

FENOMENA PENGHINDARAN CONTEXT COLLAPSE STUDI FENOMENOLOGI: PENGELOLAAN MULTI AKUN INSTAGRAM OLEH GENERASI Z

Rani Trisna Adyani, Andi Pajolloi Bate

Universitas Mercu Buana

ranitrisna22@gmail.com

Abstrak

Instagram menjadi ruang utama bagi Generasi Z dalam membangun interaksi sosial, mengekspresikan diri, serta membentuk identitas digital. Namun, keberadaan audiens yang beragam dalam satu akun sering memunculkan ketegangan sosial yang dikenal sebagai context collapse. Kondisi ini mendorong sebagian pengguna untuk mengelola lebih dari satu akun sebagai strategi komunikasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk memahami motif dan pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan multi akun Instagram sebagai upaya menghindari context collapse dan mengelola identitas digital. Penelitian ini didukung oleh teori fenomenologi Alfred Schutz, khususnya konsep because motive dan in-order-to motive, konsep intersubektivitas, serta teori context collapse sebagai kerangka untuk memahami relasi antara individu, audiens, dan media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Subjek penelitian terdiri dari lima informan Generasi Z yang aktif menggunakan lebih dari satu akun Instagram. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan multi akun berakar pada pengalaman ketidaknyamanan di akun utama, seperti pengawasan keluarga, kekhawatiran disalahpahami, tekanan representasi diri, serta bercampurnya audiens dengan latar sosial yang berbeda. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya mengenai pengelolaan identitas digital dan memperkuat relevansi teori context collapse dalam konteks media sosial visual seperti Instagram. Multi akun berfungsi sebagai strategi segmentasi audiens, kontrol privasi, dan penciptaan ruang digital yang lebih aman. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan multi akun bukan sekadar praktik teknis, melainkan strategi komunikasi yang digunakan Generasi Z untuk menjaga kenyamanan, privasi, dan konsistensi identitas diri dalam penggunaan media sosial.

Kata Kunci: Context Collapse, Multi Akun, Generasi Z, Instagram, Fenomenologi Alfred Schutz

Abstract

Instagram has become a primary space for Generation Z to build social interactions, express themselves, and construct digital identities. However, the presence of diverse audiences within a single account often generates social tension known as context collapse. This condition encourages some

Received: 27 Februari 2026

Revision: 03 Maret 2026

Acceptance : 04 Maret 2026

Published online : 04 Maret 2026

users to manage multiple accounts as a digital communication strategy. This study aims to understand the motives and subjective experiences of Generation Z in using multiple Instagram accounts as an effort to avoid context collapse and manage digital identity. The study is grounded in Alfred Schutz's phenomenological theory, particularly the concepts of because motives and in-order-to motives, the concept of intersubjectivity, and context collapse theory as a framework for understanding the relationship between individuals, audiences, and media. This research employs a qualitative approach using a phenomenological method. The research subjects consist of five Generation Z informants who actively use more than one Instagram account. Data were collected through in-depth interviews. The findings show that the use of multiple accounts is rooted in experiences of discomfort on main accounts, such as family surveillance, fear of being misunderstood, representational pressure, and the convergence of audiences from different social backgrounds. These findings are consistent with previous studies on digital identity management and reinforce the relevance of context collapse theory in the context of visually oriented social media platforms such as Instagram. Multiple accounts function as strategies for audience segmentation, privacy control, and the creation of safer digital spaces. This study indicates that multi-account management is not merely a technical practice, but a communication strategy used by Generation Z to maintain comfort, privacy, and consistency of self-identity in social media use.

Keywords: Context Collapse, Multi Akun, Generasi Z, Instagram, Fenomenologi Alfred Schutz

PENDAHULUAN

Media sosial Instagram menjadi ruang sosial digital yang penting bagi Generasi Z dalam membangun interaksi sosial, mengekspresikan diri, serta membentuk identitas digital. Penggunaan Instagram yang tinggi menjadikan platform ini tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang representasi diri yang melibatkan berbagai kelompok audiens secara bersamaan. Dalam praktiknya, satu akun Instagram sering diakses oleh keluarga, teman dekat, rekan kerja, hingga publik luas, sehingga menciptakan situasi komunikasi yang kompleks dan berpotensi menimbulkan ketegangan sosial.

