

**KONSEP DIRI DAN IDENTITAS  
PADA GENERASI Z PENGGUNA AKUN KEDUA INSTAGRAM  
DI LINGKUNGAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Skripsi**

**Oleh**

**LAULA KHAIRUN NISA  
2216011082**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

**KONSEP DIRI DAN IDENTITAS  
PADA GENERASI Z PENGGUNA AKUN KEDUA INSTAGRAM  
DI LINGKUNGAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Oleh**  
**LAULA KHAIRUN NISA**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA SOSIOLOGI**

**Pada**  
**Jurusan Sosiologi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

## ABSTRAK

**KONSEP DIRI DAN IDENTITAS  
PADA GENERASI Z PENGGUNA AKUN KEDUA INSTAGRAM  
DI LINGKUNGAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Oleh**

**LAULA KHAIRUN NISA**

Di era masyarakat digital, Instagram telah menjadi platform yang masif digunakan di Indonesia dengan 173,59 juta pengguna aktif. Namun, tuntutan citra diri ideal di akun pertama kerap mendorong penggunanya untuk menciptakan ruang digital dengan lingkaran sosial yang lebih kecil melalui penggunaan akun kedua. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji fenomena penggunaan akun kedua Instagram sebagai ruang alternatif pembentukan diri dan identitas pada Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk memahami alasan penggunaan akun kedua Instagram, serta menganalisis proses terbentuknya diri dan identitas pengguna dalam konteks masyarakat digital.

Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, penelitian ini melibatkan 10 informan yang merupakan mahasiswa FISIP Universitas Lampung. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat alasan penggunaan akun kedua Instagram, yaitu kebebasan berekspresi, privasi dan keamanan, pengelolaan kesan, dan pelarian. Proses terbentuknya diri dan identitas berlangsung melalui interaksi sosial-digital, representasi diri melalui simbol-simbol visual, pemisahan ruang digital, dan internalisasi identitas. Temuan ini memperkaya pemahaman tentang dinamika identitas di era digital dan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan dampak tekanan sosial akibat penggunaan media sosial, serta memberikan kontribusi terhadap kajian sosiologi masyarakat digital.

Kata kunci: identitas digital, media sosial, representasi diri, interaksi sosial, masyarakat digital

***ABSTRACT***

***SELF AND IDENTITY  
AMONG GENERATION Z USERS OF SECOND INSTAGRAM ACCOUNTS  
AT THE FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
UNIVERSITY OF LAMPUNG***

***By***

**LAULA KHAIRUN NISA**

*In the era of digital society, Instagram has become a widely utilized platform in Indonesia, boasting 173.59 million active users. However, the pressure to maintain an ideal self-image on the main account often compels users to construct a distinct digital space with a restricted social circle through the utilization of second accounts. Consequently, this study investigates the phenomenon of Instagram second account usage as an alternative arena for self and identity construction among Generation Z. This research aims to understand the motivations for utilizing Instagram second accounts and to analyze the processes of users' self and identity formation within the context of digital society. Using a qualitative approach with phenomenological methods, this research involved 10 students from the Faculty of Social and Political Sciences at the University of Lampung. Data collection was carried out through interviews, observations, and documentation. The data obtained were then analyzed through three stages, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing or verification. The research results show that there are four reasons for utilizing Instagram second account: freedom of expression, privacy and security, impression management, and escape from pressure, which are part of digital culture. The process of forming self and identity occurs through social-digital interaction, self-representation through visual symbols, separation of digital spaces, and internalization of identity. These findings enrich the understanding of identity dynamics in the digital era and are expected to raise awareness of the social pressure impacts caused by social media use, as well as contribute to the study of the sociology of digital society.*

*Key words:* *digital identity, social media, self-presentation, social interaction, digital society.*

Judul Skripsi

: KONSEP DIRI DAN IDENTITAS PADA GENERASI Z PENGGUNA AKUN KEDUA INSTAGRAM DI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS LAMPUNG

Nama Mahasiswa

: **Laura Khairun Nisa**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2216011082

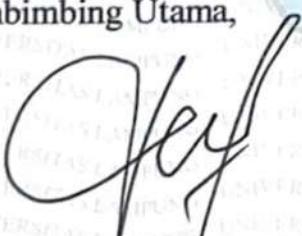
Program Studi

: Sosiologi

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

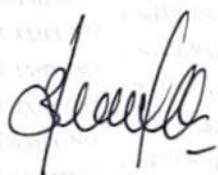
Pembimbing Utama,

  
**Dr. Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 198001312008122003

Pembimbing Pembantu,

  
**Azis Amriwan, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 198507172019031014

2. Ketua Jurusan Sosiologi



**Dr. Bartoven Vivit Nurdin, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 197704012005012003

## MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

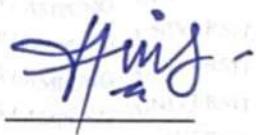
Ketua

: Dr. Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.Si.



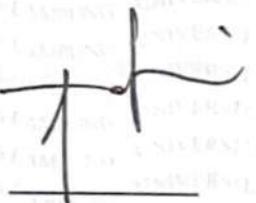
Sekretaris

: Azis Amriwan, S.Sos., M.Si.



Penguji Utama

: Teuku Fahmi, S.Sos., M.Krim.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 28 Januari 2026



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya yang sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 28 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



Laula Khairun Nisa  
NPM. 2216011082

## RIWAYAT HIDUP



Laula Khairun Nisa lahir di Lampung Selatan, 25 Desember 2003. Sejak kecil, perempuan yang kerap disapa Laula ini tumbuh di wilayah sub-urban dengan kompleksitas sosial yang beragam. Dari sana, ketertarikannya pada isu-isu sosial perlahan terbentuk. Minat yang terus tumbuh itu kemudian mendorong Laula untuk melanjutkan pendidikan di Program Studi Sosiologi Universitas Lampung. Sepanjang masa kuliahnya, Laula mengembangkan dan merawat proses belajarnya melalui berbagai pengalaman. Laula terpilih sebagai peserta Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka di Universitas Padjadjaran (2024), meraih Juara 1 Kompetisi Artikel Internasional (2024), dan aktif terlibat dalam sejumlah penelitian dosen.

Pengalaman profesional dan organisasinya dimulai ketika Laula bergabung dengan Lembaga Pers Mahasiswa Republica (2022-2023), tempat ia mengembangkan kemampuan jurnalistik dan kepenulisan. Pada tahun berikutnya, ia magang sebagai jurnalis di Biro Perencanaan dan Hubungan Masyarakat (BPHM) Universitas Lampung (2023). Laula kemudian memperluas keterlibatannya organisasionalnya melalui AIESEC *in* Universitas Lampung (2023-2024), sebelum menjalani magang sebagai pekerja sosial di Dinas Sosial Provinsi Lampung (2025).

## MOTO

*Education is education.*

*We should learn everything and then choose which path to follow.*

*Education is neither Eastern or Western, it is human.*

**Malala Yousafzai**

Walau ‘tak terdengar masuk akal bagi mereka yang ‘tak percaya,  
tapi kita punya kita, yang akan melawan dunia.

**Nadin Amizah, Taruh**

*I didn't want any flowers, I only wanted  
to lie with my hands turned up and be utterly empty.  
How free it is, you have no idea how free.*

**Sylvia Plath, Tulips**

*Women, they have minds, and they have souls,  
as well as just hearts. And they've got ambition,  
and they've got talent, as well as just beauty.*

**Louisa May Alcott, Little Women**

## **PERSEMBAHAN**

### **Untuk Kedua Orang Tua**

Karya ini dipersembahkan untuk kedua orang tua penulis,  
yang dalam diamnya telah menanggung dan mengusahakan banyak hal  
agar penulis dapat sampai pada tahap ini.

## **SANWACANA**

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Sebuah perjalanan yang dipenuhi jeda-jeda untuk belajar, berhenti, dan kembali melangkah. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad saw., yang teladannya senantiasa menjadi pengingat untuk hidup dengan cinta dan kasih.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Sosiologi Universitas Lampung. Dalam prosesnya, penulis belajar bahwa tulisan tidak hanya bertumpu pada teori dan data, tetapi juga pada keberanian untuk memahami manusia, termasuk diri sendiri, dengan lebih jujur. Ada hari-hari ketika langkah terasa ringan, ada pula saat-saat ketika semuanya tampak terlalu sunyi. Namun, dari sanalah penulis belajar bahwa penelitian adalah salah satu cara untuk menata kembali apa yang semula tampak rumit. Pada akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan kakak-kakak penulis, atas doa dan cintanya terhadap setiap langkah yang penulis ambil selama ini. Dalam cara-cara sederhana dan kerap kali terasa sunyi, kalian tetap menjadi tempat pulang sekaligus alasan penulis untuk tetap bertahan sampai hari ini.
2. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
3. Prof. Dr. Anna Gustina Z., S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
4. Dr. Bartoven Vivit Nurdin, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

5. Junaidi, S.Pd., M.Sos., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
6. Dr. Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.Si., selaku pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan proses berpikir penulis sejak tahap awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Dalam ruang bimbingan yang kerap dipenuhi tanya dan ragu, arahan yang diberikan selalu menjadi kompas bagi penulis untuk terus melangkah.
7. Azis Amriwan, S.Sos., M.Si., selaku pembimbing II, atas kesediaan mendengarkan, menguji, dan membantu penulis merapikan gagasan yang sebelumnya tampak “mentah” hingga perlahan menemukan bentuknya. Melalui proses dialog yang berlangsung selama bimbingan, penulis belajar bahwa penelitian bukan semata hasil akhir, melainkan perjalanan panjang dalam memahami dan memaknai masalah sosial secara holistik.
8. Teuku Fahmi, S.Sos., M.Krim., selaku dosen penguji, atas saran dan catatan yang diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini. Masukan tersebut menjadi ruang refleksi bagi penulis untuk kembali mempertanyakan, menganalisis, dan memantapkan kerangka berpikir yang telah dibangun. Di luar proses bimbingan, pernah berada di ruang kelas yang Bapak ampu menjadi pengalaman menyenangkan dan berkesan bagi penulis hingga akhir masa studi.
9. Muhammad Guntur Purboyo, S.Sos., M.Si., selaku dosen yang telah membantu penulis berdiskusi dan menentukan topik skripsi. Dialog hari itu membuka lapisan pemahaman baru bagi penulis terhadap kajian masyarakat digital.
10. Dr. Erna Rochana, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik, atas pendampingan dan perhatian yang diberikan sepanjang masa perkuliahan.
11. Seluruh dosen Jurusan Sosiologi, atas ilmu dan ruang berpikir yang diberikan selama masa perkuliahan. Setiap pertemuan di ruang kelas menjadi bagian dari proses panjang yang membentuk pemahaman penulis terhadap dinamika sosial yang terjadi di masyarakat.
12. Staf-staf jurusan, atas bantuan dalam berbagai urusan akademik selama masa studi penulis.

13. Teman-teman penulis: Teteh, Dila, Anggun, Zara, Kak Bita, dan Kak Ara, yang telah menemani penulis dalam banyak waktu dan kesempatan.
14. Teman-teman seangkatan, terutama Yola, Mustika, Indah, Nisa, Novia, Rara, Opra, Santa, Uqii, Hutri, Sanje, Wawa, Aul, Aga, Riris, Feli, Yadi, dan Selva, yang hadir dan tumbuh bersama sebagai bagian dari mahasiswa Jurusan Sosiologi. Terima kasih atas banyak cerita dan peluk hangatnya selama masa perkuliahan.
15. Semua yang telah hadir dan mengisi ruang-ruang kosong dan rapuh dalam hidup. Terima kasih telah bertemu dan saling mengenal.

Terakhir, penulis menyadari bahwa karya ini lahir dari proses panjang yang tidak sepenuhnya selesai dan kerap diwarnai keraguan. Setiap kekurangan yang ada kiranya dapat menjadi penanda terhadap proses belajar itu sendiri. Di antara ketidak sempurnaan yang ada, penulis berharap karya ini tetap dapat memberi manfaat bagi siapa pun yang ingin memahami dinamika sosial dalam masyarakat digital.

