang tepat agar mereka tetap bebas bermedia sosial adalah dengan memiliki beberapa akun. Namun pada fenomena saat ini, tren punya banyak akun juga dilakukan oleh masyarakat pada umumnya. Banyak yang mengikuti karena tren dan juga ada beberapa alasan lainnya. Beberapa alasan ditemukan membuat akun lain untuk dapat mengunggah foto-foto secara bebas demi menjaga akun utama tetap rapi dan estetik dari segi postingan. Sedangkan di akun lain, seseorang dapat mengunggah apa saja tanpa memikirkan kerapian dan nilai keindahan dari foto yang unggah. Akun ini sering juga digunakan untuk arsip foto pribadi sehingga tidak perlu di *follow* oleh banyak orang sekaligus untuk tetap menjaga privasi.

Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan, yang memiliki pengaruh besar dalam membuat seseorang berperilaku. Pengaruh takut munculnya resiko sosial dari penggunaan sosial media sehingga seseorang lebih memilih membuat akun yang lain. Dengan membuat *second account* yang khusus untuk orang terdekat membuat resiko judgement lebih kecil karena *followers* yang dipilih hanya orang tertentu dan dipercaya. Sedangkan beberapa pengguna menggunakan akun anonim yang digunakan untuk aktivitas yang benar-benar privat untuk dirinya sendiri. Karena dengan anonimitas membuat seseorang lebih bebas berekspresi dan menunjukkan *real self* mereka tanpa memunculkan resiko *judgement* dari orang lain. Anonimitas membuat seseorang merasa lebih bebas untuk mengikuti orang lain dan memberikan pendapat. Tanpa takut diketahui identitas asli oleh orang lain dan menghindari resiko sosial atas apa yang dilakukan membuat seseorang membuat akun alter yang mengusung anonimitas.

Perilaku ini akan memiliki dampak kedepannya bagi pengguna akun. Dampak positif yang dapat dimiliki pengguna banyak akun Instagram adalah memiliki wadah untuk mengekspresikan diri tanpa takut atas komentar orang lain selain itu juga menjaga kehidupan lebih privat dengan tetap membatasi *self disclosure* yang berlebihan. Dampak positif lainnya adalah dapat mengelompokkan akun sesuai kebutuhan sehingga akan lebih terlihat profesional terutama pada profesi tertentu. Mengingat pada saat ini media sosial menjadi salah satu unsur yang dinilai oleh perusahaan dalam merekrut pegawai. Sehingga membuat banyak akun dan menjadikan akun utama sebagai akun yang profesional akan membuat jejak digital seseorang lebih positif dan dapat bermanfaat bagi citra diri. Sedangkan dampak negatif atau akibat dari memiliki banyak akun adalah muncul ketidakbebasan dalam bermedia sosial. Pemilik banyak akun cenderung akan merasa selalu dibatasi dan harus selalu tampil sempurna dan memaksakan untuk memberi konten yang bukan berasal dari diri sendiri pada akun utama. Padahal bermedia sosial seharusnya bersifat bebas dan tidak harus mengikuti standar orang lain. Terlalu sering menggunakan *second account* membuat seseorang semakin tidak percaya diri untuk menunjukkan jati diri yang sebenarnya kepada banyak orang.

Seseorang yang menggunakan banyak akun juga rentan akan resiko terkena penyakit mental atau depresi. Perbedaan kepribadian di *second account* menunjukkan indikasi

krisis identitas, kebingungan karakter diri sendiri menimbulkan hilang arah, dilanjutkan dengan putus asa, kemudian membentuk depresi ([Anggiraksa et al, 2025](#)). Bermedia sosial harus menjadi sesuatu yang menghibur dan memberikan manfaat kepada penggunaannya termasuk salah satunya dengan interaksi. Namun ketika ada banyak akun lainnya membuat seseorang membatasi interaksinya dengan yang lain dan memicu munculnya depresi membuat efek negatif bagi pengguna media sosial. Namun pengelolaan kesehatan mental ini dapat dijadikan sebagai nilai positif, jika pengguna menggunakan akunnya sebagai tempat untuk tetap dapat bebas mengekspresikan diri tanpa rasa takut.

Anonimitas dalam bermedia sosial juga memberikan pengaruh lainnya, seseorang mungkin merasa lebih bebas dengan anonimitas tetapi di lain sisi penggunaan anonimitas dapat membuat seseorang bebas berperilaku dan dapat melewati batas sosial. Penggunaan anonimitas dapat merugikan orang lain ([Utari, 2024](#)). Jika melihat komentar di sosial media banyak ditemukan akun-akun yang anonim atau tidak dikenali. *Username* digunakan bukan nama pribadi namun sering kali memberikan ujaran kebencian. Hal ini dapat menjadi bukti bahwa beberapa pengguna banyak akun, menggunakan akun mereka untuk bebas mengomentari suatu postingan tanpa menunjukkan identitas aslinya. Pelaku *cyberbullying* yang marak terjadi juga menggunakan akun anonim untuk menyamarkan identitas ([Tazkiyah et al, 2021](#)). Namun secara psikologi pengguna anonimitas dan *online disinhibition* juga mempengaruhi kesehatan mental seseorang secara positif ([Hanifah & Rozi, 2022](#)). Sehingga pengguna banyak akun yang salah satunya menggunakan anonimitas harus mampu menjaga dirinya untuk tetap berperilaku positif di media sosial. Anonimitas di sisi penggunaannya memberikan kebebasan dalam berekspresi dan di lain sisi harus menjaga agar tidak menggunakan anonimitas sebagai kesempatan untuk melakukan kejahatan dalam bermedia sosial.

