

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, A. S., & Laugu, N. (2020). Fresh Informasi Keagamaan Melalui Media Instagram Dalam Menanggapi Covid-19 Di Indonesia. *UNILIB : Jurnal Perpustakaan*, 11(2), 88–99. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol11.iss2.art1>
- Ahdiat, A. (2024, September 24). *Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Ainiyah, N., & Palupi, L. S. (2022). Fear of Missing Out Dan Psychological Well-Being Pada Individu Usia Emerging Adulthood. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(2), 197–209. <https://doi.org/10.33024/jpm.v4i2.7035>
- Alfianti, W., & Yulianti. (2024). Media Sosial Sebagai Presentasi Diri Studi Deskriptif pada Karyawan Isuzu Astra Motor Indonesia yang Memiliki Dua Akun Instagram. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 4, 11–17.
- Amelia, L. :, & Amin, S. (2022). ANALISIS SELF-PRESENTING DALAM TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN PADA TAMPILAN INSTAGRAM MAHASISWA. *Dinamika Sosial: ; Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187.
- Ananda, M., Suriansyah, A., & Rafianti, W. R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri pada Generasi Z. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(4), 2279–2289. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i4.634>
- Anggiraksa, N., Abdullah, M. N. A., & Mujayapura, M. R. R. (2025). Pengaruh Tren Second Account Gen Z Pada Media Instagram Sebagai Pemicu Depresi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5, 2678–2693.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana

- Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Arnani, N. P. R., & Nindhita, V. (2025). Kepribadian Ekstraversi dan Neurotisme : Manakah yang Berkaitan dengan Presentasi Diri di Instagram ? *Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 12(September), 288–310.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Arnett, J. J. (2024). *Emerging Adulthood : The Winding Road from the Late Teens Through the Twenties* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Ayuni, M. G., Khuntari, D., & Marwan, M. (2025). Penggunaan Multiple Account Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi Kualitatif Deskriptif Siswa Kelas XI Tahun Pelajaran 2022/2023 SMK Negeri Nusawungu). *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(2), 396–408. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i2.1820>
- Budiyanto, R. N. A., & Aisyah, V. N. (2022). Self Disclosure Analysis of First Account and Second Account Users on Instagram among Students. *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH) 2022*, 515–525. <https://proceedings.ums.ac.id/iseth/article/view/2974/2934>
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/3326/1604>
- Dariyo, A. (2004). *Psikologi Perkembangan Dewasa Muda (PDFDrive).pdf* (pp. 3–5). Grasindo.
- Delamater, J. D., Myers, D. J., & Collett, J. L. (2015). *Social Psychology* (M. P. Services (Ed.); Eighth edi). Westview Press. www.westviewpress.com

- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram Sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(03), 340–347. <https://doi.org/10.32534/jsfk.v13i01.1460>
- Digital 2026: Top Digital and Social Media Trends in Indonesia*. (2025). We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>
- Dwiyanti, A., Syahputra, M. R., & Widhiandono, D. (2023). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERAKTIF DI GRANDE GARDEN CAFÉ. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 03(04), 45–50.
- Efendi, M. S., Fatgehipon, A. H., & Scerviana, N. (2024). Media Sosial Instagram dalam Membangun Eksistensi Diri Remaja. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 3061–3068. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Faizal, A. A., Naim, M., & Fauzi, A. (2022). FENOMENA INSTAGRAM SEBAGAI SARANA EKSISTENSI DIRI PADA KELOMPOK REMAJA DI KELURAHAN SUDIMARA SELATAN. 03, 7–15.
- Fauzan, J., & Harahap, H. (2025). Peran Instagram dalam Pembentukan Identitas Remaja di Era Digital. 6(3), 1625–1656.
- Fullwood, C., James, B. M., & Chen-Wilson, C. H. J. (2016). Self-Concept Clarity and Online Self-Presentation in Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 716–720. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0623>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. *Social Theory Re-Wired: New Connections to Classical and Contemporary Perspectives: Second Edition*, 482–493. <https://doi.org/10.4324/9781315775357>