Bandar Lampung, 28 Januari 2026  
Penulis,

Laula Khairun Nisa  
NPM. 2216011082

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademik .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>II . TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Konsep Diri dan Identitas .....	9
2.2 Generasi Z sebagai Masyarakat Digital .....	9
2.3 Instagram sebagai Media Sosial .....	10
2.3.1 Akun Pertama Instagram.....	11
2.3.2 Akun Kedua Instagram .....	11
2.4 Alasan Penggunaan Akun Kedua Instagram .....	12
2.5 Proses Terbentuknya Diri dan identitas pada Akun Kedua Instagram .....	13
2.6 Teori Interaksionisme Simbolik .....	15
2.7 Penelitian Terdahulu .....	17
2.8 Kerangka Berpikir .....	20
<b>III . METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Desain Penelitian .....	22
3.2 Lokasi Penelitian .....	24
3.3 Fokus Penelitian .....	24
3.4 Kriteria Informan.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	34

<b>IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	38
4.1.1 Universitas Lampung sebagai Lembaga Pendidikan .....	38
4.1.2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung .....	39
4.1.3 Mahasiswa FISIP Penguna Akun Kedua Instagram.....	41
<b>V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
5.1 Profil Informan .....	43
5.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	47
5.2.1 Alasan Penggunaan Akun Kedua Instagram.....	47
5.2.1.1 Kebebasan Berekspresi .....	48
5.2.1.2 Privasi dan Keamanan.....	53
5.2.1.3 Pengelolaan Kesan .....	58
5.2.1.4 Pelarian dari Tekanan .....	62
5.2.2 Proses Terbentuknya Diri dan Identitas.....	69
5.2.2.1 Interaksi Sosial dengan Pengikut .....	69
5.2.2.2 Representasi Diri Melalui Simbol Visual.....	75
5.2.2.3 Pemisahan Ruang Digital .....	93
5.2.2.4 Internalisasi Identitas di akun Kedua .....	98
5.3 Analisis Teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer .....	104
<b>VI PENUTUP .....</b>	<b>107</b>
6.1 Kesimpulan .....	107
6.2 Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>114</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Hasil Analisis Konten.....	5
2. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	19
3. Profil Informan Penelitian .....	26
4. Hasil Observasi.....	30
5. Kategorisasi dan Pengkodean Tema.....	32
6. Hasil Kategorisasi dan Pengkodean Tema.....	33
7. Program Studi FISIP Unila .....	40
8. Kategorisasi Alasan Kebebasan Berekspresi .....	51
9. Kategorisasi Alasan Privasi dan Keamanan .....	55
10. Kategorisasi Alasan Pengelolaan Kesan .....	60
11. Kategorisasi Alasan Pelarian dari Tekanan .....	65
12. Frekuensi dan Jenis Unggahan pada Kedua Akun Instagram.....	91
13. Kategori Unggahan pada Akun Kedua Instagram .....	92

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Proses Terbentuknya Diri dan Identitas.....	15
2. Kerangka Berpikir.....	21
3. Distribusi Jenis Kelamin Informan .....	27
4. Distribusi Program Studi Informan.....	28
5. Teknik Analisis Data .....	34
6. Triangulasi Data.....	35
7. Google Formulir <i>Member Checking</i> .....	36
8. Akun Instagram FISIP Unila .....	42
9. <i>Story</i> Akun Kedua Instagram GW .....	49
10. <i>Story</i> Akun Kedua Instagram FA.....	54
11. <i>Story</i> Akun Pertama dan Akun Kedua FA.....	59
12. <i>Story</i> Akun Kedua Instagram NK .....	63
13. Diagram Perbandingan Jumlah Pengikut .....	70
14. <i>Story</i> dan Komentar Akun Kedua FA.....	72
15. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua NS .....	75
16. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua RA .....	77
17. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua GW .....	78
18. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua FA.....	79
19. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua SN .....	80
20. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua MS .....	81
21. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua CH .....	82
22. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua RF .....	83
23. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua NK .....	84
24. Tampilan Akun Pertama dan Akun Kedua AS.....	85
25. <i>Story</i> Akun Kedua Instagram GW .....	87
26. <i>Story</i> Akun Kedua Instagram FA.....	88
27. <i>Story</i> Akun Kedua Instagram RA .....	89
28. <i>Story</i> Akun Pertama dan Akun Kedua MS .....	95
29. Diagram Rata-Rata Harian Penggunaan Instagram .....	96
30. <i>Story</i> Akun Kedua Instagram GW .....	100

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Masyarakat digital merupakan individu-individu yang saling terhubung melalui jaringan teknologi informasi dan komunikasi. Identitas dan interaksi sosial tidak hanya terbentuk melalui kontak langsung, melainkan juga melalui ruang virtual seperti media sosial. Redshaw (2020) menyatakan bahwa masyarakat digital adalah masyarakat yang dicirikan oleh arus informasi melalui jaringan global dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Istilah ini kerap digunakan untuk menggambarkan bentuk baru kehidupan sosial yang terhubung oleh teknologi digital, sehingga teknologi membentuk hubungan sosial dan interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi menciptakan jaringan baru yang memungkinkan individu merepresentasikan dan menegosiasikan dirinya dalam ruang digital. Terjadi pergeseran budaya ke arah visual, di mana gambar, foto, dan video berperan penting dalam membentuk pengalaman dan relasi sosial seseorang (Lindgren, 2017). Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai ruang sosial baru yang memungkinkan pengguna menyeimbangkan antara identitas ideal dan identitas personal yang sebenarnya.

Dikutip dari *We Are Social* dan Meltwater (2024) mengemukakan bahwa jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia pada awal tahun 2024 telah mencapai 5,04 miliar orang atau sekitar 62,3% dari total populasi global.

Angka ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 5,6% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan penambahan sekitar 266 juta pengguna baru sepanjang tahun 2023.

Sementara itu, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024) mencatat penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024 telah mencapai 79,5% dari total populasi, dengan 85,92% pengguna aktif berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Data ini mencerminkan bagaimana media sosial telah membuat ruang baru dalam kehidupan sosial masyarakat digital. Proses pembentukan identitas, representasi diri, dan interaksi antarindividu tidak lagi terikat pada ruang fisik, melainkan struktur digital yang semakin melekat dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu platform yang paling populer digunakan oleh masyarakat digital adalah Instagram. Kemp (2025) mencatat bahwa pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai lebih dari 103 juta pengguna aktif, dengan distribusi berdasarkan gender sebanyak 52,8% perempuan dan 47,2% adalah laki-laki. Temuan ini selaras dengan laporan dari *The Global Statistics* (2025) yang menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform media sosial paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2025, dengan 84,80% pengguna internet atau sekitar 173,59 juta pengguna aktif. Dominasi ini memperlihatkan bahwa Instagram tidak hanya populer secara kuantitatif, tetapi juga menjadi ruang digital yang penting dalam konstruksi identitas, terutama di kalangan pengguna perempuan yang secara persentase mendominasi platform tersebut.

Kondisi ini kemudian melahirkan sebuah fenomena menarik, yakni penggunaan akun kedua Instagram. Fenomena akun kedua Instagram merupakan praktik yang banyak digunakan sebagai ruang yang lebih pribadi, di mana pengguna merasa lebih bebas mengekspresikan diri. Berbeda dengan akun pertama yang cenderung menampilkan citra yang dikurasi, akun kedua memberikan ruang bagi pengguna untuk menampilkan sisi lain dari dirinya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Permana dan Sutedja (2021), penggunaan akun kedua di Instagram didominasi oleh perempuan dengan persentase sebesar 76%, sementara laki-laki hanya 24%. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa penggunaan akun kedua merupakan bentuk respons terhadap tekanan sosial yang ditimbulkan oleh tuntutan kesempurnaan dalam representasi diri di akun pertama. Fenomena ini diperkuat oleh sejumlah penelitian lain yang menyoroti alasan serupa, bahwa perempuan cenderung memilih akun kedua untuk mengekspresikan diri tanpa takut akan penilaian sosial. Selain itu, pengalaman negatif seperti komentar buruk, standar kecantikan, dan tuntutan *personal branding* turut mendorong perempuan menciptakan ruang alternatif di media sosial (Sugitanata et al., 2024).

Berdasarkan hal tersebut, tekanan sosial dalam ruang digital menjadi permasalahan penting, terutama bagi perempuan muda yang aktif dalam menggunakan media sosial. Dari kalangan tersebut, mahasiswi menjadi representasi yang dominan dalam kelompok perempuan muda. Mahasiswi merupakan bagian dari perempuan muda yang rentan terhadap tekanan sosial di ruang digital. Tekanan ini kemudian hadir di platform berbasis visual seperti Instagram, yang mendorong penggunanya, terutama perempuan muda untuk membangun citra diri yang ideal sesuai dengan ekspektasi sosial (Haqiqi dan Ardi, 2025). Dorongan tersebut mengaburkan batas antara ruang publik dan ruang privat di media sosial (Lindgren, 2017).

Mengacu pada hal tersebut, fenomena penggunaan akun kedua juga relevan dalam konteks lokal. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung (Unila) menjadi salah satu kelompok yang aktif dalam fenomena ini. Berdasarkan data Unila dalam Angka Tahun 2022 hingga 2024, jumlah mahasiswa baru di FISIP Unila terus meningkat didominasi oleh perempuan. Pada tahun akademik 2022/2023 terdapat 654 mahasiswa baru, dengan 398 di antaranya adalah perempuan (62,8%). Jumlah ini meningkat pada tahun 2023/2024 menjadi 1.052 mahasiswa, terdiri dari 638 perempuan (60,6%), dan pada tahun 2024/2025 tercatat 1.006 mahasiswa baru, dengan 617

di antaranya adalah perempuan (61,3%) (BPHM, 2025). Dominasi ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki representasi signifikan dalam lingkup akademik FISIP Unila, yang terlibat dalam jaringan sosial digital dan menjadi pelaku langsung dalam dinamika identitas di media sosial.

Penggunaan lebih dari satu akun telah menjadi pola umum yang terjadi di kalangan remaja digital (Yunikawati et al., 2024). Lebih dari sekadar media komunikasi, akun-akun tersebut digunakan untuk membentuk dan menegosiasi identitas sosial. Media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi berkenaan dengan pembentukan identitas di kalangan remaja. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan (2022) yang menyoroti bagaimana pengguna media sosial secara sadar melakukan pengaturan kesan melalui pemilihan konten antara akun pertama dan akun kedua. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akun kedua memberikan rasa aman untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas tanpa tekanan sosial. Namun, responden juga merasa bahwa adanya dua akun membuat mereka terkadang tidak jujur pada diri sendiri, karena secara tidak langsung memiliki identitas yang berbeda. Hal ini kemudian menimbulkan dilema terkait autentisitas dalam masyarakat digital.

Sebagai bagian dari metode untuk memahami dinamika pembentukan identitas digital, peneliti melakukan analisis konten terhadap tiga akun kedua Instagram milik mahasiswa FISIP Unila, yaitu SM, SO, dan CS. Analisis konten dilakukan untuk mengidentifikasi masing-masing akun sebagai bentuk ekspresi diri, representasi diri, dan identitas digital penggunanya. Lebih dari itu, observasi non-partisipatif dilakukan untuk menelaah aspek visual pada masing-masing akun tanpa melibatkan interaksi langsung dengan subjek (Creswell dan Creswell, 2018). Dalam konteks ini, observasi non-informan meliputi pengamatan terhadap tampilan visual, biografi Instagram, serta gaya unggahan akun tanpa keterlibatan langsung dengan pemiliknya.

Tabel 1. Hasil Analisis Konten

Aspek yang Diamati	Hasil Analisis Konten		Eksplorasi Makna
	Akun Pertama	Akun Kedua	
Konten yang diunggah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diri secara visual (SM, SO, CS)</li> <li>- SM: 3 unggahan</li> <li>- SO: 0 unggahan</li> <li>- CS: 0 unggahan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktivitas sehari-hari (SM, SO, CS)</li> <li>- SM: 40 unggahan</li> <li>- SO: 5 unggahan</li> <li>- CS: 33 unggahan</li> </ul>	Akun pertama tidak banyak aktivitas (SM), bahkan 0 unggahan (SO, CS). Akun kedua lebih aktif dan ekspresif mengunggah konten keseharian (SM, SO, CS).
Elemen Visual dan Identitas Pengguna	<ul style="list-style-type: none"> <li>SM, SO, CS:</li> <li>- Nama asli</li> <li>- Biografi Instagram formal</li> <li>- Foto profil diri formal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SM, SO, CS:</li> <li>- Nama samaran</li> <li>- Biografi Instagram santai</li> <li>- Foto profil diri santai</li> </ul>	Akun pertama digunakan untuk kebutuhan eksistensi secara formal di ruang digital (SM, SO, CS). Akun kedua cenderung menampilkan diri apa adanya, dengan unggahan aktivitas sehari-hari (SM, SO, CS).
Perbedaan Jumlah Pengikut Akun Pertama dan Akun Kedua	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SM: 1.016</li> <li>- SO: 727</li> <li>- CS: 984</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SM: 88</li> <li>- SO: 128</li> <li>- CS: 251</li> </ul>	Akun pertama memiliki lebih banyak pengikut dari akun kedua yang lebih terbatas (SM, SO, CS).

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Hasil analisis konten menunjukkan bahwa akun kedua Instagram oleh SM, SO, dan CS memiliki pola umum sebagai ruang alternatif untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan otentik. Konten yang diunggah pada akun kedua lebih bervariatif berupa aktivitas sehari-hari dan momen bersama orang terdekat. Perbedaan jumlah pengikut yang signifikan pada akun pertama dan akun kedua memberikan indikasi bahwa akun kedua berfungsi sebagai ruang digital yang lebih privat dan jujur. Karenanya, penelitian lebih lanjut berkenaan dengan alasan penggunaan hingga proses identitas digital mahasiswa FISIP Unila pengguna akun kedua Instagram terbentuk menarik untuk dilakukan.

Di tengah kompleksitas masyarakat digital, penggunaan akun kedua hadir sebagai alternatif bagi mahasiswa untuk mengekspresikan sisi diri yang lebih jujur. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga

sebagai arena interaksi simbolik di mana identitas dinegosiasikan. Transformasi sosial di era digital telah merubah cara individu membentuk dan menampilkan identitas mereka di platform digital. Seperti dijelaskan oleh Mua dan Heatubun (2024), bahwa media sosial saat ini telah menjadi sarana untuk membangun hubungan sosial dan memperkuat identitas diri melalui komunitas dan ekspresi digital. Dalam konteks ini, akun kedua merepresentasikan ruang sosial di mana individu dapat mengatur batas antara citra sosial dan identitas personal yang ditampilkan.

Penelitian sebelumnya telah menyoroti penggunaan media sosial Instagram yang banyak digunakan oleh pelajar dan mahasiswa, khususnya perempuan. Namun, penelitian akademik yang secara khusus membahas bagaimana diri dan identitas pengguna akun kedua terbentuk dan berkembang sebagai bentuk ruang ekspresi pribadi dalam masyarakat digital masih terbatas. Karenanya, untuk mengisi *gap* tersebut, penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut mengenai bagaimana individu membentuk dan memposisikan identitas mereka melalui penggunaan akun kedua. Selain itu, penelitian ini juga akan menelaah bagaimana ruang ekspresi ini berkontribusi terhadap perkembangan diri dan identitas pada masyarakat digital.

