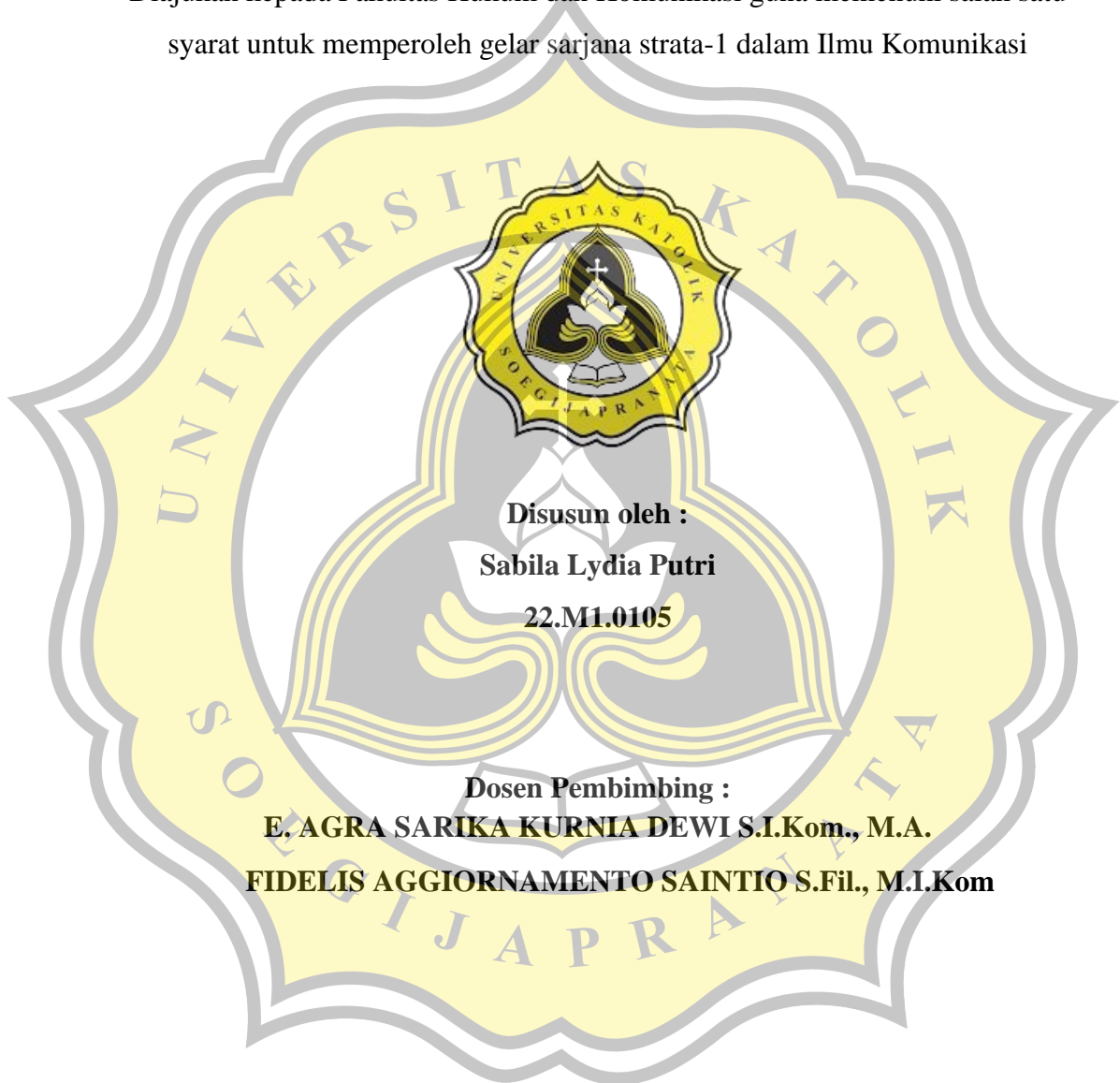


**Manajemen Komunikasi Privasi pada *Second account* Instagram: Studi
Pengguna Gen Z**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Sabila Lydia Putri

22.M1.0105

Dosen Pembimbing :

E. AGRA SARIKA KURNIA DEWI S.I.Kom., M.A.

FIDELIS AGGIORNAMENTO SAINTIO S.Fil., M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
2026**

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara Gen Z dalam membangun identitas dan mengelola privasi di ruang digital. Instagram sebagai platform media sosial utama di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang publik untuk merepresentasikan diri. Kondisi ini mendorong munculnya penggunaan *second account* sebagai strategi memisahkan ranah publik dan privat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Gen Z mengelola komunikasi privasi melalui penggunaan *second account* Instagram, khususnya dalam menegosiasikan batasan antara ruang publik dan ruang privat berdasarkan kerangka teori *Communication Privacy Management* (CPM). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman Gen Z dalam mengelola batasan privasi melalui *second account* Instagram. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi partisipatif terhadap tujuh responden Gen Z yang berasal dari berbagai latar belakang berbeda. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data untuk memahami pola awal yang muncul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *second account* Instagram mencerminkan praktik manajemen komunikasi privasi yang bersifat dinamis. Praktik ini berkaitan erat dengan karakteristik Gen Z sebagai *digital native* yang ekspresif dan sensitif terhadap relasi interpersonal. Selain itu, *second account* berfungsi sebagai sarana strategis dalam mengatur arus informasi melalui batasan yang diciptakan oleh diri mereka sendiri. Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *second account* Instagram merupakan bentuk pengelolaan komunikasi privasi yang aktif dan disengaja di kalangan Gen Z, sekaligus menegaskan relevansi teori *Communication Privacy Management* dalam menjelaskan proses negosiasi privasi di lingkungan digital.

Kata kunci: Gen Z, Instagram, Manajemen Komunikasi Privasi, *Second account*

ABSTRACT

The development of social media has transformed the way Gen Z constructs identity and manages privacy in digital spaces. Instagram, as one of the major social media platforms in Indonesia, has functioned not only as a communication medium but also as a public space for self-representation. This condition has encouraged the emergence of second accounts as a strategy to separate public and private spheres. This study aimed to understand how Gen Z managed privacy communication through the use of second Instagram accounts, particularly in negotiating boundaries between public and private domains based on the Communication Privacy Management (CPM) theory. This study used a qualitative method with a phenomenological approach to explore Gen Z experience in managed privacy boundaries through the use of a second Instagram account. Data were collected through semi-structured interviews and participatory observation involving seven Gen Z informants from diverse backgrounds. Data analysis was conducted through a data reduction process to identify emerging patterns. The findings indicated that the use of second Instagram accounts reflected dynamic privacy management practices. These practices were closely associated with the characteristics of Gen Z as expressive digital natives who were sensitive to interpersonal relationships. Furthermore, second accounts functioned as strategic tools for regulating information flow through self-created privacy rules, allowing users to control disclosure and maintain emotional security in digital interactions. In conclusion, the use of second Instagram accounts represented an active and deliberate form of privacy communication management among Gen Z, demonstrating the relevance of CPM theory in explaining privacy negotiation within digital environments.

Keywords: *Communication Privacy Management, Gen Z, Instagram, Second account.*