

**Dual Identity pada Akun Instagram: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan****Ruth Yohana Jessica, Daud**

ruthsitimeang18@gmail.com, daud@unimed.co.id

Jurusan Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, Indonesia

**Info Artikel***Sejarah Artikel:*

Diterima:

31 Mei 2025

Disetujui:

30 Juni 2025

*Dipublikasikan:*

Okttober 2025

*Keywords:**Dual Identity,  
Identitas Sosial,  
Instagram,  
Mahasiswa***Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis latar belakang, cara membangun identitas, serta pengaruh *dual identity* (dua identitas) pada akun *Instagram* terhadap kehidupan sehari-hari mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan. Penelitian ini menggunakan metode *hybrid ethnografi* yang menggabungkan pendekatan *offline* dan *online* dalam menggali informasi dari dunia nyata dan ruang digital. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah informan sebanyak 10 mahasiswa yang memiliki dua akun *Instagram* aktif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang mahasiswa memiliki dua akun *Instagram* disebabkan oleh kebutuhan menjaga privasi, mengekspresikan diri lebih leluasa, membedakan ruang publik dan pribadi, hingga mengikuti *trend sosial*. Dalam membangun identitas, akun pertama cenderung digunakan untuk membentuk citra formal dan profesional, sedangkan akun kedua digunakan untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan jujur. Kedua identitas ini ternyata memengaruhi kehidupan sehari-hari mahasiswa, terutama dalam aspek perilaku sosial, kepercayaan diri, dan cara mereka membangun relasi di dunia nyata maupun digital. Identitas yang ditampilkan di masing-masing akun dipengaruhi oleh siapa saja yang menjadi pengikut pada akun tersebut, sehingga mahasiswa menyesuaikan cara mereka menampilkan diri. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *dual identity* bukan merupakan bentuk kepribadian ganda, tetapi merupakan strategi adaptif mahasiswa dalam mengelola identitas sosial mereka di media digital.

**Abstract**

*This study aims to analyze the background, identity construction methods, and the impact of dual identity on Instagram accounts on the daily lives of students at the Faculty of Social Sciences, Universitas Negeri Medan. The research uses a hybrid ethnographic method that combines offline and online approaches to gather data from both real-life and digital spaces. Participants were selected using purposive sampling, involving 10 students who actively use two Instagram accounts. Data collection techniques included observation, in-depth interviews, and documentation. The results show that having two Instagram accounts is driven by the need for privacy, greater freedom of self-expression, separation of public and private spaces, and the influence of social trends. The first account is generally used to create a formal and professional image, while the second account is used for more personal and honest expression. This dual identity influences students' social behavior, self-confidence, and the way they build relationships in both real and digital environments. The identities displayed on each account are shaped by the nature of their followers, prompting students to adapt their self-presentation accordingly. The study concludes that dual identity is not a sign of personality disorder but an adaptive strategy for managing social identity in digital media.*

Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1 FIS Unnes  
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229  
E-mail: [unnessosant@gmail.com](mailto:unnessosant@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Era digital berkembang pesat dan semakin mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Salah satu aspek utama dalam perkembangan ini adalah media sosial, yang berperan sebagai *platform* komunikasi digital. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah (Fatmawati, 2021).

Berdasarkan laporan *We Are Social* dari laman *Hootsuite* pengguna *Instagram* di dunia per April 2024 ini adalah sebanyak 1,69 miliar, dibandingkan tahun sebelumnya jumlah ini meningkat sebanyak 4,1%. Indonesia adalah satu dari 4 negara tertinggi pengguna *Instagram*. Terdapat 56 juta jiwa atau sekitar 20,97% dari jumlah penduduk Indonesia adalah pengguna aktif media ini. Pada platform *Instagram* penggunanya dapat menggunakan berbagai fitur yang tersedia. Salah satunya adalah fitur membuat lebih dari satu akun. Akun *Instagram* adalah *profil* diri yang dibuat agar individu dapat tergabung dalam komunitas di *Instagram*. Platform *Instagram* telah menjadi wadah bagi pengguna untuk mengekspresikan identitas dan citra diri mereka secara lebih bebas.

*Instagram* adalah platform media sosial yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam mengambil dan berbagi foto dengan cepat. Nama "*Instagram*" berasal dari gabungan dua kata, yaitu "*insta*," yang mewakili kecepatan dan kemudahan berbagi foto, dan "*gram*," yang diambil dari "*telegram*," mengacu pada pengiriman informasi secara instan. *Instagram* didirikan oleh dua tokoh utama, *Mike Krieger* dan *Kevin Systrom*, melalui perusahaan bernama *Burb INC*. Perusahaan ini memiliki visi dan misi untuk mengembangkan aplikasi yang dirancang khusus untuk perangkat *gadget*. *Instagram* resmi diluncurkan pada Januari 2010, dan dalam kurun waktu 10 bulan berhasil mencapai lebih dari 7 juta pengguna aktif (Fadillah, 2024).