Dalam konteks lokal, penelitian ini melibatkan mahasiswa FISIP Unila, baik laki-laki maupun perempuan pengguna akun kedua Instagram. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, penelitian ini akan berfokus pada pengalaman subjektif mahasiswa dalam membentuk dan memaknai identitas diri melalui akun kedua. Dengan mengkaji bagaimana pengguna merasakan, menginterpretasi, dan memaknai penggunaan akun tersebut, penelitian ini berupaya menggali makna dari pengalaman pengguna akun kedua di media sosial Instagram. Sedangkan metode fenomenologi memungkinkan peneliti untuk menangkap makna berdasarkan realitas sosial yang dialami di ruang digital.

Dengan demikian, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana proses pembentukan diri dan identitas dalam penggunaan akun kedua Instagram sebagai ruang ekspresi pribadi pada mahasiswa FISIP Unila. Lebih lanjut, penelitian ini juga menawarkan sudut pandang baru mengenai bagaimana mahasiswa merespons tuntutan sosial dan membentuk ruang sosialnya sendiri dalam ruang digital yang lebih personal. Oleh karena itu, hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya pemahaman terhadap budaya dan pengembangan identitas digital dalam konteks sosiologis.

## 1.2 Rumusan Masalah

Fenomena akun kedua di Instagram menunjukkan adanya dualitas identitas, di mana akun pertama digunakan untuk membangun citra yang dikurasi, sementara akun kedua menjadi ruang ekspresi yang lebih bebas. Namun, perbedaan identitas antara kedua akun ini menimbulkan pertanyaan mengenai autentisitas diri dalam lingkungan digital. Terlebih lagi, tekanan sosial dan ekspektasi digital menjadi bagian dari konstruksi sosial di era digital. Hal di atas mendorong peneliti untuk mengkaji lebih dalam fenomena ini dengan batasan pertanyaan sebagai berikut:

1. Mengapa mahasiswa FISIP Unila menggunakan akun kedua Instagram?
2. Bagaimana proses terbentuknya diri dan identitas pada mahasiswa FISIP Unila pengguna akun kedua Instagram?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana mahasiswa FISIP Unila membentuk dan mengelola identitas mereka melalui penggunaan akun kedua di Instagram, serta bagaimana ruang ekspresi tersebut merefleksikan dinamika diri dan identitas dalam konteks kehidupan sosial di

masyarakat digital. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, penelitian ini juga berupaya menggali pengalaman subjektif para pengguna dalam menghadapi tekanan sosial dan membangun keotentikan diri dengan praktik penggunaan akun kedua Instagram.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademik**

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian sosiologi, khususnya pada pembentukan diri dan identitas pada masyarakat digital. Fokus pada penggunaan akun kedua memberikan kontribusi yang relevan terhadap perkembangan literatur sosiologi masyarakat digital di Indonesia dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana individu merefleksikan identitas antara ruang sosial yang terbagi antara akun pertama dan akun kedua. Hasilnya diharapkan dapat menjadi referensi akademik, serta memperluas kajian interaksi simbolik dalam ranah media sosial.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih kritis bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, dalam merefleksikan cara mereka membangun dan mengelola identitas digital. Temuan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan dampak tekanan sosial akibat penggunaan media sosial, serta pentingnya menjaga keotentikan diri. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi praktisi pendidikan, instansi, dan pembuat kebijakan literasi digital dalam merancang strategi edukasi yang lebih relevan untuk mendorong penggunaan media sosial yang sehat dan bijak.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Konsep Diri dan Identitas

Konsep diri dan identitas (*self and identity*) dalam kajian sosiologi dipahami sebagai proses sosial yang dinamis. Diri dan identitas seseorang terbentuk melalui proses interaksi sosial, sosialisasi, sampai kepada refleksi individu terhadap pengalaman sosialnya (Scott, 2006). Dalam kerangka ini, individu secara aktif mengelola dan menegosiasikan diri dan identitasnya mengacu pada konteks sosial yang dihadapi. Dengan kata lain, konsep diri dan identitas dipahami sebagai konstruksi sosial yang terbentuk melalui pengalaman dan interaksi. Diri dan identitas tidak berdiri sendiri, melainkan melekat pada relasi sosial yang dijalani individu. Lebih dari itu, Scott dalam bukunya *Sociology: The Key Concepts* turut mengatakan bahwa setiap individu dapat memiliki diri dan identitas yang berbeda sesuai dengan kelompok sosial yang berinteraksi dan dianggap penting baginya. Oleh karena itu, konsep diri dan identitas adalah produk dari negosiasi identitas yang dilakukan individu dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam ruang digital.

### 2.2 Generasi Z sebagai Masyarakat Digital

Masyarakat digital merujuk pada bentuk kehidupan sosial yang terintegrasi dengan penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Redshaw (2020) menggambarkan masyarakat digital sebagai tatanan “tekno-sosial” yang ditandai dengan keterhubungan intens antarindividu

melalui perangkat digital, di mana kecepatan informasi, otomatisasi, dan koneksi membentuk pola baru dalam hubungan sosial. Housley et al. (2023) menekankan bahwa masyarakat digital tidak hanya soal kepemilikan teknologi, tetapi juga soal kesadaran, literasi, dan kemampuan dalam menggunakan teknologi secara produktif.

Dalam konteks ini, generasi muda khususnya Generasi Z menjadi aktor utama masyarakat digital. Dalam hal ini, Generasi Z merupakan kelompok penduduk yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Badan Pusat Statistik, 2020). Generasi ini tumbuh dengan media sosial dan perangkat digital sebagai keseharian mereka. Khattak et al. (2025) menjelaskan bahwa Generasi Z, sebagai *digital natives*, memiliki pola interaksi dan preferensi teknologi yang jauh lebih adaptif dibandingkan generasi sebelumnya. Namun, kapasitas masyarakat digital di Indonesia perlu dilihat secara lebih menyeluruh.

Data dari Kemkomdigi (2024) mengukur kondisi ini berdasarkan empat pilar utama: (1) infrastruktur dan ekosistem, (2) keterampilan digital, (3) pemberdayaan, (4) pekerjaan. Skor nasional Indonesia pada tahun 2024 mencapai 43,34, dengan pilar keterampilan digital sebagai skor tertinggi sebesar 58,25. Masyarakat dinilai sudah cukup mampu dalam menggunakan perangkat dan platform digital. Akan tetapi, pilar pemberdayaan mencatat skor terendah sebesar 25,66. Fakta ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z aktif secara digital, pemanfaatannya belum sepenuhnya optimal.

### **2.3 Instagram sebagai Media Sosial**

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang memudahkan penggunanya untuk berbagi momen dalam bentuk foto dan video kepada pengikutnya. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, Instagram telah menjadi salah satu aplikasi paling populer dengan berbagai fitur seperti *feed*, *story*, *reels*, dan *direct message*. Platform ini memungkinkan penggunanya untuk membangun identitas digital mereka melalui konten visual yang konsisten dan

estetik, sebagai budaya baru dalam menggunakan media sosial secara global (Manovich, 2017). Memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif setiap bulan, Instagram kini tidak hanya menjadi temat berbagi aktivitas, tetapi juga media untuk pencitraan diri, promosi, hingga ekspresi sosial

### **2.3.1 Akun Pertama Instagram**

Akun pertama di Instagram merupakan akun pertama yang dibuat oleh pengguna dan digunakan secara terbuka untuk berinteraksi dengan khalayak luas, seperti teman, keluarga, maupun publik. Akun ini sering kali menggunakan nama asli, menampilkan foto pribadi, dan membagikan momen-momen yang telah dipilih untuk mencerminkan citra diri yang positif. Budiyanto dan Aisyah (2022) menyatakan bahwa akun pertama digunakan sebagai sarana membentuk persepsi sosial dan menciptakan kesan yang baik melalui konten yang dipublikasikan. Dengan kata lain, akun pertama menjadi ruang bagi penggunanya untuk menunjukkan sisi diri yang dapat diterima oleh publik.

### **2.3.2 Akun Kedua Instagram**

Akun kedua adalah akun tambahan yang biasa digunakan oleh pengguna untuk mengekspresikan sisi diri yang lebih pribadi, bebas, dan terkadang anonim. Akun ini umumnya memiliki pengikut terbatas yang berasal dari lingkaran terdekat, serta menggunakan nama pengguna dan foto profil yang tidak mencerminkan identitas asli. Menurut J. Miles (2013) penggunaan akun kedua memberi ruang bagi pengguna untuk menampilkan konten yang tidak ingin mereka tampilkan di akun pertama, seperti keluhan, emosi pribadi, atau hobi tertentu.

## 2.4 Alasan Penggunaan Akun Kedua Instagram

Praktik penggunaan akun kedua Instagram merupakan hal lazim di kalangan generasi muda. Hal ini didasari oleh banyak alasan atau alasan dibalik penggunaannya. Oleh karenanya, berbagai penelitian terdahulu mengidentifikasi sejumlah alasan yang melatarbelakangi penggunaan akun kedua Instagram, sebagai berikut:

### 1. Kebebasan Berekspresi

Alasan kebebasan berekspresi dalam hal ini hadir sebagai ruang alternatif bagi para pengguna Instagram untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas tanpa memengaruhi citra diri yang ditampilkan pada akun pertama (Yunikawati et al., 2024). Pengguna tidak lagi merasa segan untuk mengekspresikan diri seperti halnya yang dirasakan pada penggunaan akun pertama. Alasan ini ditandai oleh unggahan yang bersifat spontan, personal, dan tidak berfokus pada citra publik. Dengan begitu, kebebasan berekspresi pada akun kedua tidak sebatas variasi konten yang diunggah, tetapi berkenaan dengan proses menemukan ruang aman bagi seseorang untuk menjadi diri mereka sendiri.

### 2. Privasi dan Keamanan

Alasan privasi dan keamanan berkenaan dengan kebutuhan individu untuk memiliki ruang digital yang lebih tertutup dan privasinya terjaga dari khalayak luas (Wattimena et al., 2022). Penggunaannya ditandai dengan pembatasan dan seleksi terhadap siapa yang dapat mengakses akun tersebut. Akun kedua tidak semata-mata hadir sebagai ruang aman, tetapi mengacu pada kontrol diri atas apa dan siapa saja yang dapat mengakses akun kedua Instagram. Hal ini dapat meminimalisir paparan publik dan menjaga kenyamanan ketika beraktivitas di media sosial Instagram.

### 3. Pengelolaan Kesan

Panjaitan (2022) dalam penelitiannya mengatakan, pengaturan kesan adalah alasan yang dilakukan dengan membuat dua akun Instagram dan

memilah konten sesuai dengan kebutuhan. Hal ini mencakup pemilahan konten berdasarkan akun, perbedaan persona yang ditampilkan, dan gaya unggahan yang disesuaikan dengan audiens. Melalui kedua ruang digital ini, pengguna dapat memisahkan antara citra diri ideal dan personalnya. Hal ini didukung oleh Chen (2023) yang mengatakan bahwa pengguna internet sangat dipengaruhi oleh respons yang didapatkan dari lingkungan digitalnya. Dengan begitu, pengelolaan kesan adalah respons seseorang terhadap budaya yang terbentuk dalam penggunaan akun pertama Instagram.

#### 4. Pelarian dari Tekanan

Alasan pelarian dari tekanan merupakan kondisi di mana pengguna membuat akun kedua Instagram untuk menghindari tekanan sosial dan ekspektasi digital pada akun pertama (Hermawati et al., 2021). Hal ini ditandai dengan lebih banyaknya interaksi dan aktivitas yang dilakukan di akun kedua. Identitas digital yang tercipta pada akun kedua adalah hasil dari pelarian, di mana penggunanya ingin menghindari pengalaman negatif yang berpotensi terjadi pada akun pertama. Dengan memanfaatkan akun kedua, pengguna dapat mengontrol kecemasan sosial dan ekspektasi publik di ruang digital tersebut.

### **2.5 Proses Terbentuknya Diri dan identitas pada Akun Kedua Instagram**

Konsep diri dan identitas merupakan konstruksi sosial yang terbentuk melalui proses interaksi dengan lingkungan. Diri berkembang ketika individu menyadari keberadaannya sebagai objek yang dapat dilihat dari sudut pandang orang lain. Kesadaran ini muncul melalui pengalaman sosial dan simbolik, di mana seseorang memaknai tindakannya berdasarkan tanggapan dari individu lain dan sekitarnya (Stets dan Burke, 2003).

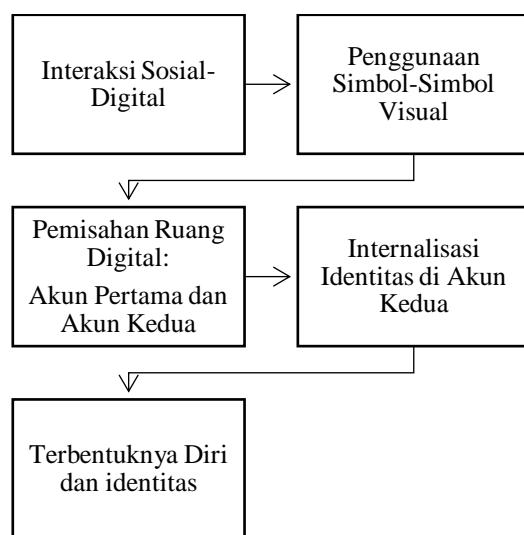
Kedirian terdiri atas dua dimensi utama, yaitu sisi spontan dan sisi yang dikondisikan oleh norma sosial dan ekspektasi lingkungan. Dalam aktivitas bermedia sosial, terutama di akun pertama, individu cenderung menampilkan citra diri yang positif. Sebaliknya, melalui akun kedua, pengguna dapat menunjukkan sisi dirinya yang lebih jujur, bahkan bertentangan dengan persona yang mereka tampilkan secara umum. Hal ini menunjukkan bahwa identitas bersifat dinamis, dapat berubah-ubah sesuai dengan konteks sosial yang dihadapi (Swann Jr. dan Bosson, 2010).