Kondisi tersebut dikenal sebagai context collapse, yaitu fenomena runtuhnya batas-batas konteks sosial akibat bercampurnya audiens dengan latar belakang dan ekspektasi yang berbeda dalam satu ruang digital. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa context collapse dapat menyebabkan pengguna merasa tidak nyaman, takut disalahpahami, serta terdorong untuk membatasi atau menyaring ekspresi diri. Tekanan ini semakin dirasakan pada platform berbasis visual seperti Instagram, di mana konten yang dibagikan bersifat permanen, mudah diakses, dan rentan terhadap penilaian sosial.

Fenomena ini secara nyata dialami oleh Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh dan berinteraksi secara intens di media sosial. Sebagai generasi yang menjadikan media digital sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, Generasi Z memiliki kebutuhan tinggi terhadap kebebasan berekspresi sekaligus kontrol atas privasi dan audiens. Dalam kondisi context collapse, kebutuhan tersebut sering kali

tidak terpenuhi ketika seluruh relasi sosial berada dalam satu akun utama, sehingga memunculkan ketegangan antara keinginan untuk tampil autentik dan tuntutan untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial yang beragam.

Sebagai respons terhadap fenomena tersebut, sebagian Generasi Z memilih untuk mengelola lebih dari satu akun Instagram. Pengelolaan multi akun memungkinkan pengguna untuk memisahkan audiens, mengatur tingkat keterbukaan, serta menciptakan ruang digital yang dirasa lebih aman dan sesuai dengan kebutuhan ekspresi diri. Dalam penelitian ini, akun Instagram tidak dipahami semata-mata sebagai tindakan teknis, melainkan sebagai ruang sosial yang dikonstruksi secara sadar oleh individu berdasarkan pengalaman dan tujuan tertentu.

Pemahaman tentang makna subjektif yang mendasari tindakan sosial sangat penting, menurut teori fenomenologi Alfred Schutz. Konsep *because of motive* digunakan untuk menjelaskan pengalaman masa lalu yang mendorong tindakan pengelolaan multi akun, sementara *in-order-to motive* digunakan untuk memahami tujuan yang ingin dicapai melalui praktik tersebut. Selain itu, teori *context collapse* digunakan untuk memahami tekanan struktural media sosial terhadap praktik komunikasi pengguna, sedangkan konsep intersubjektivitas membantu menjelaskan bagaimana makna pengelolaan akun dibentuk melalui relasi sosial.

Meskipun praktik pengelolaan multi akun semakin umum dilakukan, kajian ilmiah yang menggali pengalaman subjektif dan motif Generasi Z dalam mengelola multi akun masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menekankan aspek teknis atau pola penggunaan media sosial, tanpa menggali makna tindakan dari sudut pandang pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana Generasi Z memaknai pengelolaan multi akun Instagram sebagai strategi komunikasi dalam menghindari *context collapse*. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian komunikasi digital, khususnya dalam memahami relasi antara media sosial, pengelolaan identitas, dan pengalaman komunikasi di ruang digital.

KAJIAN TEORI

Context Collapse. Penelitian ini menggunakan teori *context collapse* sebagai landasan utama dalam memahami dinamika komunikasi di media sosial Instagram. Marwick dan Boyd dalam SARMIENTO, (2024). Dalam definisi yang paling sederhana, *context collapse* mengacu pada perataan audiens ke dalam satu konteks tunggal (*single context*) di ruang digital. *Context collapse* merujuk pada kondisi bercampurnya berbagai kelompok audiens dengan latar sosial dan ekspektasi yang berbeda dalam satu ruang komunikasi digital, sehingga individu mengalami kesulitan dalam menyesuaikan ekspresi diri. Dalam kajian komunikasi digital, fenomena ini berkaitan langsung dengan proses penyampaian pesan, pengelolaan audiens, dan representasi diri di media sosial, khususnya pada platform visual seperti Instagram. Menurut SARMIENTO, (2024), mereka mengembangkan kerangka kerja *context collapse* yang terdiri dari empat dimensi utama:

1. *Flattening of audiences* (Pemerataan audiens): berbeda dengan pengalaman luring, audiens daring jauh lebih luas dan beragam, dan lingkaran sosial sering kali digabung menjadi satu.
2. *Distortion of time* (Distorsi waktu): waktu tidak lagi memiliki sifat linier atau berurutan di media sosial, masa lalu tidak tetap di masa lalu, masa kini tidak tetap di masa kini.

3. Instability of meaning (Ketidakstabilan makna): konten dapat beredar secara tidak terduga, dengan poster memiliki berbagai tingkat kesadaran tentang bagaimana hal ini terjadi. Makna konten dapat terus-menerus dicampur dan ditafsirkan ulang.
4. Conflicting purpose (Tujuan platform yang saling bertentangan): platform media sosial menyatukan berbagai tujuan penggunaannya, dengan satu contoh yang dikutip oleh peserta remaja adalah penggunaan platform untuk keperluan pribadi vs komersial.

Fenomenologi Alfred Schutz. Untuk memahami tindakan komunikasi pengguna dalam menghadapi context collapse, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Menurut Alfred Schutz dalam (Budiarko, 2021), Proses memperoleh makna dimulai dari persepsi, suatu pengalaman berkelanjutan yang menghubungkan dengan pengalaman masa lalu dan interaksi dengan orang lain. Fenomenologi memandang tindakan sosial sebagai hasil dari makna subjektif yang dibangun oleh individu. Konsep because motive digunakan untuk menjelaskan pengalaman masa lalu yang melatarbelakangi praktik pengelolaan multi akun, sedangkan in-order-to motive digunakan untuk memahami tujuan komunikasi yang ingin dicapai melalui praktik tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami pengelolaan multi akun sebagai tindakan komunikasi yang bermakna, bukan sekadar praktik teknis.

Intersubjektivitas. Konsep intersubjektivitas digunakan untuk menjelaskan bahwa makna penggunaan multi akun terbentuk melalui interaksi sosial dengan audiens, termasuk respons, penilaian, dan relasi sosial yang terbangun di Instagram. Schutz dalam Nurhadi, (2015) menjelaskan bahwa realitas sosial tidak hanya dibentuk dari pengalaman individu, tetapi juga bagaimana pengalaman itu dimaknai dalam interaksi dengan orang lain.

Media Baru. Selain itu, McQuail dalam Luik (2020) juga membagi menjadi beberapa bagian karakteristik media baru sudut pandang penggunaannya, karakteristik media baru yang menekankan keterhubungan, interaktivitas, dan fleksibilitas identitas mendukung munculnya praktik pemisahan akun sebagai strategi komunikasi digital. Meskipun praktik multi akun telah banyak dibahas dalam kajian identitas digital, penelitian sebelumnya masih terbatas dalam mengkaji pengalaman subjektif pengguna dari perspektif fenomenologi.