*Instagram* telah menjadi salah satu platform media sosial yang sangat digemari, terutama oleh generasi milenial. Generasi milenial memanfaatkan platform *Instagram* sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dengan beragam cara, seperti membuat cerita (*instastory*) dan mengunggah foto atau video di *feed* mereka. Dengan berbagai fitur menarik yang disediakan, *Instagram* memungkinkan para milenial untuk menampilkan sisi pribadi dan kehidupan mereka secara terbuka kepada publik. Hal ini mengindikasikan bahwa platform ini bukan hanya sekedar media sosial, namun juga berperan sebagai sarana bagi pengguna untuk mengekspresikan identitas dan pandangan mereka (Mauren et al., 2021).

Saat ini, semakin banyak pengguna *Instagram* yang memutuskan untuk memiliki lebih dari satu akun, yang dikenal sebagai akun kedua atau *second account*. Pengguna yang memiliki dua akun umumnya memanfaatkan akun pertama sebagai profil utama, di mana akun tersebut biasanya tidak diprivat dan terbuka untuk publik. Akun utama ini biasanya digunakan untuk unggahan yang lebih formal dan konten yang bisa dilihat oleh banyak orang, termasuk teman, rekan kerja, atau keluarga. Sementara itu, akun kedua cenderung diprivat dan hanya bisa diakses oleh orang-orang tertentu, seperti teman dekat atau kelompok terbatas. Akun kedua ini sering digunakan untuk berbagai tujuan, misalnya berbagi hal-hal yang lebih personal, mengungkapkan emosi atau keluh kesah, atau sekadar menjadi ruang bebas tanpa khawatir mendapat penilaian dari publik (Maulidya et al., 2024).

Fenomena penggunaan *second account* ini menunjukkan bagaimana sebagian pengguna media sosial mengelola identitas digital mereka secara berbeda sesuai konteks dan kebutuhan, dengan membedakan konten yang ingin dibagikan secara luas dan konten yang lebih intim, dan ini biasanya dilakukan beberapa pengguna akun kedua atau *second account Instagram* secara sadar tanpa adanya keterpaksaan.

Namun, beberapa orang membuat akun kedua di *Instagram* karena akun utama mereka diblokir atau mereka lupa kata sandi maupun email yang digunakan untuk masuk. Dalam

kondisi seperti ini, mereka harus membuat akun baru. Selain itu, ada juga yang membuat akun kedua karena identitas mereka digunakan oleh orang lain, seperti teman atau kerabat dekat, tanpa izin, untuk membuat akun anonim di *Instagram*. Hal ini seringkali terjadi tanpa sepengetahuan pemilik identitas asli.

Dengan memiliki dua akun di *Instagram*, pengguna merasa lebih leluasa dalam mengekspresikan diri. Akun kedua sering dijadikan wadah pribadi untuk membagikan konten seperti foto dan video tanpa merasa terikat oleh tuntutan sosial atau ekspektasi dari pengikut di akun utama. Bagi sebagian besar pengguna, akun kedua ini berfungsi sebagai tempat pelarian, ruang yang lebih tertutup dan aman untuk menampilkan sisi lain diri mereka yang tidak ingin dibagikan secara luas, sambil tetap menjaga citra tertentu yang telah dibentuk melalui akun utama (Novanra et al., 2022).

Fenomena *dual identity* (dual identitas) dengan memiliki dua akun di *Instagram* ini juga dapat ditemui di kalangan mahasiswa, yang merupakan bagian dari generasi digital aktif dalam menggunakan media sosial. Salah satu komunitas akademik yang cukup besar dan aktif adalah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan, salah satu dari delapan fakultas yang ada di kampus tersebut. Fakultas ini menaungi tiga jurusan, yaitu Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Pendidikan Geografi, dan Pendidikan Sejarah, serta satu program studi, yakni Pendidikan Antropologi. Jumlah mahasiswa aktif di fakultas ilmu sosial mulai dari angkatan 2019 yaitu kurang lebih sekitar 2000 mahasiswa.