### **Kesimpulan**

Perilaku pengguna banyak akun Instagram ditemukan memiliki alasan dan akibat. Atribusi dari perilaku ini muncul karena beberapa faktor mulai dari internal dan juga faktor eksternal. Faktor internal yang ditemukan yang pertama adalah batasan privasi yang dimiliki oleh setiap orang. Semakin dekat hubungan seseorang dengan orang lain maka akan semakin tipis batas privasi, begitu pula sebaliknya. Sehingga untuk tetap menjaga privasi yang dimiliki dibuat akun yang berbeda dengan self-disclosure yang berbeda pula. Faktor internal yang kedua adalah rasa kepercayaan diri yang kurang membuat seseorang memilih untuk membuat banyak akun agar tetap bisa mengekspresikan diri tanpa rasa takut. Sedangkan faktor eksternal yang ditemukan adalah melalui lingkungan dan dinamika dalam media sosial yang memunculkan FOMO. Selain itu juga ditemukan faktor resiko sosial, yang membuat seseorang mendapatkan judgement sehingga pengguna Instagram memilih membuat akun yang lebih dirasa aman agar terhindar dari resiko judgement. Akibat yang dapat muncul dari perilaku ini kedepannya memiliki sisi positif dan negatif. Sisi positifnya pengguna Instagram dapat tetap merasa aman untuk mengekspresikan dirinya dan juga tetap menjaga batasan privasinya. Sedangkan sisi negatifnya adalah muncul rasa ketidakbebasan dalam bermedia sosial dan harus selalu tampil sempurna sesuai standar media sosial. Hal ini dapat disimpulkan atribusi perilaku pengguna banyak akun muncul dari tekanan sosial, privasi, keamanan, kebutuhan fungsional dan budaya media sosial.

## Daftar Pustaka

- Amelia, C. (2024). Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah. *Jurnal Audiens*, 5(4), 591–606. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i4.486>
- Anggiraksa, N., Nur Alia Abdullah, M., & Retsa Rizaldi Mujayapura, M. (2025). Pengaruh Tren Second Account Gen Z Pada Media Instagram Sebagai Pemicu Depresi. *Journal Of Social Science Research*, 5, 2678–2693.
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Erfendy, U. (2022). Resepsi Informasi Covid-19 Di Instagram KawalCovid19 Bagi Khalayak Kota Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai*, Volume 4 Nomor 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i5.7656>
- Hanifah, I., & Rozi, F. (2022). Pengaruh Anonimitas dan Online Disinhibition Terhadap Kesehatan Mental Positif Pada Pengguna Media Sosial (Whatsapp, Inatagram, Facebook, Tiktok). *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris*, 8(1), 44–63.
- Mayasari, F. (2023). Menilik Fenomena FoMO (Fear of Missing Out) pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. 5(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/kjcs.v5i2.26672>
- Nathania Surya Nugraha, D., & Nurhaqiqi, H. (2024). Second Account Instagram Sebagai Sarana Pengungkapan Diri pada Generasi Z Laki-Laki. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7 No 9. <http://Jiip.stkipyapisdompui.ac.id>
- Salma, J., Rakhmad, W. N., & Widagdo, M. B. (2024). Fenomena Second Account Oleh Mahasiswa Pada Media Sosial Instagram. <https://www.fisip.undip.ac.id>
- Schmitt, J. (2015). Attribution Theory. In *Wiley Encyclopedia of Management* (pp. 1–3). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090014>
- Setiawan Akbar, R., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7, No 2, 38–47. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Shinta, A., & Putri, K. Y. S. (2022). Penggunaan Multiple Account Media Sosial Instagram sebagai Dramaturgi Pada Perempuan Milenial. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.030.04>
- Syafrina, M., & Chusniyah, T. (2025). Gambaran Self-disclosure pada Mahasiswa di Second Account Instagram. *Jurnal Flourishing*, 5(1), 69–78. <https://doi.org/10.17977/10.17977/um070v5i12025p69-78>
- Tazkiyah, I., Fadillah, A. R., Kusuma, F. W., Siswanto, F., & Cahyono, S. A. (2021). Peran Anonimitas Terhadap Cyberbullying Pada Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 77.
- Utari, F. C. (2024). Anonimitas Dan Kebebasan Berpendapat Di Media Sosial. *Journal of Dialogos: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 3046–6040. <https://doi.org/10.62872/vtridd27>
- We Are Social. (2025). Digital 2025 April Global Statshot Report. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/04/digital-2025-april-global-statshot-report/>
- Wendy, L., Irfani, Y., & Widiyansyah, S. (2024). Simulakra Second Account Instagram Pada Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 9(1).