Konsep kedirian tidak dapat dilepaskan dari proses interaksi simbolik yang diinternalisasi melalui bahasa, gestur, serta simbol-simbol lain yang dibagikan dan dimaknai oleh individu berkenaan dengan siapa dirinya dalam struktur sosial. Proses ini berlangsung juga di media sosial, ketika respons seperti *like*, komentar, atau *direct message* menjadi bagian dari sistem simbolik untuk membentuk persepsi individu terhadap dirinya. Bahkan dalam ruang yang lebih tertutup seperti akun kedua, umpan balik sosial tetap memainkan peran penting dalam proses identifikasi dan afirmasi diri (Stets dan Burke, 2003).

Kedirian sebagai konstruksi sosial juga terlihat dalam perbedaan antara persona yang ditampilkan pada akun pertama dan akun kedua. Akun pertama sering kali menampilkan citra diri yang sesuaikan dengan norma sosial dan tuntutan pengakuan publik, sementara akun kedua digunakan untuk mengeksresikan sisi-sisi yang lebih privat, jujur, atau bahkan rapuh. Identitas yang ditampilkan bukanlah representasi diri yang tetap, melainkan respons terhadap struktur sosial yang terus berubah (Scott, 2006). Perbedaan ini mencerminkan bahwa identitas bersifat plural dan dapat berubah tergantung pada ruang sosial digital yang digunakan.

Proses terbentuknya diri dan identitas pada akun kedua Instagram berlangsung melalui beberapa tahapan. (1) interaksi sosial-digital antara pengguna dan pengikut akun kedua melalui komentar, *direct message*, dan respons terhadap unggahan. (2) interaksi tersebut kemudian dimediasi melalui penggunaan

simbol-simbol visual, seperti foto, video, penggunaan filter pada unggahan. (3) selanjutnya, pemisahan ruang digital antara akun pertama dan akun kedua kemudian menampilkan identitas sesuai konteks penggunaannya. (4) hal tersebut secara berulang dilakukan dan diinternalisasi sebagai bagian dari diri dan identitas seseorang. Alur proses terbentuknya diri dan identitas pada akun kedua Instagram dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Proses Terbentuknya Diri dan Identitas.  
Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

## 2.6 Teori Interaksionisme Simbolik

Teori Interaksionisme Simbolik merupakan teori yang berakar dari pemikiran George Herbert Mead, yang kemudian dikembangkan oleh Herbert Blumer ke dalam disiplin sosiologi. Secara menyeluruh, teori ini memandang bahwa makna dan interaksi sosial tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk melalui proses interpretasi antarindividu. Tindakan sosial dipahami sebagai hasil dari pemberian makna terhadap simbol-simbol sosial yang disepakati bersama melalui interaksi. Seseorang bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu itu baginya dari hasil interaksi sosial yang ditafsirkan (Wirawan, 2012).

Lebih lanjut, Blumer menekankan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif, melainkan dibentuk melalui proses interaksi dan interpretasi makna. Dalam ulasan *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, Bruce (1988) merangkum tiga asumsi dasar teori ini. Pertama, individu bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki hal tersebut baginya. Kedua, makna-makna itu terbentuk melalui proses interaksi sosial. Ketiga, makna-makna tersebut ditangani dan dimodifikasi melalui proses interpretatif yang berlangsung dalam tindakan.

Masyarakat terbentuk dari bawah ke atas melalui aktivitas dan interaksi simbolik yang dilakukan individu dalam kehidupan sehari-hari (Hastuti et al., 2018). Identitas bukanlah sesuatu yang tetap, melainkan dibentuk dan dinegosiasikan dalam hubungan sosial. Simbol dalam teori ini bukan sekadar media komunikasi, tetapi merupakan medium utama untuk menciptakan makna sosial, termasuk identitas diri (Jones et al., 2016). Identitas dibentuk dari hasil interpretasi simbol yang dilakukan secara terus-menerus dalam interaksi sosial.

Proses sosialisasi berperan penting dalam pembentukan identitas sosial individu. Melalui interaksi sosial, individu mulai memahami dan menginternalisasi nilai, norma, serta peran-peran yang berlaku di masyarakat (Doffana, 2005). Hal ini sangat relevan dalam konteks media sosial, di mana individu tidak hanya mengenali tetapi juga menyesuaikan identitasnya agar selaras dengan lingkungan digital yang dinamis. Dalam hal ini, keberadaan akun kedua dapat dipandang sebagai wujud dari upaya individu untuk merumuskan ulang identitasnya untuk memenuhi kebutuhan emosional mapun situasional.

Dengan demikian, Teori Interaksionisme Simbolik tidak hanya menjelaskan bagaimana identitas terbentuk melalui simbol dan interaksi, tetapi juga menekankan pentingnya menelusuri makna personal yang melekat pada individu di ruang-ruang digital, seperti akun kedua. Di tengah dinamika masyarakat digital yang semakin kompleks, teori ini memberikan landasan

yang kuat untuk memahami bagaimana individu menegosiasikan identitas, membentuk ekspresi diri, dan berinteraksi melalui platform media sosial Instagram.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Fenomena penggunaan akun kedua di Instagram sebagai ruang ekspresi pribadi telah menarik perhatian banyak peneliti dalam studi media sosial dan identitas digital. Yunikawati et al. (2024) dalam penelitiannya menyoroti bagaimana remaja menggunakan akun pertama dan akun kedua untuk memisahkan antara citra formal dan ekspresi diri yang lebih otentik. Menggunakan Teori Dramaturgi Erving Goffman dan Konsep *Looking Glass* Diri dari Cooley, penelitian ini menekankan bahwa identitas terbentuk melalui pertunjukan sosial dan respons orang lain. Akun kedua berfungsi sebagai ruang aman di mana pengguna dapat menampilkan sisi diri yang lebih jujur kepada lingkaran sosial yg terbatas.

Selanjutnya, penelitian oleh Panjaitan (2022) menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami strategi pengelolaan kesan melalui pembagian peran antara akun pertama dan akun kedua. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun akun kedua memberikan kebebasan ekspresi, pengguna juga mengalami dilema terkait autentisitas dan manipulasi identitas. Teori Interaksionisme Simbolik dari George Herbert Mead digunakan untuk menjelaskan ketegangan antara "I" sebagai diri spontan dan "Me" sebagai cerminan norma sosial. Akun kedua dalam dipahami sebagai respons terhadap tekanan sosial yang ditimbulkan oleh tuntutan kesempurnaan dan representasi diri di akun pertama.

Penelitian oleh Wattimena et al. (2022) mendukung perspektif bahwa akun kedua digunakan sebagai ruang ekspresi yang lebih privat, reflektif, dan lepas dari ekspektasi publik. Menggunakan Teori Dramaturgi dan Konsep Diri-

*Disclosure*, penelitian ini menekankan bahwa pengguna akun kedua membentuk identitas alternatif yang lebih jujur, sebagai respons terhadap tekanan sosial di akun pertama. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan akun kedua didorong oleh kebutuhan akan ruang ekspresi yang lebih nyaman digunakan dan aman dari penilaian negatif publik.

Studi oleh Hermawati et al. (2021) yang meneliti alasan pembuatan identitas palsu di Instagram juga relevan dengan penelitian ini. Meskipun berfokus pada akun palsu, penelitian ini mengungkap bahwa pembuatan identitas alternatif merupakan bentuk perlindungan psikologis dan strategi menghadapi ekspektasi sosial. Dengan menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik oleh George Herbert Mead, penelitian ini memahami akun kedua sebagai bentuk alternatif dari praktik tersebut dengan cara mengurasi konten yang lebih personal dan reflektif.

Terakhir, Chen (2023) dalam penelitiannya mengenai pengaruh Instagram dan Tiktok terhadap identitas digital menunjukkan bahwa penggunaan akun ganda memungkinkan pengguna menyesuaikan peran sosial berdasarkan audiens yang berbeda. Hal ini sejalan dengan konsep Erving Goffman mengenai *Diri-Presentation*, di mana pengguna memainkan peran tertentu di *front stage* untuk membangun citra diri yang diterima publik. Penelitian ini membahas pentingnya literasi digital dan refleksi diri dalam membentuk identitas yang sehat di media sosial.

Berdasarkan keseluruhan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun kedua Instagram berperan penting dalam proses pembentukan identitas digital. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek fungsional dan impresi sosial, tanpa menggali lebih dalam pengalaman subjektif individu. Oleh sebab itu, penelitian ini hadir untuk mengisi *gap* tersebut melalui pendekatan fenomenologi untuk memahami bagaimana pengguna media sosial Instagram dalam memaknai identitas mereka dalam konteks digital.

Tabel 2. Review Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil	Perbedaan
1	Yunikawati, L., Phaulina, C., Della Fitria, P., dan Prima, Y. S. (2024)	<i>A Personal Branding and Adolescent Diri-Identitas: Understanding the Role of First Accounts and Second Accounts in the Digital Context.</i>	87,8% responsden memiliki lebih dari satu akun, yakni akun kedua yang menjadi ruang ekspresi pribadi dan otentik.	Belum menggali pengalaman subjektif pengguna secara mendalam dalam membentuk diri dan identitas secara reflektif.
2	Panjaitan, A. F. P. (2022)	Pengaturan Kesan dalam Menggunakan <i>Second Account</i> Media Sosial Instagram: Studi Deskriptif pada Mahasiswa Sosiologi Universitas Islam Negeri Sunan ). Gunung Djati Bandung Angkatan 2017.	Akun kedua digunakan untuk megatur kesan yang ditampilkan. Namun, muncul ambivalensi autentisitas dan perasaan manipulatif di dalamnya.	Fokus pada <i>impression management</i> , belum menyoroti proses internalisasi identitas secara subjektif dan fenomenologis.
3	Wattimena, G. H. J. A., Ramadhani, Y. D., dan Marsetio, M. (2022)	<i>Second Account</i> Instagram sebagai Ruang Ekspresi Generasi Milenial.	Akun kedua digunakan sebagai ruang aman dan personal dari tekanan publik. Di sinilah kemudian terjadi dualitas identitas digital.	Belum mengeksplorasi proses pembentukan identitas sebagai proses reflektif dalam pengalaman harian.
4	Hermawati, T., Setyaningsih, R., dan Nugraha, R. P. (2021).	<i>Teen Motivation to Create Fake Identitas Account on Instagram Social Media.</i>	Identitas palsu dibuat untuk perlindungan psikologis dan eksistensi sosial, di mana identitas digital bersifat fleksibel.	Fokus pada identitas palsu, sementara penelitian ini meneliti identitas otentik penggunanya.
5	Chen, S. (2023)	<i>The Influence of Social Media Platforms on Diri-Identitas in The New Media Environment: The Case of Tiktok and Instagram.</i>	Akun kedua digunakan untuk menyesuaikan peran sosial. Dalam kasus ini muncul krisis identitas akibat ketimpangan identitas digital.	Tidak fokus pada akun kedua, tetapi memperkuat pentingnya literasi identitas dalam penggunaan akun ganda.