Berdasarkan kajian teori tersebut, penelitian ini berangkat dari asumsi sementara bahwa pengelolaan multi akun Instagram oleh Generasi Z merupakan strategi komunikasi yang digunakan untuk mengelola audiens dan menghindari context collapse. Asumsi ini menjadi dasar analisis untuk memahami bagaimana pengalaman subjektif, relasi sosial, dan struktur media sosial saling berkaitan dalam praktik komunikasi digital Generasi Z.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi Alfred Schutz dalam paradigma konstruktivisme. Subjek penelitian terdiri dari lima informan Generasi Z dengan usia 21-24 tahun yang aktif menggunakan lebih dari satu akun Instagram. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan kriteria usia Generasi Z dan pengalaman langsung dalam pengelolaan multi akun.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur untuk menggali pengalaman, motif, serta makna subjektif informan. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan temuan antar-informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap lima informan Generasi Z, informan tersebut adalah Nazwa Aurelia Salsabilah, Dini Trinity Kusumaningtya, Aris Afriza, Raniya dan Aditya Imam Ardianto. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan multi akun Instagram tidak muncul secara spontan, melainkan berakar pada pengalaman sosial yang dialami informan di akun utama. Seluruh informan mengalami bentuk ketidaknyamanan yang relatif serupa, meskipun memiliki latar belakang sosial dan kebutuhan yang berbeda. Ketidaknyamanan tersebut berkaitan dengan pengawasan keluarga, kekhawatiran disalahpahami oleh audiens, tekanan representasi diri, serta bercampurnya audiens dengan latar sosial yang berbeda dalam satu akun.

Fenomena multi akun ini berawal dari berbagai faktor sosial dan teknis. Informan Nazwa, misalnya, mengakui bahwa ia mulai membuat second account karena pengaruh lingkungan sosial atau merasa "fomo" (Fear of Missing Out). Ia menyatakan: *"Awalnya... cuma tahu satu akun saja, tapi semenjak di Jakarta teman-teman... semua punya second account jadi aku ikutan... fomo sih aku dulu"*. Sementara itu, bagi informan Dini, keputusan memiliki akun tambahan muncul dari pengalaman tidak menyenangkan di akun utama terkait penilaian audiens: *"Awalnya pakai sosmed buat upload foto aja... sekarang kayak gabisa gitu... karena aku pernah dikomentari seperti cara aku pakai jilbab"*.

Dapat diperhatikan pada pengelolaan multi akun oleh informan didorong oleh motif masa lalu (because-of-motive) yang menciptakan ketidaknyamanan sosial. Raniya menceritakan pengalaman buruknya saat unggahan bersama pasangan diketahui oleh keluarga melalui pihak lain atau "dicepuin", yang membuatnya merasa satu akun tidak cukup untuk menjaga privasi. Tekanan serupa dirasakan oleh Aris, seorang selebgram yang harus menjaga citra profesional dan kepercayaan brand: *"Kalau di akun utama... itu lebih ke branding... aku gak bisa posting sembarangan... ada manajer juga yang pantau"*.

Pengelolaan multi akun ini menunjukkan adanya proses intersubjektivitas dalam relasi sosial digital. Informan dan audiens pada masing-masing akun memiliki pemahaman bersama mengenai fungsi akun, jenis konten yang dibagikan, serta batasan komunikasi yang berlaku. Kesepahaman ini membuat interaksi di akun kedua berlangsung lebih nyaman karena audiens dianggap memiliki latar pemaknaan yang serupa. Dengan demikian, akun kedua menjadi ruang di mana informan merasa dipahami tanpa harus menyesuaikan diri dengan norma audiens yang lebih luas.

Dalam kerangka fenomenologi Alfred Schutz, pengalaman ketidaknyamanan di akun utama dapat dipahami sebagai because motives, yaitu motif yang bersumber dari pengalaman masa lalu dalam interaksi sosial. Pengalaman tersebut kemudian mengarahkan informan pada in-order-to motives, yakni tujuan untuk menciptakan ruang digital yang lebih aman, menjaga privasi, mengatur audiens secara selektif, serta memisahkan persona publik dan personal.

Secara sadar, para informan menggunakan multi akun untuk mencapai motif tujuan (in-order-to-motive) tertentu. Aditya menjelaskan strategi pemisahan akunnya sebagai upaya memisahkan antara "hasil" dan "proses". Ia menempatkan hasil sukses di akun utama untuk memenuhi ekspektasi keluarga,

sementara pergaulan santai diunggah di akun kedua: *"Kalau di akun utama... aku posting hasilnya aja, yang baik-baik... di akun kedua lebih bebas posting apapun tanpa ekspektasi apapun"*. Senada dengan hal itu, Aris menggunakan akun ketiganya sebagai ruang autentik untuk menjadi diri sendiri tanpa beban branding: *"Di second account itu aku bisa jadi diri aku sendiri... mau posting meme atau video karaoke dangdut juga bebas"*. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan multi akun adalah upaya sadar untuk menciptakan ruang yang aman bagi ekspresi diri yang berbeda.

