

**MOTIF GENERASI Z DALAM BEREKSPRESI DIRI
MELALUI *SECOND ACCOUNT* DI INSTAGRAM**

Calvin Watuseke¹, Desie M. D. Warouw², Elfie Mingkid³

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sam Ratulangi Manado, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia

e-mail : calvinwatuseke910@gmail.com

ABSTRACT

This research is aimed at understanding how Generation Z expresses themselves through second accounts on Instagram. The research methodology employed is a pure qualitative method with informants deliberately selected. Data is collected through observation, interviews, and documentation as primary sources, as well as secondary data from books, journals, or previous research related to the research title. The theory utilized in this research is ERG Theory (Existence, Relatedness, Growth) by Clayton Alderfer, which is derived from Abraham Maslow's Self-Actualization Theory. The research findings indicate that the use of second accounts on Instagram grants Generation Z the freedom of expression, allowing for authentic and personal types of posts. Interactions on these second accounts foster close and harmonious social relationships, supported by established trust. Moreover, second accounts serve as platforms to strengthen social connections and provide a sense of trust. The use of second accounts also offers opportunities for growth and development, where interactions help in recognizing personal weaknesses with positive effects. Support and feedback from these interactions drive the growth of skills, expertise, and mental development. Additionally, second accounts also function as spaces for introspection and self-improvement, motivating wiser actions through deeper reflection.

Keywords : Mass Communication, Second account, Generation Z.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISPOL – UNSRAT

² Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISPOL – UNSRAT

³ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISPOL – UNSRAT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Generasi Z mengekspresikan diri melalui *second account* di Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif murni dengan informan yang dipilih secara sengaja. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai data primer, serta data sekunder dari buku, jurnal, ataupun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Teori ERG (*Eksistence, Reladness, Growth*) dari Clayton Alderfer, yang merupakan turunan dari Teori Aktualisasi Diri dari Abraham Maslow. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *second account* di Instagram memberi generasi Z kebebasan berekspresi, memungkinkan jenis postingan yang autentik dan pribadi. Interaksi di *second account* menciptakan hubungan sosial yang erat dan harmonis, didukung oleh kepercayaan yang sudah terjalin. Selain itu, *second account* menjadi wadah untuk memperkuat relasi sosial dan memberi rasa kepercayaan. Penggunaan *second account* juga memberikan peluang bagi pertumbuhan dan pengembangan, di mana interaksi tersebut membantu mengenali kelemahan diri dengan dampak positif. Dukungan dan masukan dari interaksi tersebut mendorong pertumbuhan keterampilan, keahlian, dan perkembangan mental. Selain itu, *second account* juga menjadi tempat untuk introspeksi dan perbaikan diri, mendorong tindakan yang lebih bijaksana melalui refleksi yang lebih mendalam.

Kata Kunci : Komunikasi Massa, *Second account*, Generasi Z

PENDAHULUAN

Fenomena penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z sebagai bentuk ekspresi diri menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini. Dalam era di mana teknologi dan informasi berkembang pesat, Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010, memiliki keterampilan teknologi yang kuat dan memiliki kedekatan dengan platform media sosial seperti Instagram. Khususnya, *second account*, yaitu akun tambahan di Instagram, telah menjadi sarana bagi mereka untuk mengekspresikan diri dengan lebih bebas dan kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam tentang motif yang mendorong Generasi Z dalam menggunakan *second account* Instagram sebagai media ekspresi diri yang berpengaruh terhadap kepuasan hidup mereka. Dengan pendekatan komunikasi massa dan teori psikologi, penelitian ini bertujuan untuk mengurai motivasi dan alasan di balik penggunaan *second account* oleh Generasi Z. Sementara *second account* memberikan kebebasan untuk mengekspresikan diri tanpa batasan yang ditemukan pada akun utama, penelitian ini juga mengakui adanya pandangan bahwa penggunaan *second account* dapat menciptakan ketidaksesuaian antara citra yang ditampilkan di dalamnya dan realitas sebenarnya. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi potensi dampak negatif, termasuk perilaku tidak etis dan penyebaran konten palsu, yang mungkin muncul akibat penggunaan *second account* di platform ini. Dengan memahami motif dan implikasi psikologis dari penggunaan *second account*, penelitian ini berupaya memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai perilaku Generasi Z dalam dunia digital. Diharapkan, hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi berharga untuk mengembangkan strategi yang dapat memaksimalkan manfaat positif dan mengurangi dampak negatif dari penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z, serta meningkatkan pemahaman kita tentang ekspresi diri dalam era digital saat ini. Penelitian terdahulu: dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan penulis melakukan penelitian: 1). Penelitian pertama berjudul "Motif Penggunaan *Second account* Instagram di Kalangan Generasi Z" yang dilakukan oleh Nur Saputrian memiliki fokus pada studi kasus mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Tujuannya adalah untuk memahami motif di balik penggunaan akun kedua Instagram. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif dan menerapkan Teori Dramaturgi dari Erving Goffman.

