

## ABSTRAK

Anak muda yang tumbuh di era media sosial memiliki tuntutan untuk mengkonstruksikan identitas virtualnya melalui berbagai macam media sosial, salah satunya adalah Instagram. Di dalam Instagram, terdapat berbagai macam fitur yang dapat menunjang anak muda di dalam menghadirkan dirinya di dunia virtual dalam rangka mengkonstruksikan identitasnya. Tetapi, terdapat juga permasalahan baru yang mengikuti mereka, salah satunya adalah fenomena *second account*, dimana seseorang memiliki lebih dari satu akun Instagram karena berbagai macam tujuan dan alasan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *blended netnography-ethnography* di dalam melihat fenomena *second account* yang terjadi di kalangan mahasiswa FISIPOL UGM. Selain itu, penelitian ini menjalankan observasi partisipan secara *offline* dan *online* di dalam melihat penggunaan *second account* dalam rangka konstruksi identitas penggunanya. Wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan keterangan dari narasumber mengenai penggunaan *second account* tersebut.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan, dimana keberagaman konstruksi identitas yang dilakukan oleh narasumber tersebut dapat dirangkum sebagai identitas yang tersegmentasi. Penggunaan *second account* yang digunakan oleh narasumber ditujukan untuk membangun identitas yang tersegmentasi atau *segmented identity*, dimana narasumber melakukan segmentasi identitas virtualnya di *first account* dan *second account*. Keberagaman identitas tersebut pada akhirnya memiliki satu benang merah, dimana identitas yang sedang coba untuk dikonstruksikan adalah identitas yang terbagi-bagi.

Kata Kunci : Instagram, Media Sosial, Identitas, *First Account*, *Second Account*

### ***ABSTRACT***

Young people who grew up in the era of social media have demands to construct their virtual identity through various kinds of social media, one of which is Instagram. In Instagram, there are various features that can support young people in presenting themselves in the virtual world in order to construct their identity. However, there are also new problems that follow them, one of which is the phenomenon of second accounts, where someone has more than one Instagram account for various purposes and reasons.

This research use a qualitative method with a blended netnography-ethnography approach in looking at the phenomenon of second accounts that occur among FISIPOL UGM students. In addition, this research will carry out participant observation offline and online in seeing the use of a second account in the context of the construction of the user's identity. Interviews also be conducted to obtain information from sources regarding the use of the second account.

This research concludes, where the diversity of identity constructs carried out by the informants can be summarized as segmented identities. The use of the second account used by the resource persons is intended to build segmented identities or segmented identities, where the resource persons segment their virtual identities in the first account and second account. The diversity of identities ultimately has a common thread, where the identity that is trying to be constructed is a segmented identity.

Keyword : Instagram, Social Media, Identity, First Account, Second Account