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial menjadi informan peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai dual identity (dua identitas) pada akun *Instagram*. Peneliti melihat bahwa berdasarkan studi pendahuluan, lebih dari 50% mahasiswa memiliki akun *Instagram*, dari jumlah tersebut peneliti juga menemukan banyak dari mereka yang memiliki dua identitas dengan memiliki dua akun dengan nama yang berbeda di *Instagram*, serta peneliti melihat bahwa adanya perbedaan pada akun pertama dan akun kedua dalam hal mengunggah postingan, membangun identitas sosial, *followers* atau pengikut mereka, dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai "**Dual identity pada akun Instagram: studi kasus mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan**". Tujuan dari adanya penelitian ini yaitu untuk menganalisis latar belakang pemilik akun membuat dua identitas (akun) *Instagram*, bagaimana cara pemilik akun membangun identitas pada kedua akun itu, dan bagaimana dua identitas itu mempengaruhi kehidupan sehari-hari.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode hybrid ethnografi (hibridia ethnografi). Hybrid ethnografi adalah penelitian yang menggabungkan penelitian metode ethnografi tradisional dengan metode digital. Penelitian hybrid ethnografi bertujuan untuk memahami pengalaman manusia yang terjadi baik di dunia nyata maupun di dunia virtual, dan penelitian hybrid ethnografi juga bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana individu dan komunitas berinteraksi di ruang digital, serta bagaimana pengalaman mereka di dunia virtual (online) yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari (offline) mereka (Przybylski, 2021). Subjek dalam penelitian ini adalah sepuluh mahasiswa aktif dari Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan yang memiliki dua akun *Instagram*. Informan dipilih secara purposive sampling, dengan kriteria mahasiswa yang memiliki dua akun *Instagram* aktif dan bersedia menjadi narasumber.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan baik secara langsung terhadap interaksi sosial mahasiswa, maupun secara daring dengan mengamati aktivitas mereka di platform *Instagram*. Wawancara dilakukan secara tatap muka dan bertujuan menggali latar belakang, cara membangun identitas pada kedua akun, serta pengaruhnya terhadap kehidupan sehari-hari.

Dokumentasi mencakup tangkapan layar unggahan Instagram dan foto lapangan sebagai pelengkap data.

Langkah selanjutnya setelah melakukan pengumpulan data yaitu analisis data yang bertujuan untuk membuat informasi yang dikumpulkan menjadi lebih jelas dan tegas. Adapun peneliti melakukan tahapan dalam menganalisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan (FIS-UNIMED) berada di Jalan William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Kode Pos 20221. Fakultas Ilmu Sosial terletak antara Fakultas Bahasa dan Seni (FBS) dengan gedung Pascasarjana UNIMED. Fakultas Ilmu Sosial didirikan pada tahun 1964. Sejak berdiri tahun 1964 Fakultas ini telah empat kali berganti nama. Mulanya disebut Fakultas Keguruan Pengetahuan Sosial (FKPS) yang dipimpin oleh D.Q Nasution selaku Dekan Muda (1964-1965), kemudian pada tahun 1969 Fakultas ini disebut Fakultas Keguruan Ilmu Sosial (FKIS), sekitar tahun 1981-1984 berubah menjadi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) dan sejak bulan oktober 1999, berubah menjadi Fakultas Ilmu Sosial (FIS). Hingga sekarang Fakultas Ilmu Sosial memiliki 3 Jurusan dan 1 Program Studi yaitu: Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn), Jurusan Pendidikan Sejarah, Jurusan Pendidikan Geografi, dan Prodi Pendidikan Antropologi.

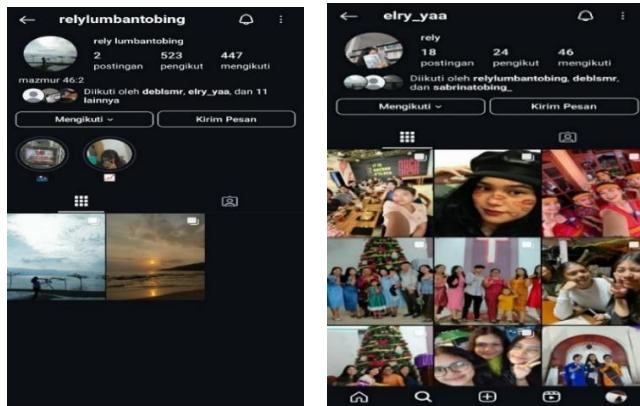
Berdasarkan observasi peneliti terhadap letak geografis dan jumlah program studi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan, peneliti melihat dan menyimpulkan bahwa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan termasuk fakultas yang cukup besar, dan memiliki banyak mahasiswa yang menempuh pendidikan sarjananya di sana, serta mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan juga merupakan mahasiswa yang rata-rata sudah memiliki akun Instagram dan melek media sosial. Menurut peneliti Fakultas Ilmu Sosial ini cocok dijadikan sebagai lokasi penelitian untuk menggambarkan fenomena dua identitas (akun) Instagram di kalangan mahasiswa saat ini.