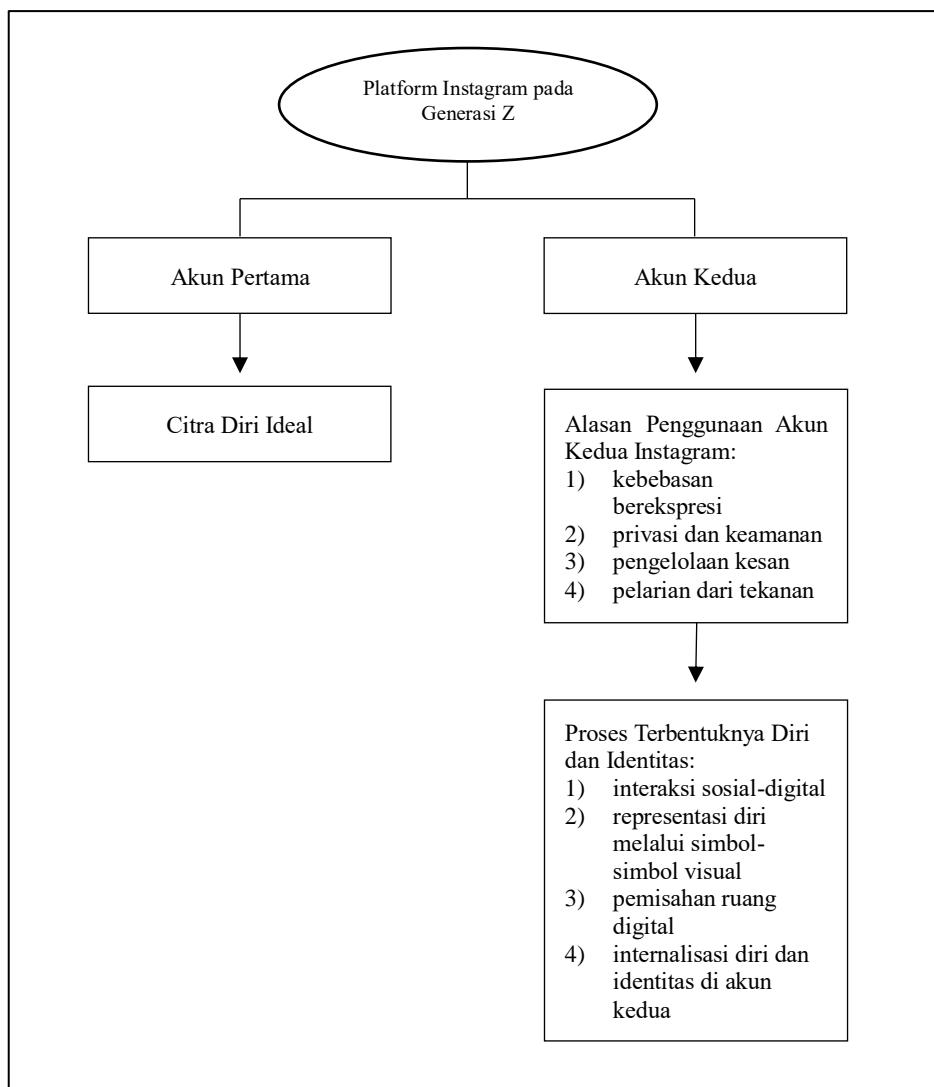
Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

## 2.8 Kerangka Berpikir

Media sosial bukan lagi sekadar ruang untuk berkomunikasi, tetapi juga ruang bagi individu membentuk dan menunjukkan siapa diri mereka. Perubahan ini berimplikasi terhadap cara individu membentuk, menampilkan, dan merespons identitas diri melalui media sosial. Instagram, yang awalnya berfungsi sebagai media berbagi momen secara visual, kini berkembang menjadi ruang interaksi simbolik. Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z saat ini cenderung mendapat tekanan untuk terus menampilkan citra diri yang ideal pada akun pertama Instagram. Hal ini kemudian menjadikan akun pertama sebagai akun yang terbuka untuk publik dengan berbagai ekspektasi dan penilaian orang lain di dalamnya.

Mengacu pada hal tersebut, fenomena penggunaan akun kedua Instagram merupakan respons terhadap tekanan yang dihasilkan dari penggunaan akun pertama. Di kalangan mahasiswa FISIP Unila, penggunaan akun ini bukan sekadar gaya hidup digital, lebih dari itu berkaitan dengan dinamika identitas. Setiap unggahan dan berbagai macam interaksi yang terjadi dalam platform ini dapat dimaknai sebagai hasil negosiasi diri di tengah tuntutan sosial yang terus-menerus datang.

Dalam penelitian ini, akun kedua diposisikan sebagai produk dari interaksi simbolik yang sebagaimana kerangka berpikir yang digambarkan pada gambar 2. Menggunakan pendekatan fenomenologi, fokus utama penelitian ini adalah menggali pengalaman mahasiswa FISIP Unila dalam membentuk dan menegosiasikan identitas dirinya melalui akun kedua Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami alasan dibalik penggunaan akun kedua sebagai respons terhadap tekanan sosial berdasarkan simbol-simbol digital yang digunakan. Lebih dari itu, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana praktik ini mencerminkan proses pembentukan diri dan identitas di era digital yang serba terbuka dan penuh tuntutan.



Gambar 2. Kerangka Berpikir.  
Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

**Keterangan:**

- Oval (*Terminator*): awal dan akhir proses
- Persegi Panjang (*Process*): tahapan proses dalam kerangka berpikir
- Panah (*Flow Line*): arah alur proses secara berurutan

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman secara mendalam pengalaman mahasiswa dalam menggunakan akun kedua. Seperti yang dijelaskan oleh Creswell dan Creswell (2018) bahwa pendekatan kualitatif dimulai dengan asumsi-asumsi dan penggunaan kerangka teoritis yang mengacu pada masalah penelitian dengan menekankan makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap masalah sosial tertentu. Karenanya, pendekatan ini memberikan ruang bagi peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman personal informan dalam konteks kehidupan digital mereka.

Metode fenomenologi digunakan dalam penelitian ini karena berfokus pada pengalaman yang dialami langsung oleh individu, serta bagaimana makna dari pengalaman tersebut terbentuk. Fenomenologi berfokus pada bagaimana individu memahami pengalaman yang dijalani, serta esensi dari pengalaman tersebut (Leavy, 2022). Dalam konteks ini, penggunaan akun kedua Instagram oleh mahasiswa dipandang sebagai bentuk pengalaman hidup bermakna dan hanya bisa diungkap melalui pendekatan fenomenologis yang memusatkan perhatian pada hasil refleksi personal informan.

Fenomenologi tidak hanya menawarkan cara untuk memahami pengalaman personal, tetapi juga memperlihatkan bagaimana realitas sosial dibentuk dari aktivitas manusia sehari-hari. Overgaard dan Zahavi (2009) menjelaskan bahwa fenomenolog sering kali menekankan pentingnya meneliti realitas sosial, sebagaimana kita mengalaminya dalam kehidupan sehari-hari. Lebih lanjut, realitas sosial pada dasarnya merupakan produk dari aktivitas manusia. Oleh karena itu, fenomenologi sangat relevan untuk mengkaji praktik digital seperti penggunaan akun kedua Instagram yang memiliki akar dalam penagalaman sosial dan kultural sehari-hari.

Pendekatan fenomenologi juga memberikan kontribusi besar terhadap pemahaman intersubjektivitas, yaitu cara kita memahami pengalaman orang lain dalam dunia sosial. Namun, Heap dan Roth (1973) dalam bukunya yang berjudul “*On Phenomenological Sociology*” menegaskan bahwa fenomenologi memerlukan proses pengurungan terhadap keyakinan pada dunia empiris, agar objek yang dituju dan tindakan intensional dapat diungkapkan secara murni. Penelitian ini tidak akan sekadar menyajikan narasi personal pertisipan, tetapi juga menggali makna-makna tersembunyi dibalik tindakan dan interaksi digital mereka dengan reflektif dan kritis.

Sebagai metode yang dikembangkan dari pemikiran Alfred Schutz, fenomenologi secara sosiologis mengarahkan perhatian pada dunia kehidupan sehari-hari (*life-world*) sebagai basis dari segala pemaknaan sosial. Metode fenomenologi yang digunakan pada penelitian ini mengutamakan deskripsi terhadap pengalaman individu dalam konteks sosial mereka. Fenomenologi digunakan untuk menggambarkan kehidupan manusia sebagai bagian dari realitas yang langsung dialami (Costelloe, 1996). Penelitian ini memosisikan pengalaman mahasiswa FISIP Unila pengguna akun kedua sebagai bagian dari realitas sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, pendekatan ini, dapat memahami fenomena penggunaan akun kedua Instagram lebih dari sekadar perilaku individual, melainkan sebagai hasil dari proses pemaknaan terhadap interaksi dan aktivitas yang terjadi dalam ruang digital.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung (Unila), khususnya pada kalangan mahasiswa yang aktif menggunakan akun kedua Instagram. FISIP Unila dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki jumlah mahasiswa yang dominan setiap tahunnya dan menunjukkan partisipasi aktif dalam penggunaan media sosial, Berdasarkan Unila dalam Angka tahun 2022 hingga 2024 jumlah mahasiswa FISIP Unila terus didominasi oleh perempuan (BPHM, 2025). Meskipun demikian, penelitian ini secara inklusif melibatkan mahasiswa laki-laki dan perempuan untuk memperoleh gambaran utuh mengenai dinamika penggunaan akun kedua Instagram sebagai ruang ekspresi pribadi. Lebih lanjut, keberadaan mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat digital yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi, dalam konteks ini media sosial Instagram menjadikan lokasi ini relevan untuk mengkaji fenomena penggunaan akun kedua di lingkungan akademik dan sosial.

### **3.3 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini tertuju pada dua aspek utama yang berkaitan dengan rumusan masalah. Pertama, memahami alasan penggunaan akun kedua Instagram oleh mahasiswa FISIP Unila sebagai ruang ekspresi pribadi yang lebih otentik dan privat. Alasan tersebut, yaitu (1) kebebasan berekspresi, (2) privasi dan keamanan, (3) pengelolaan kesan, (4) pelarian dari tekanan. Lebih lanjut, hal ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana pengguna merepresentasikan citra diri berbeda dari akun pertama, serta bagaimana hal tersebut dimaknai sebagai bentuk ruang aman untuk berekspresi.

Kedua, penelitian ini mengkaji bagaimana interaksi simbolik di akun kedua berimplikasi terhadap proses terbentuknya diri dan identitas. Berbeda dengan akun utama yang bersifat publik dan formal, akun kedua cenderung diikuti oleh

lingkaran sosial yang lebih kecil dan dipercaya. Dengan begitu, pengguna bebas mengekspresikan diri tanpa takut akan tekanan sosial dan penilaian negatif. Dengan menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik, penelitian ini menelusuri dinamika yang terjadi pada penggunaan akun kedua Instagram. Dengan kata lain, penelitian ini melihat bagaimana setiap aktivitas dan respons yang diterima berperan dalam proses negosiasi identitas digital bagi penggunanya di lingkungan akademik FISIP Unila.

### 3.4 Kriteria Informan

Informan penelitian ini adalah mahasiswa FISIP Unila yang menggunakan akun kedua di Instagram. Mahasiswa dipilih karena secara statistik mendominasi populasi FISIP Unila dan memiliki kecenderungan lebih aktif menggunakan media sosial. Mereka menjadi representasi dari kelompok masyarakat digital yang mengalami tekanan sosial dan membentuk identitas diri dalam dua ruang sosial yang berbeda: akun pertama dan akun kedua.

Dalam penelitian kualitatif, informan penelitian sering kali disebut sebagai informan. Menurut Creswell dan Creswell (2018), informan adalah individu atau kelompok yang dianggap memiliki pengalaman atau pengetahuan mendalam terhadap permasalahan yang dikaji. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive*, yaitu teknik pengambilan sampel secara non-acak yang didasarkan pada pertimbangan tertentu peneliti. Menurut Bryman (2012), *purposive* memungkinkan peneliti untuk memilih informan secara strategis agar sesuai dengan pertanyaan dan tujuan penelitian.

Adapun kriteria subjek yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif yang sedang menempuh pendidikan di FISIP Unila.
2. Memiliki minimal dua akun Instagram, yaitu akun pertama dan akun kedua.

3. Masing-masing akun memiliki aktivitas dalam 30 hari terakhir, yang dapat diverifikasi melalui data aktivitas akun.

Ketika melakukan penelitian di lapangan, peneliti terlebih dahulu menyampaikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, bentuk keterlibatan informan dalam penelitian, dan jaminan kerahasiaan identitas informan. Dalam hal ini, informan secara sukarela memberikan informasi dan berhak menolak dan menghentikan keterlibatannya dalam penelitian ini kapan pun. Untuk itu, setelah mengambil data, peneliti mengembalikan informasi yang didapatkan kepada informan dalam bentuk *member checking* menggunakan Google Formulir. Persetujuan informan dalam penelitian ini diberikan secara lisan sebelum proses wawancara dilaksanakan.

Dalam penelitian ini, telah diperoleh 10 orang informan yang dipilih berdasarkan kriteria di atas. Para informan merupakan mahasiswa aktif yang memiliki dan menggunakan akun kedua Instagram sebagai bagian dari aktivitas bermedia sosial. Informan yang terdiri dari empat laki-laki dan enam perempuan ini memiliki latar belakang jurusan yang beragam. Usia informan yaitu antara 17 hingga 21 tahun, dengan sebagian besar merupakan pengguna aktif Instagram sejak Sekolah Menengah Atas (SMA).