Pengalaman-pengalaman tersebut membentuk kesadaran informan akan adanya perbedaan konteks sosial di dalam ruang digital. Informan menyadari bahwa satu akun Instagram tidak mampu mewadahi seluruh sisi diri mereka karena setiap audiens memiliki ekspektasi dan cara pemaknaan yang berbeda. Kondisi ini mendorong informan untuk membangun akun tambahan sebagai ruang alternatif yang dirasa lebih aman dan terkendali. Dalam praktiknya, akun utama dimaknai sebagai ruang publik yang berisi audiens beragam, seperti keluarga, teman, dan lingkungan sosial lainnya. Pada akun ini, informan cenderung membatasi ekspresi diri dan lebih berhati-hati dalam mengunggah konten karena adanya risiko penilaian dan kesalahpahaman. Sebaliknya, akun kedua atau akun privat dimaknai sebagai ruang dengan audiens yang lebih terbatas dan selektif, di mana informan merasa lebih bebas dalam mengekspresikan diri.

Sebagai bagian dari audiens yang berada dalam ruang publik akun utama, keluarga justru muncul sebagai kelompok yang paling berpengaruh dalam mendorong informan membangun akun tambahan. Meskipun secara relasional keluarga sering dipahami sebagai pihak terdekat, dalam konteks media sosial mereka dipersepsikan sebagai audiens yang memiliki potensi risiko paling tinggi terhadap kebebasan ekspresi informan. Persepsi ini menjadikan keluarga dimaknai sebagai bentuk "Pengawas Moral" terhadap kontrol diri di ruang digital. Kondisi tersebut tercermin pada pengalaman Nazwa yang secara sadar membatasi akses keluarga terhadap akun media sosialnya karena merasa tidak nyaman apabila aktivitas personalnya diketahui oleh anggota keluarga. Hal serupa juga dialami oleh Aditya, yang memandang keluarga sebagai audiens paling sensitif sehingga ia memilih untuk membatasi akses keluarga terhadap konten-konten yang bersifat privat dan personal.

Pembahasan. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan multi akun oleh Generasi Z berkaitan erat dengan upaya menghindari context collapse, yaitu situasi ketika berbagai konteks sosial yang seharusnya terpisah justru bertemu dalam satu ruang digital. Dalam kondisi ini, individu mengalami kesulitan mengatur cara menampilkan diri karena audiens yang hadir beragam, memiliki nilai dan harapan yang berbeda, serta menafsirkan konten dengan cara yang tidak selalu dapat dikendalikan. Sarmiento (2024) menjelaskan context collapse melalui empat dimensi, yakni flattening of audiences, distortion of time, instability of meaning, dan conflicting purpose of platforms. Keempat dimensi ini relevan untuk membaca temuan lapangan, karena seluruh informan menunjukkan pengalaman dan strategi pengelolaan akun yang berangkat dari persoalan audiens, jejak digital, ketidakstabilan tafsir, serta benturan tujuan penggunaan platform.

Flattening of audiences (Pemerataan audiens). Seluruh informan mengalami ketidaknyamanan akibat bergabungnya audiens yang berbeda dalam satu akun seperti keluarga, teman dekat, teman kampus, tempat rumah, pasangan, bahkan orang asing. Seperti hal yang dialami oleh informan Nazwa, ia

menyembunyikan story Instagram dari keluarganya agar tidak mendapat pertanyaan dan Aditya menolak memasukkan keluarga ke akun kedua karena tidak ingin diawasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa campuran audiens menciptakan tekanan moral dan kontrol sosial, sehingga mendorong informan membentuk ruang sosial baru melalui akun kedua.