Teori ini menggambarkan interaksi sebagai pertunjukan drama dengan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*backstage*). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penggunaan akun kedua bermotifkan berbagi hal-hal yang disukai untuk mendapatkan kepuasan pribadi, sebagai wadah bebas ekspresi diri untuk memenuhi kebutuhan batin, mengungkapkan identitas pribadi kepada orang terdekat, memperkuat komunikasi dengan mereka, serta menjadi sumber hiburan. Dalam penelitian ini, informan menggunakan akun kedua sebagai panggung belakang yang bebas digunakan untuk berbagai aktivitas, sementara akun utama difokuskan sebagai panggung depan yang menampilkan citra dan formalitas kepada publik. Data diperoleh dari wawancara dan observasi terhadap informan, serta pemantauan langsung pola perilaku mereka di akun kedua. Studi ini melibatkan 6 informan sesuai dengan kerangka penelitian yang ditetapkan. 2). Penelitian kedua berjudul "Dramaturgi dalam Media Sosial: *Second account* di Instagram sebagai Alter Ego" yang disusun oleh Retasari Dewi dan Preciosa Alnashava Janitra, disorot bagaimana media sosial, terutama Instagram, telah berperan sebagai refleksi dan wujud eksistensi bagi mahasiswa. Pengenalan fitur baru Instagram, yaitu multiple account, memungkinkan pengguna memiliki beberapa akun dalam satu aplikasi, dan hal ini dimanfaatkan oleh beberapa mahasiswa untuk memiliki akun kedua yang berbeda dari identitas asli mereka. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan *Cyber Ethnography* dan Teori Dramaturgi. Informan dari mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran dipilih sesuai karakteristik tertentu. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa akun kedua ini berfungsi sebagai wadah bagi mereka untuk memiliki buku harian pribadi, mengomentari selebritis secara anonim, mengekspresikan sisi diri yang berbeda, serta tujuan bisnis. Akun kedua ini dianggap sebagai panggung belakang atau identitas alternatif, sementara akun pertama lebih berfokus pada representasi dan citra diri dengan menggunakan nama asli dan konten yang lebih dipertimbangkan. 3). penelitian ketiga berjudul "Pengaruh Motif Penggunaan *Second account* Instagram terhadap Kepuasan Hidup" yang dilakukan oleh Safina Rahma dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta, tujuannya adalah untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang memengaruhi kepuasan hidup melalui motif penggunaan *second account* Instagram. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional, menganalisis dampak masing-masing aspek dari penggunaan akun kedua Instagram terhadap kepuasan hidup. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2016-2018 yang memiliki akun utama dan *second account* Instagram menjadi populasi penelitian ini. Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari motif penggunaan *second account* Instagram terhadap kepuasan hidup, dengan persentase yang rendah yakni 0,2%. Namun, analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa empat aspek yaitu pengetahuan tentang orang lain, keren, interaksi sosial, dan hiburan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan hidup. Di sisi lain, aspek dokumentasi, eksperimen dengan media baru, serta hobi memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan hidup. Sedangkan aspek kreativitas ekspresi diri visual dan penyampaian opini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan hidup. 4). Penelitian keempat yang berjudul "*Self Disclosure* Generasi Milenial melalui *Second account* Instagram" yang ditulis oleh Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, dan Noviawan Rasyid Ohorella, generasi milenial yang akrab dengan teknologi, terutama media sosial seperti Instagram, menjadi fokus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap keterbukaan diri atau *self disclosure* generasi milenial melalui *second account* Instagram, di mana kebebasan berekspresi dan penghapusan rasa insecure menjadi perhatian utama. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi

terhadap informan usia 20 hingga 24 tahun. Teori *self disclosure* dari Joseph Luft dan Harry Ingham, serta paradigma konstruktivisme sosial digunakan sebagai landasan teoretis. Hasil penelitian menunjukkan variasi tingkat keterbukaan diri generasi milenial di *second account* Instagram, yang memungkinkan mereka berekspresi bebas dan menghilangkan rasa *insecure*. *Second account* memberikan kesempatan untuk tampil lebih percaya diri di akun utama dan berkomunikasi lebih intim dengan orang-orang terdekat. Temuan penelitian ini memberikan rekomendasi kepada generasi milenial untuk selalu memiliki keyakinan diri dan menjadi diri sendiri dalam setiap aspek kehidupan mereka.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif sebagai metodenya. Pendekatan kualitatif adalah suatu cara dalam melakukan penelitian dan pemahaman terhadap fenomena sosial dan masalah manusia dengan menggunakan metodologi yang sesuai. Pada pendekatan ini, penelitian memberikan gambaran yang kompleks dengan meneliti kata-kata, laporan rinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1988:15). Penelitian ini disusun berdasarkan evaluasi pandangan data dan analisis informasi yang diperoleh oleh peneliti di lapangan, lalu diuraikan secara terperinci dalam laporan riset. Sementara itu, pengumpulan data dilakukan melalui media online seperti zoom meeting dan platform percakapan media sosial seperti whatsapp. Lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian dilakukan secara daring menggunakan panggilan video melalui telepon, zoom meeting, atau google meet, juga melalui komunikasi berulang menggunakan pesan chat di whatsapp. Rentang waktu penelitian dilaksanakan antara bulan April hingga Mei 2023. Peneliti menggunakan metode purposive sampling, subjek dari penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria termasuk sebagai anggota Generasi Z dengan kelahiran 1995 hingga 2010 dan memiliki *second account* atau *second account* dalam media sosial instagram. Peneliti dalam hal ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Fokus dalam penelitian ini terbagi dalam 3 fokus yakni :

1. Bagaimana kebutuhan eksistensi dapat terpenuhi melalui penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z?
2. Bagaimana Generasi Z menggunakan *second account* di Instagram untuk membangun hubungan sosial dan memenuhi kebutuhan relasi mereka?
3. Bagaimana penggunaan *second account* di Instagram dapat membantu Generasi Z dalam pengembangan diri?

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu sumber data primer yang merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung untuk tujuan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber dan dokumentasi foto saat wawancara berlangsung. Sementara itu, data sekunder adalah informasi yang berasal dari catatan yang ada di perusahaan serta sumber lainnya (Danang, 2013:21). Dalam rangka penelitian ini, data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal dan kutipan-kutipan buku yang membahas tentang bagaimana Generasi Z mengekspresikan diri melalui *second account* (*second account*). Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik observasi serta wawancara mendalam (in-depth interview). Adapun analisis data dilakukan dengan menerapkan teknik analisis data Miles dan Hubberman seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2009), yang meliputi tahap-tahap: 1) Pengumpulan Data, 2) Reduksi Data, 3) Penyajian Data, dan 4) Penarikan Kesimpulan. Dalam hal validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi dengan memanfaatkan sumber-sumber yang berbeda untuk mengumpulkan data tentang fenomena yang sedang diteliti. Keanekaragaman data ini memberikan beragam sudut pandang tentang fenomena tersebut, yang membantu peneliti untuk memahami masalah tersebut dengan lebih komprehensif. Ragam sudut pandang yang berbeda ini berpotensi

menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai apa yang terjadi di lapangan. Hasil akhir dari penelitian ini juga dikonfirmasi kembali kepada narasumber sebagai upaya untuk memastikan bahwa pandangan peneliti dan narasumber sejalan, sehingga perbedaan pemahaman dapat dihindari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan tujuh informan dari Generasi Z yang secara aktif menggunakan media sosial Instagram, terutama dengan memiliki *second account* yang memenuhi syarat yang telah ditetapkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merespons pertanyaan mengenai “Bagaimana motif Generasi Z dalam berekspresi diri melalui *second account* di Instagram? Pertama, Kebutuhan eksistensi dapat terpenuhi melalui penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z. Kepuasan akan eksistensi dapat diperoleh melalui penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z. Teori ERG Clayton Alderfer menjelaskan bahwa eksistensi mencakup kebutuhan dasar seperti fisiologis dan rasa aman. Dalam penggunaan *second account*, informan merasa aman dan memiliki identitas. Untuk memahami bagaimana keberadaan informan terpenuhi, penting untuk mengetahui tujuan dibuatnya *second account*, jenis konten yang dibagikan, dan pendorong penggunaan akun tersebut. Ini krusial dalam komunikasi massa, di mana *second account* menjadi subjek yang memenuhi eksistensi Generasi Z. *Second account* di Instagram memenuhi eksistensi mereka dengan beragam cara. Di akun ini, mereka bisa berekspresi bebas tanpa perhatian orang lain. Konten lebih pribadi dan hanya bagi teman dekat. *Second account* juga sebagai "belakang panggung" kehidupan pengguna, menampilkan proses dan memberi wawasan lebih dalam tentang rutinitas. Sementara akun utama fokus pada prestasi dan branding pribadi. Selain itu, *second account* juga tempat aman untuk merekam momen melalui foto dan video tanpa makna khusus, lebih pribadi. Ini memungkinkan pengguna menunjukkan sisi spontan dan otentik. *Second account* adalah jurnal digital, memungkinkan berbagi aspek kehidupan dengan teman dekat. Secara keseluruhan, penggunaan *second account* di Instagram memenuhi eksistensi Generasi Z. Ini memungkinkan ekspresi bebas, mempererat hubungan dengan teman dekat, merekam momen, dan menciptakan jurnal pribadi. Dalam teori ERG Clayton Alderfer, pemenuhan eksistensi melibatkan pengakuan diri, interaksi sosial, dan pemberian makna pada kehidupan. Penggunaan *second account* adalah upaya Generasi Z dalam menemukan ruang eksistensi yang aman dan memberi saluran ekspresi yang diperlukan.

Kedua, Generasi Z menggunakan *second account* di Instagram untuk membangun hubungan sosial dan memenuhi kebutuhan relasi mereka. Penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z mengatasi kebutuhan eksistensi melalui interaksi sosial yang terbangun dan memenuhi relasi. Teori ERG oleh Clayton Alderfer menjelaskan bahwa kebutuhan relasi melibatkan hasrat untuk berinteraksi dengan individu lain. Dalam konteks *second account*, informan menggunakan akun ini sebagai wadah untuk membangun hubungan yang dekat, seimbang, dan berkualitas dengan individu yang mereka percayai. *Second account* di Instagram menjaga privasi dengan ketat, dimana informan menggunakan nama samaran dan mengamankan akun agar tidak dapat diakses secara sembarangan. Hanya individu yang telah diberi kepercayaan yang diizinkan untuk melihat *second account*. Hal ini menciptakan dasar untuk hubungan yang dipenuhi oleh rasa kepercayaan melalui *second account*. Hubungan yang terbentuk di *second account* cenderung memiliki interaksi yang erat, seimbang, dan komunikasi yang baik. Individu yang terlibat dalam hubungan tersebut saling memahami dan memberikan perhatian satu sama lain. Keterbukaan dan rasa kepercayaan yang dibangun melalui *second account* memenuhi kebutuhan relasi Generasi Z yang berfokus pada kedekatan. Dalam konteks

psikologi komunikasi dan komunikasi massa, penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z memenuhi kebutuhan hubungan dan membangun interaksi sosial yang bermakna. *Second account* menjadi wadah untuk membangun dan memperkuat hubungan sosial, sambil menyediakan rasa kepercayaan dan ikatan antara pengguna. Ini sesuai dengan konsep kebutuhan relasi dalam psikologi komunikasi dan teori ERG Clayton Alderfer yang menekankan pentingnya relasi dalam memenuhi kebutuhan eksistensi manusia.

Ketiga, Penggunaan *second account* di Instagram dapat membantu Generasi Z dalam pengembangan diri. Penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z dapat memenuhi kebutuhan eksistensi melalui pengembangan diri. Teori ERG Clayton Alderfer menjelaskan bahwa kebutuhan pertumbuhan mencakup dorongan untuk berpengaruh secara kreatif dan produktif pada diri sendiri atau lingkungan. Melalui *second account*, informan merasakan pengembangan diri terkait kebiasaan, profesi, dan minat mereka. Dukungan teman-teman di *second account* juga meningkatkan rasa percaya diri. *Second account* memberi peluang pada informan untuk tumbuh. Interaksi dengan teman dekat di akun ini membantu mereka mengenali kekurangan dengan dampak positif. Ini juga menjadi tempat pengembangan mental, keahlian, dan keterampilan. Interaksi tanpa niat jahat mendorong motivasi pertumbuhan, termasuk kritik membangun dan masukan positif. Selain itu, *second account* memungkinkan introspeksi diri, perbaikan, dan tindakan bijak. Informan menggunakan akun ini untuk refleksi mendalam, yang berujung pada tindakan yang lebih cerdas. Penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z menjawab kebutuhan pertumbuhan dan menyediakan ruang untuk pengembangan diri yang positif.