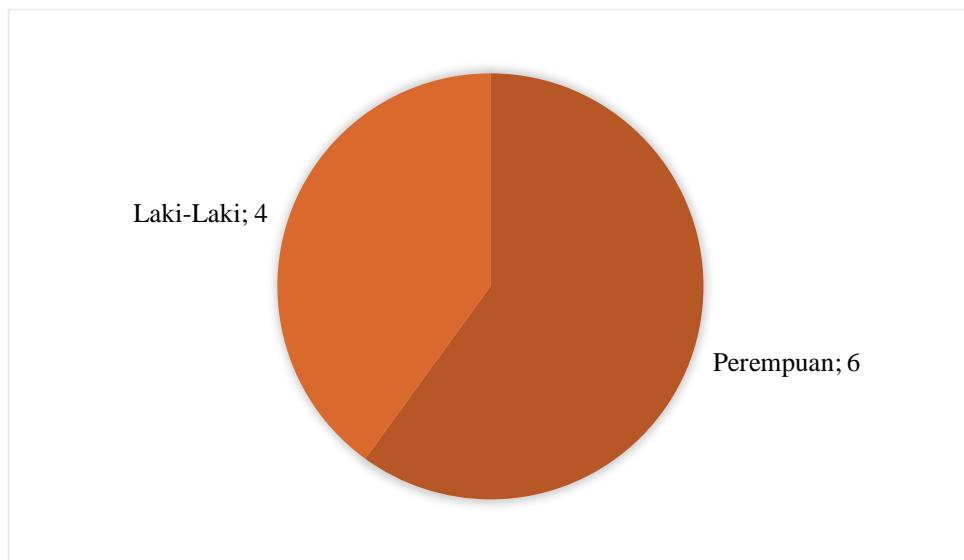
Tabel 3. Profil Informan Penelitian

No	Nama Informan	Jenis Kelamin	Usia	Program Studi	Semester
1	NS	Perempuan	21	Sosiologi	7
2	RA	Perempuan	21	Ilmu Administrasi Negara	7
3	GW	Laki-Laki	19	Sosiologi	1
4	FA	Perempuan	21	Hubungan Internasional	7
5	SN	Perempuan	21	Hubungan Internasional	7
6	MS	Laki-Laki	21	Ilmu Administrasi Bisnis	7
7	CH	Perempuan	21	Ilmu Komunikasi	5
8	RF	Laki-Laki	17	Ilmu Administrasi Bisnis	1

No	Nama Informan	Jenis Kelamin	Usia	Program Studi	Semester
9	NK	Perempuan	18	Ilmu Administrasi Bisnis	1
10	AS	Laki-Laki	20	Ilmu Pemerintahan	5

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

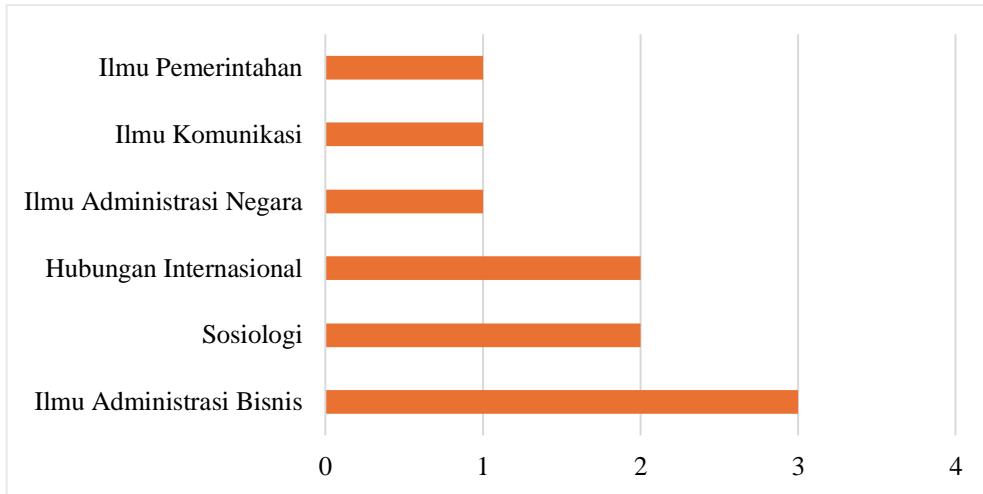
Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas informan merupakan mahasiswa semester tujuh, dengan rentang usia 17-21 tahun. Seluruh informan berasal dari program studi yang ada di FISIP Unila, yaitu Sosiologi, Ilmu Administrasi Negara, Hubungan Internasional, Ilmu Administrasi Bisnis, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Pemerintahan. Untuk memperjelas distribusi demografis informan dalam penelitian ini, komposisi jenis kelamin dan program studi informan digambarkan sebagai dalam diagram berikut ini.



Gambar 3. Distribusi Jenis Kelamin Informan.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan gambar 3, mayoritas informan berjenis kelamin perempuan sebanyak 6, sedangkan laki-laki sebanyak 4. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena penggunaan akun kedua Instagram di kalangan mahasiswa FISIP Unila didominasi oleh perempuan.



Gambar 4. Distribusi Program Studi Informan.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Sementara itu, gambar 4 mengambarkan keragaman asal program studi informan penelitian. Keragaman ini memberikan peluang bagi peneliti untuk memperoleh informasi dan sudut pandang informan yang beragam mengenai praktik penggunaan akun kedua Instagram oleh mahasiswa FISIP Unila.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Creswell dan Creswell (2018), pengumpulan data dalam pendekatan kualitatif melibatkan pengumpulan secara langsung dari informan melalui berbagai teknik, seperti wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan materi audio-visual. Teknik pengumpulan data ini bersifat fleksibel dan bergantung pada konteks, lokasi, serta karakteristik informan yang diteliti.

Dalam pendekatan fenomenologi, peneliti berupaya untuk memahami makna dari pengalaman hidup individu, sehingga data yang dikumpulkan harus mampu mengungkap narasi subjektif secara utuh dan reflektif. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan empat teknik utama dalam pengumpulan data yang memungkinkan peneliti memperkaya data mengenai

bagaimana diri dan identitas terbentuk dalam ruang ekspresi digital, yakni pada penggunaan akun kedua Instagram.

Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan secara semi terstruktur dengan panduan pertanyaan yang fleksibel. Teknik ini digunakan untuk menggali narasi personal mahasiswa FISIP Unila pengguna akun kedua Instagram, terutama mengenai alasan penggunaannya dan pengalaman mereka dalam menghadapi tekanan sosial di media sosial. Hasil wawancara direkam (dengan persetujuan informan) dan ditranskrip untuk dianalisis secara tematik. Dalam hal ini, peneliti telah melakukan wawancara terhadap 10 informan sebagai berikut:

- a. Wawancara dengan Informan NS dilakukan pada 25 Agustus 2025 pukul 12.30 WIB di Gedung C, Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Unila.
- b. Wawancara dengan Informan RA dilakukan pada 25 Agustus 2025 pukul 14.30 WIB di Gedung G, Pascasarjana, FEB Unila.
- c. Wawancara dengan Informan GW dilakukan pada 25 Agustus 2025 pukul 15.00 WIB di Gedung C, Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Unila.
- d. Wawancara dengan Informan FA dan SN dilakukan bersamaan pada 26 Agustus 2025 pukul 12.00 WIB di Taman FISIP Unila.
- e. Wawancara dengan Informan MS dilakukan pada 29 Agustus 2025 pukul 13.00 WIB di Mimbar FISIP Unila.
- f. Wawancara dengan Informan CH dilakukan pada 06 November 2025 pukul 10.00 WIB di Taman FISIP Unila.
- g. Wawancara dengan Informan RF dan NK dilakukan bersamaan pada 06 November 2025 pukul 12.00 WIB di Taman FISIP Unila.
- h. Wawancara dengan AS dilakukan pada 06 November 2025 pukul 13.00 WIB di Gedung D, Jurusan Ilmu Pemerintahan, FISIP Unila.

## 2. Observasi

Observasi dilakukan sebanyak dua tahap: (1) terhadap profil Instagram informan, (2) terhadap aktivitas akun informan, untuk memahami konteks perilaku dan aktivitas akun kedua Instagram secara menyeluruh. Observasi ini bersifat non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam interaksi digital informan, tetapi mengamati cara mereka mengekspresikan diri melalui aktivitas yang dilakukan. Tujuannya adalah untuk menangkap dinamika ekspresi diri yang tidak selalu terungkap dalam wawancara, serta memperkuat validitas data melalui pengamatan langsung.

Pertama, observasi terhadap profil Instagram akun pertama dan akun kedua informan dilakukan pada hari yang sama dengan hari wawancara berlangsung. Secara lebih jelas waktu tersebut di antaranya pada 25-29 Agustus 2025 dan 06 Agustus 2025. Kedua, observasi lanjutan dilakukan dalam waktu tujuh hari, dimulai pada 06 November-12 November 2025 terhadap akun kedua Instagram informan. Observasi lanjutan dilakukan untuk menganalisis lebih dalam intensitas penggunaan akun dan aktivitas informan melalui konten yang diunggah setiap harinya.

Tabel 4. Pedoman Observasi

Aspek yang Diamati	Hasil yang Didapatkan
Konten yang Diunggah	Akun pertama: branding Akun kedua: ekspresi diri dan arsip visual
Interaksi Sosial	Akun pertama: lingkaran luas Akun kedua: lingkaran terdekat
Elemen Visual dan Identitas Pengguna	Terdapat pemisahan diri yang ditampilkan secara visual: - Akun pertama: diri ideal - Akun kedua: diri otentik
Rata-Rata Harian Penggunaan Akun	<i>Engagement</i> lebih tinggi pada akun kedua, yang berimplikasi terhadap kebutuhan ekspresi diri.
Perbedaan Akun Pertama dan Akun Kedua	Jumlah pengikut pada masing-masing akun mencerminkan tujuan penggunaan dan jangkauannya.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan bukti visual berupa tangkapan layar (*screenshot*) dari akun kedua Instagram informan yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, dokumentasi dilakukan sebagai data pelengkap yang membantu memperkaya analisis, serta memberikan gambaran konkret tentang bagaimana identitas dibentuk dan ditampilkan dalam ruang digital. Dokumentasi berlangsung secara simultan dengan proses wawancara dan observasi. Hal ini bertujuan untuk memastikan konsistensi antara narasi yang diungkapkan dan aktivitas aktual informan dalam menggunakan akun kedua Instagram. Dokumen yang peneliti gunakan untuk menambah data dalam penelitian ini antara lain:

- a. Dokumentasi tampilan akun pertama dan akun kedua informan yang diperoleh dari penelusuran langsung pada profil masing-masing informan.
- b. Dokumentasi rata-rata harian penggunaan akun pertama dan akun kedua informan yang diperoleh melalui tangkapan layar pada akun Instagram informan.
- c. Buku-buku, artikel ilmiah, dan publikasi jurnal yang membahas praktik penggunaan akun kedua Instagram dalam konteks masyarakat digital.
- d. Foto-foto pendukung yang diperoleh secara langsung ataupun melalui tangkapan layar pada akun Instagram informan selama proses pengumpulan data.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengikuti model kombinasi yang disusun oleh M. B. Miles et al., (2014) dengan tiga langkah analisis yang terdiri dari reduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi:

1. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu proses memilah, menyederhanakan, dan menyeleksi data dari hasil wawancara mendalam dengan mahasiswa FISIP Unila. Pada tahap ini, peneliti menelaah temuan yang telah didapatkan berkaitan dengan pengalaman informan dalam menggunakan akun kedua Instagaram. Reduksi data dilakukan dengan mengidentifikasi pernyataan-pernyataan yang mencerminkan pengalaman pengguna akun kedua Instagram, lalu mengelompokkannya menjadi tema-tema yang relevan dengan fokus penelitian. Kategorisasi dan pengkodean tema dalam tahapan ini disusun melalui pemberian label kode pada setiap indikator yang telah ditetapkan. Pemberian label ini dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam menelusuri keterkaitan antara indikator dan temuan di lapangan.

Tabel 5. Kategorisasi dan Pengkodean Tema

Tema	Sub Tema	Indikator	Label
Alasan Penggunaan Akun Kedua Instagram	Kebebasan Berekspresi	Unggahan Spontan Ekspresi Diri Menjadi Diri Sendiri Tidak Mementingkan Citra Publik	A-1 A-2 A-3 A-4
	Privasi dan Keamanan	Akun Tertutup Pengikut Dibatasi Rasa Aman dan Nyaman	B-1 B-2 B-3
	Pengelolaan Kesan	Pemisahan Konten Perbedaan Persona Pengelolaan Citra	C-1 C-2 C-3
	Pelarian dari Tekanan	Menghindari Tekanan Sosial Pengalaman Negatif Mengurangi Kecemasan	D-1 D-2 D-3
Proses Terbentuknya Diri dan Identitas pada Akun Kedua Instagram	Interaksi Sosial-Digital	Komentar dari Pengikut Pesan Langsung (DM) Respons terhadap Unggahan	E-1 E-2 E-3
	Penggunaan Simbol-Simbol Visual	Unggahan Foto Unggahan Video Penggunaan Filter	F-1 F-2 F-3
	Pemisahan Ruang Digital	Pemisahan Akun Pertama dan Kedua Penyesuaian Identitas Berdasarkan Akun Unggahan Berdasarkan Konteks Audiens	G-1 G-2 G-3
	Internalisasi Diri dan Identitas di Akun Kedua	Persepsi Sosial Persepsi Diri	H-1 H-2

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

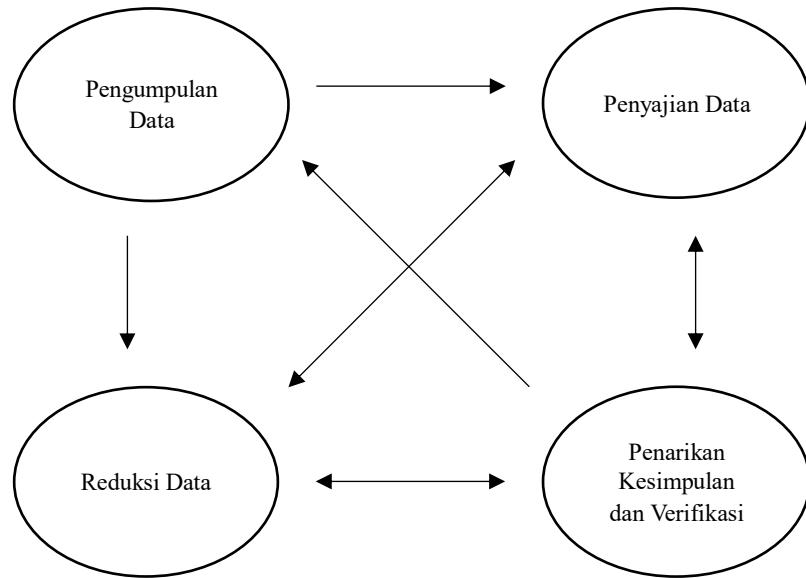
2. Tahap kedua adalah penyajian data, di mana data yang telah direduksi disusun ke dalam narasi tematik atau tabel temuan. Hal ini dilakukan untuk menggambarkan alasan penggunaan dan proses terbentuknya diri dan identitas dalam penggunaan akun kedua Instagram. Penyajian ini bertujuan untuk memudahkan interpretasi terhadap pengalaman subjektif mahasiswa FISIP Unila dalam menggunakan akun kedua Instagram.