Distortion of time (Distorsi waktu). Beberapa informan memiliki kekhawatiran terhadap jejak digital, mereka menyebut bahwa postingan lama dapat muncul kembali dan memengaruhi citra mereka saat ini. Oleh karena itu mereka melakukan menghapus unggahan tertentu, mengarsipkan konten, memindahkan ekspresi spontan ke akun kedua agar tidak terekam permanen. Hal ini konsisten dengan dimensi distorsi waktu, di mana masa lalu tidak pernah benar-benar hilang dalam media sosial.

Instability of meaning (Ketidakstabilan makna): Konten dapat beredar secara tidak terduga, dengan poster memiliki berbagai tingkat kesadaran tentang bagaimana hal ini terjadi. Makna konten dapat terus-menerus dicampur dan ditafsirkan ulang. Beberapa informan merasa ketakutan konten dapat disalah artikan. Informan Raniya dan Aris menunjukkan khawatir bahwa unggahan mereka dianggap berlebihan, dinilai “cringe” dan ditafsirkan berbeda dari maksud sebenarnya. Kondisi ini mencerminkan ketidakstabilan makna di ranah digital. Akun kedua menjadi wadah untuk mengurangi risiko misinterpretasi karena audiensnya lebih homogen dan memahami konteks informan.

Conflicting purpose of platforms (Tujuan platform yang saling bertentangan). Platform media sosial menyatukan berbagai tujuan penggunaannya seperti untuk keperluan pribadi vs komersial. Seluruh informan menyatakan bahwa persona yang mereka tampilkan itu berbeda di masing-masing akun, karena tujuannya berbeda-beda. Akun utama dijadikan sebagai akun yang profesional, rapi dan aman dilihat oleh siapa saja. Akun kedua menampilkan persona yang spontan, emosional, dan autentik. Ketegangan antara tuntutan tampil ideal dan kebutuhan menjadi diri sendiri menjadikan multi akun sebagai solusi untuk mengelola identitas ganda tersebut.

Penggunaan multi akun juga berkaitan dengan cara informan mengelola relasi sosial di ruang digital. Informan tidak bertindak semata berdasarkan keinginan pribadi, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana konten akan ditafsirkan oleh orang lain. Inilah dimensi intersubjektif yang kuat dalam penelitian ini. Kesadaran ini mendorong informan untuk memisahkan akun berdasarkan kelompok sosial tertentu, seperti keluarga, teman dekat, atau rekan kerja. Keluarga, misalnya, dipahami sebagai audiens yang memiliki otoritas moral dan ekspektasi tertentu. Nazwa dan Aditya menunjukkan bahwa relasi keluarga membuat akun utama lebih formal dan terkontrol, sedangkan akun kedua menjadi ruang yang “bebas dari pengawasan”. Sebaliknya, teman dekat menjadi ruang aman karena dianggap memahami konteks dan tidak mudah menghakimi. Raniya, Dini, dan Aris menegaskan bahwa akun privat hanya diisi oleh teman dekat dan orang yang dipercaya.

Sementara itu, teman jauh dan stranger dipahami sebagai ancaman interpretatif, karena rentan salah tafsir dan memberi penilaian negatif. Aris menyeleksi konten untuk menjaga branding, sedangkan Raniya memilih bersikap “misterius” di akun utama agar orang asing tidak mengetahui terlalu banyak. Dengan cara ini, mereka dapat menyesuaikan interaksi dan konten sesuai dengan konteks sosial masing-masing kelompok.

Dalam fenomenologi Schutz, intersubjektivitas menunjukkan bahwa makna tindakan sosial selalu terkait dengan keberadaan orang lain. Dengan demikian, multi akun dapat dipahami sebagai cara informan menata relasi sosial di ruang digital agar sesuai dengan ekspektasi, kenyamanan, dan konteks sosial yang berbeda-beda.

