

ABSTRAK

Instagram sebagai sarana presentasi diri tidak sepenuhnya memberikan ruang bagi pengguna Instagram untuk bebas berekspresi membagikan informasi mengenai dirinya sendiri hingga menunjukkan siapa dirinya kepada publik. Dengan begitu, banyak pengguna Instagram membuat *multiple account* atau *second account*. Namun seringkali pengguna *second account* Instagram melepas sepenuhnya peran sosial mereka. Fenomena tersebut memicu konflik yang terjadi di masyarakat berupa pertanyaan mengenai kapan dan bagaimana individu menampilkan peran sosialnya yang asli dan yang bukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola dan strategi pengguna *first* dan *second account* khususnya Generasi Z dalam melakukan pengelolaan kesan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori dramaturgi dan pengelolaan kesan Erving Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu dengan sengaja mengelola kesan mereka untuk pencapaian dan keberhasilan dalam suatu situasi. Generasi Z cenderung membentuk dan mengonstruksi kesan, peran, dan citra dirinya yang baik dan positif pada *first account*. Hal tersebut karena *first account* dijadikan sebagai sarana *personal branding* untuk membentuk *first impression* yang baik dan positif dari masyarakat dengan ruang lingkup dan jangkauan yang lebih luas. Sedangkan dalam *second account*, Generasi Z cenderung lebih terbuka dan ekspresif dalam menyalurkan emosi serta hal yang sedang dilakukannya saat itu.

Kata Kunci : Instagram, Pengelolaan Kesan, Peran Sosial