Tabel 6. Hasil Kategorisasi dan Pengkodean Tema

Tema	Sub Tema	Label	Informan
Alasan Penggunaan Akun Kedua Instagram	Kebebasan Berekspresi	A-1 A-2 A-3 A-4	NS, GW GW, SN MS CH
	Privasi dan Keamanan	B-1 B-2 B-3	NS, RA, GW, FA, CH, NK MS, CH, AS NK
	Pengelolaan Kesan	C-1 C-2 C-3	RA, MS, NK, AS RA, CH, NK SN, CH, AS
	Pelarian dari Tekanan	D-1 D-2 D-3	FA, MS NS, RA, CH SN
Proses Terbentuknya Diri dan Identitas pada Akun Kedua Instagram	Interaksi Sosial Digital	E-1 E-2 E-3	NS, SN, NK GW, RF NS, RA, MS, NK
	Penggunaan Simbol-Simbol Visual	F-1 F-2 F-3	NS, RA, GW, SN, CH, NK NS, GW, NK RA, CH
	Pemisahan Ruang Digital	G-1 G-2 G-3	NS, GW, FA, SN, MS, CH, RF, NK, AS NS, SN, MS, CH, RF, AS NS, RA, FA, SN, CH, AS
	Internalisasi Diri dan Identitas di Akun Kedua	H-1 H-2	RA, GW, FA, MS, CH, AS NS, RA, GW, MS

Sumber Diolah oleh Peneliti (2025)

3. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses memahami makna dari data secara mendalam. Peneliti melakukan interpretasi dan verifikasi secara berulang melalui pengecekan silang data (triangulasi), *member checking*, dan *external audit*. Melalui tahapan ini, peneliti dapat menangkap esensi dan pembentukan diri dan identitas pengguna akun kedua Instagram di kalangan mahasiswa FISIP Unila.



Gambar 5. Teknik Analisis Data.

Sumber: M. B. Miles et al. (2014)

### 3.7 Teknik Keabsahan Data

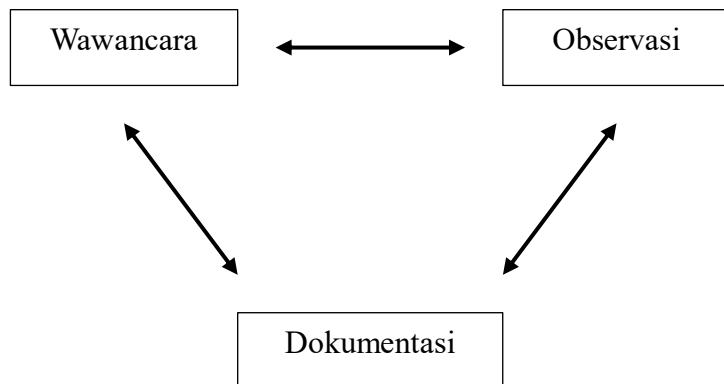
Keabsahan data dalam penelitian kualitatif sangat penting untuk menjamin bahwa temuan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan realitas dan pengalaman informan. Menurut Creswell dan Creswell (2018), validitas dalam kualitatif yaitu ketika peneliti memeriksa keakuratan temuan dengan menerapkan prosedur tertentu. Artinya, peneliti bertanggung jawab untuk memastikan bahwa proses interpretasi data tidak terdistorsi oleh bias pribadi, asumsi, atau kekeliruan dalam memahami makna yang disampaikan informan.

Dalam konteks metode fenomenologis, keabsahan data menjadi krusial karena penelitian ini berupaya menggali makna subjektif dan esensial dari pengalaman hidup informan. Dengan demikian, peneliti menggunakan beberapa strategi validitas sebagaimana dijelaskan Creswell, yaitu kepercayaan (*trustworthiness*), keaslian (*authenticity*), dan kredibilitas (*credibility*) untuk menjaga integritas dan kualitas penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan tiga teknik dalam memastikan keabsahan data oleh Creswell sebagai berikut:

### 1. Triangulasi Data

Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan dan mengonfirmasi temuan dari berbagai sumber data, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik ini membantu peneliti memastikan konsistensi temuan dan memperkuat validitas hasil penelitian. Triangulasi memungkinkan munculnya pemahaman yang lebih utuh terhadap fenomena yang diteliti, karena data yang diperoleh berasal dari perspektif dan konteks yang berbeda saling dan melengkapi.

Setelah seluruh data terkumpul, peneliti menemukan konsistensi antara pernyataan informan dan perilaku aktual mereka dalam menggunakan akun kedua Instagram. Temuan-temuan dari hasil wawancara yang menggambarkan alasan penggunaan akun kedua Instagram diperkuat melalui hasil observasi dan dokumentasi. Triangulasi ini memastikan keabsahan data, sehingga interpretasi dan analisis yang dihasilkan sesuai dengan kondisi faktual di lapangan.



Gambar 6. Triangulasi Data.  
Sumber: Creswel dan Creswel (2018)

## 2. *Member Checking*

*Member checking* dilakukan dengan cara mengembalikan hasil interpretasi atau temuan sementara kepada informan untuk mendapatkan konfirmasi, klarifikasi, atau masukan. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa makna yang ditangkap oleh peneliti sesuai dengan pengalaman asli informan. Dalam penelitian ini, peneliti meminta informan untuk membaca kembali transkrip wawancara atau ringkasan temuan melalui Google Formulir, serta memberikan umpan balik terhadap hal tersebut. Proses ini bertujuan agar tidak terjadi kesalahan interpretasi, serta untuk memperkuat kredibilitas data yang dikumpulkan.

Berdasarkan sebaran formular *member checking* yang telah peneliti lakukan, seluruh informan menyatakan bahwa transkrip wawancara dan temuan lainnya sudah sesuai dengan data yang sebenarnya. Selain itu, tidak terdapat koreksi berkenaan dengan substansi ataupun informasi yang perlu ditambahkan. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa temuan penelitian telah merefleksikan pengalaman informan dengan akurat sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

**Formulir Member Checking Penelitian**

Saya, Laula Khairun Nisa, mahasiswa Program Studi S1 Sosiologi Universitas Lampung, telah melakukan penelitian berjudul "**Self and Identity Pengguna Akun Kedua Instagram sebagai Bentuk Ruang Ekspresi Pribadi pada Masyarakat Digital.**" Tahap *member checking* ini dilakukan untuk memastikan ketepatan interpretasi data sebelum penulisan akhir.

Formulir ini berisi ringkasan temuan atau kutipan wawancara yang berkaitan dengan pengalaman Anda. Silakan membaca kembali bagian tersebut dan memberikan konfirmasi, koreksi, atau masukan apabila ada hal yang dirasa kurang sesuai.

Terima kasih atas waktu dan kesediaan Anda untuk membantu proses verifikasi data ini.

\* Indicates required question

Gambar 7. Google Formulir *Member Checking*.  
Sumber: Google Formulir

### 3. *External Audit*

Teknik ini melibatkan pihak luas yang kompeten untuk meninjau proses dan hasil penelitian secara keseluruhan. Tujuannya untuk memastikan bahwa penelitian dilakukan secara sistematis, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Peneliti melibatkan melibatkan dosen pembimbing dan mahasiswa sosiologi untuk mereview catatan lapangan, transkrip wawancara, dan laporan temuan. Dengan dilakukannya *external audit*, keabsahan dan transparansi proses penelitian dapat diperkuat secara objektif.

## **IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

#### **4.1.1 Universitas Lampung sebagai Lembaga Pendidikan**

Penelitian ini dilakukan di Universitas Lampung (Unila), perguruan tinggi pertama dan terbesar di Provinsi Lampung. Unila dari hasil aspirasi masyarakat dan tokoh-tokoh daerah yang berdiri sejak 23 September 1965. Gagasan didirikannya Unila diawali dengan pembentukan Yayasan Pembina Perguruan Tinggi Lampung (YPPTL) oleh sejumlah tokoh, di antaranya Kusno Danupoyo, Zainal Abidin Pagar Alam, Alhusniduki Hanim, Prof. Rasyid Machsus Akrabi, dan Prof. Hilman Hadikusuma. Unila berperan sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kebudayaan di wilayah Sumatera bagian Selatan.

(Unila, 2024) Surat Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan (PTIP) Nomor 195 Tahun 1965, Unila resmi berdiri dengan dua fakultas, yaitu Fakultas Hukum dan Fakultas Ekonomi. Setelah itu, berdirilah fakultas-fakultas baru, yakni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (1968), Fakultas Pertanian (1973), Fakultas Teknik (1991), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (1995), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (1995), Program Pascasarjana (1999), serta Fakultas Kedokteran (2011).

Pada mulanya, kegiatan perkuliahan Unila berlangsung di beberapa lokasi, antara lain di Jalan Hasanudin No.34, Jalan Jendral Suprapto No.61 Tanjung Karang, dan Kompleks Jalan Sorong Cimeng Teluk Betung. Namun, saat ini kegiatan akademik dipusatkan di Kampus Gedongmeneng, Bandar Lampung sebagai pusat pendidikan, penelitian, dan administrasi universitas. Lebih lanjut, secara geografis Unila yang berlokasi di Kota Bandar Lampung, ibu kota Provinsi Lampung memiliki posisi yang strategis yang kaya secara ekologis dan sosial. Lokasi ini berbatasan langsung dengan Laut Jawa di Timur, Samudra Hindia di Barat, Provinsi Sumatera Selatan dan Bengkulu di Utara, juga Selat Sunda di Selatan (Unila, 2024).

Lebih dari itu, Lampung dikenal sebagai wilayah dengan keragaman etnis dan budaya akibat Sejarah panjang program transmigrasi nasional sejak tahun 1950-an, yang membawa masyarakat dari berbagai daerah di Indonesia. *Nemui nyimah* atau keterbukaan terhadap pendatang sebagai bagian dari falsafah hidup Pesenggiri tercermin dalam kehidupan sivitas akademika Unila. Dengan kultur sosial-budaya yang terbuka dan inklusif, Unila tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan formal. Lebih dari itu sebagai ruang sosial tempat berlangsungnya interaksi simbolik, identitas, dan ekspresi diri mahasiswa.

#### **4.1.2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Unila adalah salah satu fakultas yang berperan penting dalam pengembangan kajian ilmu sosial, politik, dan budaya di Universitas Lampung. Pada awal berdirinya pada tahun 1986, FISIP membuka Program Studi Sosiologi dan Ilmu Pemerintahan. Tujuan didirikannya fakultas ini adalah untuk menyelenggarakan pendidikan tinggi yang mampu menghasilkan

lulusan berkualitas, berintegritas, dan memiliki kepekaan terhadap dinamika sosial dan politik masyarakat.

Dalam perkembangannya, FISIP memiliki Sembilan program studi, terdiri atas enam program Sarjana (S1) dan tiga program Diploma (D3) yang peneliti tampilkan pada tabel berikut.

**Tabel 7. Program Studi FISIP Unila**

Program Studi	Akreditasi	Jumlah Dosen	Daya Tampung
S1 Hubungan Internasional	B	14	200
S1 Ilmu Administrasi Negara	A	24	200
S1 Ilmu Komunikasi	A	27	200
S1 Ilmu Pemerintahan	B	23	200
S1 Ilmu Administrasi Bisnis	Unggul	24	200
S1 Sosiologi	A	20	200
D3 Administrasi Perkantoran	B	22	50
D3 Hubungan Masyarakat	B	23	50
D3 Perpustakaan	A	17	40

Sumber: Profil Prodi Universitas Lampung (2024)

Kegiatan akademik di FISIP Unila cukup dinamis melalui seminar, kolaborasi penelitian, serta program internasional yang melibatkan universitas mitra. Secara kelembagaan, setiap program studi di FISIP memiliki status akreditasi yang menunjukkan kualitas akademik civitas akademika di dalamnya. Kultur akademik FISIP terbiasa berdialog mengenai isu-isu aktual, baik yang berisifat lokal maupun global, dibuktikan dengan adanya komunitas diskusi yang secara reguler membuka ruang diskusi publik di kampus dan media sosial.

Kultur akademik FISIP Unila yang progresif dan interaktif menjadikan penelitian mengenai praktik penggunaan akun kedua Instagram sebagai ruang ekspresi pribadi mahasiswa relevan untuk dilakukan. Dalam konteks di FISIP Unila, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan ruang interaksi simbolik. Mahasiswa membangun hubungan sosial dan identitas dirinya dari berbagai ruang, termasuk ruang digital di dalamnya. Dengan demikian, FISIP Unila

sebagai lokasi penelitian berkenaan langsung dengan kehidupan akademik, budaya digital, dan proses pembentukan identitas mahasiswa di dalamnya.

#### **4.1.3 Mahasiswa FISIP Pengguna Akun Kedua Instagram**

Mahasiswa FISIP Unila merupakan bagian dari masyarakat digital yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Hal ini dibuktikan dengan keberadaan akun Instagram resmi yang dikelola oleh FISIP Unila. Akun ini telah memiliki lebih dari tujuh ribu pengikut yang berasal dari mahasiswa aktif, civitas akademika, alumni, dan masyarakat umum. Jumlah pengikut tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram FISIP Unila cukup memiliki jangkauan luas. Akun ini juga berperan sebagai salah satu sumber informasi utama bagi mahasiswa yang berkenaan dengan lingkungan fakultas.

Jenis konten yang diunggah pada akun ini mencakup informasi akademik, prestasi dosen dan mahasiswa, dan dokumentasi aktivitas akademik dan kemahasiswaan. Konten-konten tersebut disajikan dalam bentuk visual foto ataupun video yang bersifat formal. Akun ini cenderung merepresentasikan citra FISIP Unila terhadap khalayak luas. Identitas yang dibangun melalui akun ini merepresentasikan profesionalisme dan kredibilitas Universitas Lampung sebagai Lembaga pendidikan. Dengan begitu, akun Instagram FISIP Unila secara digunakan untuk membangun identitas akademik di ruang digital, dalam hal ini di Instagram.