Seluruh dinamika tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman informan dalam menggunakan multi akun sangat sejalan dengan karakteristik media baru yang dijelaskan McQuail dalam Luik (2020), yang menyatakan bahwa media baru memiliki sifat otonomi, privasi, personalisasi, interaktivitas, kehadiran sosial, media richness, dan unsur hiburan. Otonomi terlihat ketika para informan, seperti Nazwa, Dini, Aris, Raniya dan Aditya, merasa bertanggung jawab penuh dan berhak mengatur siapa saja yang dapat mengakses ruang digital mereka melalui fitur close friend, hide story, akun kedua, atau penguncian akun sebagai bentuk kontrol penuh atas konten dan audiens. Sementara itu, konsep privasi sangat kuat tercermin dalam alasan para informan memisahkan akun utama, akun kedua, akun ketiga dan akun keempat. Akun utama berperan sebagai ruang publik yang terbuka, sedangkan akun privatnya diposisikan sebagai ruang privat yang hanya diakses oleh orang-orang tertentu yang dipercaya. Personalisasi juga tampak jelas dalam penggunaan multi akun, di mana setiap informan menyesuaikan fungsi akun berdasarkan tujuan masing-masing akun. Akun utama biasanya untuk kebutuhan profesional, citra diri, atau jejaring sosial yang luas, sementara akun kedua untuk ekspresi diri yang lebih emosional, spontan, dan autentik. Interaktivitas dan kehadiran sosial media sosial juga memperkuat penggunaan multi akun sebagai strategi untuk menghindari context collapse, karena para informan dapat berinteraksi secara langsung dengan kelompok audiens yang berbeda tanpa tatap muka, namun tetap merasakan kehadiran sosial dari orang-orang yang melihat unggahan mereka. Hal ini memperkuat alasan mengapa mereka merasa perlu mengontrol interaksi tersebut, karena kehadiran sosial dari audiens yang terlalu beragam justru dapat menimbulkan tekanan.

Dalam perspektif McQuail dalam Karunia, (2021), motivasi audiens dalam menggunakan media sosial meliputi hiburan, pencarian informasi, pengembangan identitas personal, serta membina hubungan sosial. Keempat faktor ini tampak dalam temuan penelitian ini bahwa akun kedua atau akun privat digunakan sebagai sarana hiburan dan pelarian emosional dari tekanan akun utama. Informan menggunakan media sosial untuk mencari referensi gaya hidup, tren, atau informasi yang relevan, mereka memanfaatkan akun kedua atau akun privat untuk membangun identitas pribadi yang lebih jujur dan tidak terikat tuntutan pencitraan, dan mereka menggunakan akun privat ini untuk menjaga hubungan dekat dengan teman-teman yang dianggap aman secara emosional. Dengan demikian, karakteristik media baru dan motivasi penggunaan media menurut McQuail memperkuat temuan penelitian ini bahwa multi akun merupakan strategi adaptif yang secara langsung merespons sifat media sosial yang cair, interaktif, serta penuh tekanan representasional. Keberadaan multi akun ini memberikan ruang bagi pengguna untuk menjaga keseimbangan identitas, memenuhi kebutuhan sosial dan emosional, serta mempertahankan kendali atas cara mereka ingin dilihat dalam ekosistem digital yang semakin kompleks.

Praktik pengelolaan Multi akun memberikan fleksibilitas bagi informan untuk mempertahankan psikologis dan autentisitas identitas di tengah tuntutan performativitas media sosial. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa penggunaan multi akun oleh Generasi Z merupakan strategi adaptif yang lahir dari kombinasi pengalaman subjektif, tekanan sosial, struktur media digital, serta kebutuhan akan pengelolaan identitas yang stabil. Praktik multi akun menjadi wujud nyata bagaimana generasi muda menavigasi ruang

digital yang cair, luas, dan penuh tuntutan representasional, sehingga mencari ruang aman untuk menjaga kesejahteraan emosional dan kebutuhan identitas mereka.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan multi akun Instagram oleh Generasi Z merupakan bentuk adaptasi sosial terhadap dinamika komunikasi di ruang digital. Praktik ini berakar pada pengalaman ketidaknyamanan yang dialami informan di akun utama, seperti pengawasan keluarga, kekhawatiran disalahpahami oleh audiens, tekanan representasi diri, serta bercampurnya audiens dengan latar sosial yang berbeda. Pengalaman tersebut mendorong informan untuk membangun akun tambahan sebagai upaya menciptakan ruang digital yang lebih aman dan terkendali.