- Handayani, T., & Herawati, D. M. (2022). Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Selective Self Presentation Pada Wanita Generasi Z. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 8(1), 1–28.
- Hapsari, I. I. (2022). *Psikologi Perkembangan Anak* (A. O. Septiyana (Ed.); 2nd ed.). Campustaka.
- Hawa, N. A., Harto, B., & Pramuditha, P. (2023). Efektifitas Komunikasi Pemasaran Bisnis UMKM Melalui Fitur Reels Instagram. *Komversal : Jurnal Komunikasi Universal*, 5(1), 40–51. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1204>
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (p. 447). Erlangga.
- Husain, A. P. F., Randang, J. L. K., & Tulung, L. E. (2023). Dramaturgi Pengguna Second Account Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat Manado) dari databoks adalah youtube 82 %, kemudian disusul oleh facebook dan media sosial terbanyak di Indonesia berasal dari masyarakat berus. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, 5, 1–6.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian* (M. Pradana (Ed.)). Eureka Media Aksara.
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5, 20–28. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/849/639>
- Jones, E., & Pittman, T. (1982). Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation. *Psychological Perspectives on the Self*, 1, 231–262. https://www.researchgate.net/publication/248124372_Toward_a_general_theory_of_strategic_self-presentation
- Junaidi, R. D., Arif, E., & Sarmiati. (2022). Komunikasi Keluarga dalam Menghadapi Disrupsi Teknologi pada Generasi Digital Native (Studi Kasus 3 Keluarga Tokoh Agama Islam di Kota Solok). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 5537–5543.

- Kemp, S. (2025). *Digital 2026: Indonesia*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia?rq=indonesia> 2025
- Lisa, H., & Irma, A. (2025). Penggunaan Akun Second Instagram Sebagai Media Ekspresi Diri Remaja Di Era Digital. *Arini: Jurnal Ilmiah Dan Karya Inovasi Guru*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.71153/arini.v2i1.277>
- Magsalay, R. J. M. M. (2025). Quantifying Central Limit Theorem Convergence: A Monte Carlo Simulation Approach to Minimum Sample Size. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, IX(VIII), 2454–6186. <https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- Maryam, E. W. (2018). *Buku Ajar Psikologi Sosial* (S. B. Sartika & M. T. Multazam (Eds.); 1st ed.). UMSIDA Press.
- Merunková, L., & Šlerka, J. (2019). Goffman's theory as a framework for analysis of self presentation on online social networks. In *Masaryk University Journal of Law and Technology* (Vol. 13, Issue 2). <https://doi.org/10.5817/MUJLT2019-2-5>
- Michikyan, M. (2020). Linking online self-presentation to identity coherence, identity confusion, and social anxiety in emerging adulthood. *British Journal of Developmental Psychology*, 38(4), 543–565. <https://doi.org/10.1111/bjdp.12337>
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2014). Can you tell who i am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*, 33, 179–183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>
- Myers, D. G. (2012). Social Psychology. In *The Development Dictionary: a Guide to Knowledge as Power, Third Edition* (10th ed.). Mike Sugarman. <https://doi.org/10.5840/cogito199812131>
- Nafisah, Y. F., & Jannah, M. (2024). Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z. 11(02), 705–713.

- Naqsyabandi, M., & Soedarsono, D. K. (2022). Pendapat Konsumen Terhadap Brand Fashion Kite Di Instagram. *Jurnal Ilmiah Fakkultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 10(1), 28–40. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9040](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9040)
- Nasrul, H. W., Buulolo, M., & Ratnasari, S. L. (2021). PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU, LINGKUNGAN KERJA, IKLIM ORGANISASI, MOTIVASI, DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Dimensi*, 10(2), 317–330. https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnal_dms%0APENGARUH
- Nirwana, D. A., & Khuntari, D. (2021). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Pada @Celyne.Official. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 36–48.
- Nugroho, F. (2019). STRATEGI PENGELOLAAN KESAN DALAM KOMUNIKASI HYPERPERSONAL PENGGUNA TINDER. *Interaksi Online*, 1–15.
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 43–51. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Prasetya, A. F. (2025). Penggunaan Second Account Instagram Bagi Self-Presentation Mahasiswa FISH UNJ. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(3), 3046–4560. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Putra, R. D., Murtadho, M. A., Isnaini, M., & Afgani, M. W. (2025). Design Penelitian Kuantitatif: Pengertian dan Macam-macam Jenisnya Quantitative Research Design : Definition and Types. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 191–199.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- Rarasati, D. B., Hudaniah, & Prasetyaningrum, S. (2019). Strategi presentasi diri