KESIMPULAN

Generasi Z menggunakan *second account* di Instagram untuk memenuhi kebutuhan eksistensi mereka dengan keberadaan, kebebasan ekspresi, dan mempererat hubungan sosial. *Second account* menjadi ruang yang aman dan pribadi untuk mengabadikan momen dan mengekspresikan diri secara spontan.

Penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z memenuhi kebutuhan eksistensi melalui hubungan sosial yang erat, rasa kepercayaan, dan komunikasi yang baik. *Second account* memberikan ruang privasi yang tinggi dan memungkinkan terbentuknya interaksi sosial yang memenuhi kebutuhan hubungan.

Penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z memenuhi kebutuhan eksistensi dan pengembangan diri. Melalui *second account*, informan dapat mengembangkan diri, mengenali kekurangan, dan memperoleh dukungan dari teman-teman. *Second account* menjadi ruang untuk pertumbuhan mental, pengembangan keahlian, dan introspeksi diri. Penggunaan *second account* memberikan kesempatan untuk berkembang secara positif.

SARAN

Penulis ini menyarankan agar Generasi Z menggunakan *second account* dengan bijaksana, menjaga privasi dan menghindari konten yang merugikan. juga dapat memanfaatkan *second account* sebagai ruang eksplorasi diri, mengembangkan kepribadian yang lebih kaya, dan membangun hubungan yang intim dengan teman-teman terdekat melalui interaksi aktif. Selain itu, penting untuk menghormati privasi dan batasan teman-teman dalam *second account*. Dengan menerapkan saran-saran ini, Generasi Z dapat memanfaatkan *second account* di Instagram secara positif untuk memenuhi kebutuhan eksistensi mereka.

Penggunaan *second account* di Instagram oleh Generasi Z dapat ditingkatkan dengan memilih teman dengan selektif, berinteraksi secara aktif dan responsif, menjaga

privasi akun, membuka diri terhadap perspektif lain, dan mempertimbangkan dampak konten yang dibagikan. Dapat membangun hubungan sosial yang bermakna dan menciptakan lingkungan positif.

Penggunaan *second account* di Instagram memberikan manfaat signifikan bagi Generasi Z dalam pengembangan diri. Melalui *second account*, mereka dapat membangun rasa percaya diri, mengasah keterampilan, dan memperluas wawasan. Disarankan bagi Generasi Z untuk memanfaatkan *second account* dengan maksimal, menjalin interaksi yang bermakna, menjadi sumber inspirasi, dan mengembangkan keterampilan serta hobi mereka. Dengan demikian, *second account* di Instagram dapat menjadi alat yang efektif untuk pertumbuhan pribadi dan eksplorasi diri Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhipradana, J. (2013). Motivasi Penggunaan Media Sosial Twitter Di Kalangan. 18-20.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook: Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi, Cet. Xii*. Jakarta: Pt. Rajagrafindo.
- Denzin, N. K. (2011). *The Sage Handbook Of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dewi, R., & Janitra, A. P. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: *Second Account* Di Instagram Sebagai Alter Ego.
- Ghufro, N., & Risnawita, R. (2012). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Kriyanto, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Moleong, L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: 2014.
- Mulyana, D. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. Xiv*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosoteknologi*. Bandung: Rosdakarya.
- Novia, J. (2022). Konsep Diri Pengguna *Second Account* Instagram Pada Mahasiswa Fisip Unpas Bandung.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis.
- Prihantoro, E., Ohorella, N. R., & Damintana, K. P. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial Melalui *Second Account* Instagram.
- Prihartanta, W. (2015). Teori-Teori Motivasi. *Jurnal Adabiya, Vol. 1 No. 83*, 8-9.
- Putri, K. Y. (2017). *Teori Komunikasi*. Graha Pena Jakarta Selatan, Lt.1: Nerbitinbuku.Com (Kelompok Rakyat Merdeka Books).
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Pt. Grasindo.
- Ruslan, R. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Saputrian, N. (2022). Motid Penggunaan *Second Account* Instagram Di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau).
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supratman, L. P., & Mahadian, A. B. (2017). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication : Social Interaction And The Internet*. New Delhi: Sage Publications Ltd.