Pengelolaan multi akun memungkinkan informan memisahkan audiens dan menyesuaikan konteks komunikasi sesuai dengan kebutuhan relasi sosial yang dihadapi. Akun utama dimaknai sebagai ruang publik yang menuntut kehati-hatian dalam berekspresi, sementara akun kedua atau akun privat diposisikan sebagai ruang dengan audiens terbatas yang memberikan rasa aman dan kebebasan berekspresi. Praktik ini menunjukkan adanya proses intersubjektivitas, di mana informan dan audiens membangun pemahaman bersama mengenai fungsi akun, batas komunikasi, dan makna konten yang dibagikan. Fenomenologi Alfred Schutz mengungkapkan, penggunaan multi akun dipengaruhi oleh *because motives* yang bersumber dari pengalaman masa lalu, serta *in-order-to motives* yang mengarah pada tujuan menjaga privasi, mengatur audiens secara selektif, dan memisahkan persona publik dan personal. Dengan demikian, penggunaan multi akun tidak sekadar merupakan praktik teknis, melainkan strategi pengelolaan relasi sosial dan identitas digital untuk menghindari dampak *context collapse* dalam media sosial.

DAFTAR RUJUKAN

- Budiarko, A. A. (2021). *Fenomenologi Mahasiswa Sebagai Entrepreneur di kota Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Habibah, A. F. + I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*.
- Hermulya, D. M. G., & Rini Rinawati. (2023). The Penggunaan Akun Kedua di Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(2), 869–876. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i2.9253>
- Juliyah, S. R., Rohma, S., & Laksana, A. (2025). Tantangan komunikasi generasi Z dalam perkembangan digital di era teknologi 5.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 2(1), 48–59. <https://doi.org/10.62383/komunikasi.v2i1.138>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Nasir, A., Shah, K., Abdullah Sirodj, R., Win Afgani, M., & Raden Fatah Palembang, U. (n.d.). *Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif*.

- Nurlaila, C., Qurrotul Aini, Sharla Setyawati, & April Laksana. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 6, 43–51. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., & Iriyanti, H. (2018a). *Komunikasi Dan Media Sosial*. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., & Iriyanti, H. (2018b). *KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL*. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Sarmiento, K., Cotton, I., Terry, J., Ventura, L., & Jimenez, S. (2024). Why Don't We Post (Like We Used To): Multidimensional Context Collapse and Teenagers' Generative Responses to the Original Paradigm of Socialmedia. *Ethnographic Praxis in Industry Conference Proceedings*, 2024(1), 336–364. <https://doi.org/10.1111/epic.12208>
- Sriwahyuni, P., & Seprina, W. O. (2024). Manajemen Privasi Komunikasi Pada Fenomena Batasan Diri Generasi Z di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(4), 845–865. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.324>
- Wasisto Aji, P., Utari, P., Komunikasi, I., & Negeri Sebelas Maret, U. (2022). Manajemen Privasi Generasi Z dalam Menghadapi Komersialisasi Data Pribadi di Media Sosial Generation Z's Privacy Management in Facing the Commercialization of Personal Data on Socialmedia. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 24(2), 103–116. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.24.2.2022.1-3-116>
- Wita, G., Irhas, D., & Mursal, F. (2022). *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora Fenomenologi Dalam Kajian Sosial Sebuah Studi Tentang Konstruksi Makna Phenomenology in Social Study a Study of Meaning Construction*. 06(2). <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>