- pengguna instagram ditinjau dari tipe kepribadian. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 7(2), 235–251. <https://doi.org/10.22219/jipt.v7i2.8164>
- Santoso, B., Pratiwi, T., Damayanti, E., & Manurung, A. S. (2025). *Representasi Kehidupan Ideal dan Tekanan Sosial di Instagram: terhadap Strategi Pencitraan Diri Dikalangan Anak Muda*. 02(June).
- Santrock, J. W. (2019). *Life-Span Development: Seventeenth Edition* (17th ed.). McGraw-Hill Education.
- Setiawan, R., & Nurul, A. (2020). Media Sosial Instagram sebagai Presentasi Diri pada Mahasiswi pendidikan sosiologi FKIP Untirta. *Jurnal Community*, 6(April), 10–20.
- Sinaga, T. M. (2025, August 28). *Pengguna Medsos di Indonesia Didominasi Gen Z*. KOMPAS.Id. https://www.kompas.id/artikel/pengguna-medsos-di-indonesia-didominasi-gen-z?status=sukses_login&status_login=login&loc=hard_paywall
- Sokowati, M. E., & Manda, S. (2022). Multiple Instagram Accounts and the Illusion of Freedom. *Jurnal Komunikator*, 14(2).
- Stephanie, C., & Pratomo, Y. (2021). *Cara Login Instagram dengan Banyak Akun Sekaligus*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/10/22/11210017/cara-login-instagram-dengan-banyak-akun-sekaligus>
- Strimbu, N., & O'Connell, M. (2019). The Relationship between Self-Concept and Online Self-Presentation in Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(12), 804–807. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0328>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (Ed.); 2nd ed.). ALFABETA.
- Sulaiman, Lubis, L. N., & Aditya, R. (2021). Analisis Pengaruh Penerimaan Peserta Didik Baru Melalui Sistem Zonasi Terhadap Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan PKN (Pancasila Dan Kewarganegaraan)*, 2(1), 52.

<https://doi.org/10.26418/jppkn.v2i1.44825>

Tao, M., & Ellison, N. B. (2023). “It’s Your Finsta at the End of the Day . . .Kind of”: Understanding Emerging Adults’ Self-Presentational Changes on Secondary Accounts. *Social Media +Society*, 1–13. <https://doi.org/10.1177/20563051231152812>

Wattimena, G. H. J. A., Ramadhani, Y. D., & Marsetio. (2022). Second Account Instagram sebagai Ruang Ekspresi Generasi Milenial. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2(1), 113–120.

Yang, C. chen, & Brown, B. B. (2016). Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(2), 402–416. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>

Yonatan, A. Z. (2025). *Indonesia Jadi Negara Pengguna Instagram Tertinggi Ke-4 di Dunia*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-pengguna-instagram-tertinggi-ke-4-di-dunia-lmY9h>

Yunikawati, L., Phaulina, C., Fitria P., D., & Prima, Y. S. (2024). Personal Branding and Adolescent Self-Identity: Understanding the Role of First Accounts and Second Accounts in the Digital Context. *Asketik*, 8(1), 23–39. <https://doi.org/10.30762/asketik.v8i1.1204>

Zikrillah, M. (2024). *Penggunaan First Account dan Second Account Pada Aplikasi Instagram Bagi Generasi Z, Apakah Ini Sebuah Trend?* Metro Padang. <https://metropadang.com/2024/04/penggunaan-first-account-dan-second-account-pada-aplikasi-instagram-bagi-generasi-z-apakah-ini-sebuah-trend/>