Gambar 8. Akun Instagram FISIP Unila.

Sumber: Instagram FISIP Unila (2025)

Lebih dari itu, mahasiswa FISIP juga terlibat dalam ruang-ruang digital lainnya di Instagram. Kehadiran berbagai akun komunitas diskusi, seperti @pojokfisipunila dan @taman\_diskusi menunjukkan adanya kesadaran dalam mengelola ruang digital di kalangan mahasiswa FISIP Unila. Fakta ini turut mendorong mahasiswa untuk menggunakan Instagram sebagai media yang banyak diakses oleh sesama mahasiswa. Di sisi lain, penggunaan akun kedua Instagram hadir sebagai respon terhadap berbagai hal yang telah disebutkan pada kerangka berpikir. Karenanya, mahasiswa FISIP Unila merasa perlu membuat akun alternatif untuk membentuk diri dan identitas lainnya dengan intensitas tertentu ketika menggunakan akun kedua Instagram.

## VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta hasil dan pembahasan mengenai alasan dan proses terbentuknya diri dan identitas pengguna akun kedua Instagram, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Alasan penggunaan akun kedua oleh mahasiswa FISIP Unila berakar pada empat hal, yaitu:
  - Pertama, alasan kebebasan berekspresi mengacu pada penggunaan akun kedua untuk mengekspresikan diri tanpa merasa perlu memikirkan penilaian orang lain.
  - Kedua, alasan privasi dan keamanan yaitu akun kedua yang digunakan secara lebih privat untuk membagikan aktivitas dan pengalaman sosial yang lebih personal.
  - Ketiga, alasan pengelolaan kesan di mana akun kedua diposisikan untuk menampilkan sisi diri yang santai tanpa tekanan seperti pada akun pertama.
  - Keempat, alasan pelarian dari tekanan di mana akun kedua menjadi ruang aman bagi penggunanya untuk melakukan aktivitas dengan lingkaran sosial yang lebih kecil.

Keempat alasan tersebut merupakan bagian dari budaya digital di kalangan Generasi Z. Dalam hal ini, perasaan FOMO dan tren digital menjadi faktor yang memengaruhi Generasi Z sebagai *digital natives* dalam menggunakan akun kedua Instagram.

2. Proses terbentuknya diri dan identitas pada mahasiswa FISIP Unila pengguna akun kedua Instagram terbentuk melalui interaksi simbolik yang berlangsung secara berulang antara pemilik akun dan pengikut. Proses interaksi simbolik menunjukkan pola yang berbeda berdasarkan gender, di mana laki-laki lebih konsisten dan perempuan lebih adaptif. Aktivitas dan interaksi yang terjadi di akun kedua tidak sekadar berfungsi sebagai aktivitas komunikasi biasa, melainkan juga sebagai manifestasi pertukaran simbol antar individu.
3. Proses terbentuknya diri dan identitas di kalangan mahasiswa FISIP Unila mencakup: (1) interaksi sosial-digital, (2) penggunaan simbol-simbol visual, (3) pemisahan ruang digital, (4) internalisasi diri dan identitas di akun kedua. Temuan ini didukung oleh Teori Interaksionisme Simbolik oleh Blumer di mana identitas individu tercipta dari interaksi sosial yang berlangsung secara terus-menerus. Tindakan yang dihasilkan dari proses sosial ini merupakan bagian dari pengalaman sosial mahasiswa dalam mengalami, menilai, dan memaknai keberadaannya di tengah masyarakat digital. Proses tersebut sejalan dengan konsep diri dan identitas menurut Scott, yang memandang identitas sebagai hasil refleksi atas pengalaman sehari-hari individu.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat sejumlah rekomendasi yang bersifat praktis bagi berbagai pihak yang terlibat dalam ekosistem media sosial dan kajian masyarakat digital, di antaranya:

1. Bagi Pengguna Media Sosial (Mahasiswa)

Mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial diharapkan dapat lebih reflektif dalam memahami makna dan tujuan di balik aktivitas digital yang dilakukan. Melalui pemahaman ini, mahasiswa dapat membangun

keseimbangan antara kebebasan berekspektasi dan tanggung jawab terhadap konten-konten yang diunggah. Selain itu, mahasiswa perlu menumbuhkan kesadaran digital (*digital awareness*) untuk memahami bahwa setiap aktivitas, termasuk interaksi di media sosial tetap memiliki implikasi terhadap kehidupan individu pada masyarakat digital.

## 2. Bagi Akademisi dan Peneliti

Fenomena penggunaan akun kedua Instagram membuka peluang terhadap pengembangan kajian sosiologi digital dan studi kontemporer lainnya yang berkenaan dengan masyarakat digital. Akademisi dan peneliti diharapkan dapat memperdalam pemahaman terhadap dinamika interaksi simbolik di ruang digital, terutama dalam konteks Generasi Z di luar lingkungan kampus. Lebih lanjut, dapat menyoroti bagaimana konstruksi identitas dan relasi sosial pada masyarakat digital menggunakan pendekatan kualitatif maupun metode campuran (*mixed methods*). Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi landasan konseptual bagi pengembangan struktur pembelajaran sosiologi masyarakat digital serta mendorong pengembangan riset dengan pendekatan yang berbeda.

## 3. Bagi Platform Digital

Bagi penyedia layanan media sosial seperti Instagram, temuan ini memberikan refleksi penting mengenai cara pengguna membangun ruang aman digital (*digital safe space*). Akun kedua merupakan respons terhadap kebutuhan akan privasi dan kebebasan berekspresi yang belum sepenuhnya difasilitasi oleh platform Instagram. Oleh karena itu, pengembang platform digital diharapkan dapat pro terhadap kebutuhan penggunanya. Perlu dikembangkan algoritma dan kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada *engagement*, tetapi juga pada kesehatan sosial dan psikologis pengguna. Lebih jauh, penyedia platform dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan dan organisasi sosial untuk mengembangkan program literasi digital dalam bermedia sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR PUSTAKA

- Anna, A., & Setiawan, R. (2024). Pemisahan identitas sosial akun instagram mahasiswa pendidikan sosiologi untirta. *Edu Sociata (Jurnal Pendidikan Sosiologi)*, 7(1), 65–77. <https://doi.org/10.33627/es.v7i1.1962>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Survei internet APJII 2024*. <https://survei.apjii.or.id/survei/group/9>
- Aulia, K. P., Ramadhani, S. P., & Agitashera, D. (2025). Penggunaan second account Instagram sebagai ruang aman untuk presentasi diri Gen Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 84–93.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah penduduk menurut wilayah, klasifikasi generasi, dan jenis kelamin di Indonesia*. <http://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2>
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.
- BPHM. (2025). *Unila dalam angka*. <https://bphm.unila.ac.id/unila-dalam-angka/>
- Bruce, S. (1988). [Review of *Review of symbolic interactionism: Perspective and method*, by H. Blumer]. *The British Journal of Sociology*, 39(2), 292–295. <https://doi.org/10.2307/590791>
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford University Press.
- 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*, 515–525. <https://doi.org/10.23917/iseth.2974>
- Chen, S. (2023). The influence of social media platforms on self-identity in the new media environment: The case of TikTok and Instagram. *SHS Web of Conferences*, 165, 01020. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202316501020>
- Costelloe, T. M. (1996). Between the subject and sociology: Alfred Schutz's phenomenology of the life-world (Pt. 247-266). *Human Studies*, 19.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Doffana, Z. D. (2005). *Introduction to sociology* (1st ed.). Ethiopian Public Health Traning Initiative. <https://doi.org/10.13140/2.1.4222.0809>
- Haqiqi, H. T., & Ardi, R. (2025). Motif kepemilikan alter account di Instagram pada Generasi Z dalam perspektif perempuan. *Repository Perpustakaan Universitas Airlangga*.
- Hastuti, D. R. D., Ali, M. S., Demmallino, E. B., & Rahmadanah, R. (2018). *Ringkasan kumpulan mahzab teori sosial (biografi, sejarah, teori, dan kritikan)*. CV. Nur Lina.

- Heap, J. L., & Roth, P. A. (1973). On phenomenological sociology. *American Sociological Review*, 38(3), 354–367. <https://doi.org/10.2307/2094358>
- Hermawati, T., Setyaningsih, R., & Nugraha, R. P. (2021). Teen motivation to create fake identity account on Instagram social media. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(4), 87–98. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i4.2459>
- Housley, W., Edwards, A., Beneito-Montagut, R., & Fitzgerald, R. (Eds.). (2023). *The sage handbook of digital society*. SAGE Publications Ltd.
- Jones, P., Bradbury, L., & Boutillier, S. L. (2016). *Pengantar teori-teori sosial (edisi revisi)*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kemkomdigi, P. P. E. S. K. dan D. (2024). *Indeks masyarakat digital Indonesia*.
- Kemp, S. (2025). *Instagram users, stats, data & trends for 2025*. DataReportal Global Digital Insights. <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>
- Khattak, M., Ansari, N. A., & Akram, G. (2025). Digital colonization through Instagram and effect on Generation Z. *Qlantic Journal of Social Sciences and Humanities*, 6(3), 34–48. <https://doi.org/10.55737/qjssh.vi-iii.25382>
- Leavy, P. (2022). *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches*. Guilford Publications.
- Lindgren, S. (2017). *Digital media and society*. SAGE.
- Manovich, L. (2017). *Instagram and contemporary image*. Self-Published. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>
- Miles, J. (2013). *Instagram power: Build your brand and reach more customers with the power of pictures*. McGraw-Hill Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis* (3rd ed.). SAGE.
- Mua, M. M., & Heatubun, A. (2024). Transformasi sosial di era digital dan implikasinya pada masyarakat zaman now (suatu kajian dalam perspektif sosiologi digital). *ECCE: Jurnal Pendidikan Pastoral Kateketik*, 2(1), 48–64. <https://doi.org/10.59975/ecce.v2i1.28>
- Overgaard, S., & Zahavi, D. (2009). Phenomenological sociology: The subjectivity of everyday life. In M. H. Jacobsen (Ed.), *Encountering the Everyday* (pp. 93–115). Palgrave Macmillan.
- Panjaitan, A. F. P. (2022). *Pengaturan kesan dalam menggunakan second account media sosial Instagram: Studi deskriptif pada mahasiswa sosiologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2017* [UIN Sunan Gunung Djati Bandung]. <https://digilib.uinsgd.ac.id/49486/>
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis perilaku pengguna akun kedua di media sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195–1204. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i4.838>
- Ranubaya, F. A., & Endi, Y. (2023). Analisis privasi dan publikasi postingan media sosial di kalangan orang muda menurut interaksionisme simbolik Herbert Blumer. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 133–144. <https://doi.org/10.37329/metta.v3i2.2455>
- Redshaw, T. (2020). *What is digital society? Reflections on the aims and purpose of digital sociology*. 54(2), 425–431. <https://doi.org/10.1177/0038038519880114>

- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan media sosial Instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490–501.
- Sawaki, M. R., & Wahyuni, J. (2025). Analisis self-disclosure pada akun kedua Instagram di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *The Commercium*, 9(1), 521–535. <https://doi.org/10.26740/tc.v9i1.64373>
- Schwarz, O. (2021). *Sociological theory for digital society the codes that bind us together*. Polity Press.
- Scott, J. (2006). *Sociology: The key concepts*. Routledge.
- Sitinjak, S., Naryoso, A., & Rakhmad, W. N. (2024). Pengaruh kecemasan berkomunikasi di media sosial dan konsep diri terhadap intensitas penggunaan second account Instagram. *Interaksi Online*, 13(1), 275–285.
- Stets, J. E., & Burke, P. J. (2003). A sociological approach to self and identity. In *Handbook of self and identity* (pp. 128–152). The Guilford Press.
- Sugitanata, A., Hasan, F., & Aminah, S. (2024). Efek cermin digital: Fenomena di media sosial yang mempengaruhi konstruksi diri perempuan. *Fatayat Journal of Gender and Children Studies*, 2(1), 9–23.
- Swann Jr., W. B., & Bosson, J. K. (2010). Self and identity. In *Handbook of social psychology* (5th ed., Vol. 1, pp. 589–628). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9780470561119.socpsy001016>
- The Global Statistics. (2025). *Indonesia social media statistics 2025 most popular platforms*. <https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/>
- Unila. (2024). *Profil prodi Universitas Lampung*. Universitas Lampung.
- Wattimena, G. H. J. A., Ramadhani, Y. D., & Marsetio, M. (2022). Second account Instagram sebagai ruang ekspresi generasi milenial. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 4(2), 212–222. <https://doi.org/10.25008/jpi.v4i2.119>
- We Are Social, & Meltwater. (2024). Digital 2024: 5 billion social media users. *We Are Social Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Wirawan, Prof. DR. I. B. (2012). *Teori-teori sosial dalam tiga paradigma: Fakta sosial, definisi sosial, dan perilaku sosial*. Kencana.
- Yunikawati, L., Phaulina, C., Della Fitria, P., & Prima, Y. S. (2024). *Personal branding and adolescent self-identity: Understanding the role of first accounts and second accounts in the digital context*. 8(1), 23–39. <https://doi.org/10.30762/asketik.v8i1.1204>
- Yunaffiani, G., & Erlangga, C. Y. (2025). Fenomena pengguna second account di Instagram dalam aktualisasi diri pada remaja (studi kasus fenomenologi di wilayah Jakarta Timur). 5(2), 964–993. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.6987>