Selain itu, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan juga didukung oleh fasilitas internet yang sangat memadai. Seluruh ruangan di lingkungan fakultas sudah terpasang jaringan Wi-Fi yang dapat diakses oleh mahasiswa dan dosen, sehingga memudahkan proses belajar-mengajar serta aktivitas digital lainnya. Fakultas ini juga memiliki infrastruktur teknologi informasi yang cukup lengkap, seperti website resmi yang aktif digunakan untuk menyampaikan informasi akademik. Selain itu, setiap jurusan dan program studi di bawah naungan Fakultas Ilmu Sosial juga memiliki akun media sosial resmi yang dikelola secara aktif, sebagai media komunikasi dan promosi kegiatan mereka. Layanan perpustakaan fakultas pun telah berbasis digital, memungkinkan mahasiswa untuk mengakses berbagai sumber bacaan dan jurnal secara daring. Ketersediaan sarana digital yang lengkap ini semakin memperkuat relevansi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan sebagai lokasi yang tepat untuk meneliti fenomena penggunaan dua identitas akun Instagram di kalangan mahasiswa, mengingat intensitas dan kemudahan akses mereka terhadap media sosial.

### **Latar Belakang Pemilik Akun Membuat Dua Identitas (Akun) Instagram**

Di era digital yang semakin berkembang, media sosial seperti *Instagram* sudah menjadi bagian dari kehidupan banyak orang, sering digunakan untuk berbagai keperluan, baik pribadi maupun profesional. Beberapa pengguna bahkan memilih untuk memiliki lebih dari satu akun dengan alasan tertentu. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan menarik mengenai latar belakang di balik keputusan seseorang untuk mengelola dua identitas di *Instagram*. Melalui serangkaian wawancara mendalam, penelitian ini berupaya mengungkap makna dan tujuan di

balik keberadaan dua identitas dalam satu platform media sosial.



**Gambar 1.** Tampilan akun pertama (kiri) dan akun kedua (kanan) Instagram informan  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan dapat digolongkan sebagai mahasiswa dengan jumlah populasi yang cukup ramai di antara seluruh mahasiswa dari fakultas-fakultas lain di Universitas Negeri Medan. Merujuk kepada data penelitian yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti, adapun latar belakang mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dalam membuat dua identitas (akun) di *Instagram* dalam hasil wawancara, seperti yang diutarakan sebagai berikut:

*“Kalau aku pribadi kan kak membuat dua akun Instagram itu, akun yang pertama untuk ngepost foto-foto yang terbaik menurutku, terus biar bisa berinteraksi dengan orang-orang yang ku kenal, atau bahkan sama orang yang belum ku kenal kak, kalau akun yang kedua khusus untuk keluarga dan teman-teman yang dekat atau lebih personal, nah di akun yang kedua ku itulah biasanya aku ngepost sesuatu dengan lebih pribadilah kak, semisal foto-fotoku, keseharianku, curhat, dan lain-lain. Karena di akun kedua kubuat itu kan, jadinya ga perlu ku pikirkan pandangan orang lain tentang aku kak, karena yang bisa melihat akun kedua ku itu cuma orang-orang yang udah sangat ku kenal dan orang-orang itu juga idah mengenal aku dengan baik kak.”*  
(Wawancara dengan Rely Lumbantobing, 10 Februari 2025).

Hasil penelitian ini mengungkap beragam latar belakang atau alasan pemilik akun yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan dalam membuat dua identitas (akun) pada media sosial *Instagram* mereka. Tindakan ini menjadi representasi dari strategi mahasiswa dalam mengelola identitas, menjaga privasi, dan mengekspresikan diri. Bagi sebagian mahasiswa, akun kedua ini menjadi media untuk mencerahkan isi hati, mengunggah foto-foto pribadi, hingga membagikan keseharian secara lebih bebas. Mereka merasa lebih aman karena akun tersebut hanya diakses oleh orang-orang terdekat, atau bahkan tidak diikuti siapa pun. Penelitian ini juga menemukan bahwa akun kedua juga berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan rasa percaya diri. Selain itu, akun kedua juga dimanfaatkan sebagai tempat untuk bersenang-senang, melakukan *stalking*, atau sekadar mengikuti *trend* yang berkembang di kalangan teman sebaya. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa tidak semua mahasiswa memiliki motivasi atau alasan atau terencana dalam membuat dua akun. Beberapa di antaranya mengaku hanya ikut-ikutan atau sekadar ingin mencoba pengalaman memiliki akun kedua. Ini menunjukkan bahwa perilaku digital mahasiswa juga dipengaruhi oleh faktor

sosial seperti lingkungan pertemanan dan popularitas *trend*. Secara keseluruhan, temuan dari penelitian ini menyoroti kompleksitas motif atau latar belakang di balik pembuatan dua akun *Instagram* di kalangan mahasiswa. Dari kebutuhan untuk menjaga privasi, membagi ruang antara identitas publik dan personal, hingga sekadar mengikuti *trend* yang sedang berkembang.

Berdasarkan jawaban para informan, ditemukan beberapa latar belakang utama yang melandasi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan dalam membuat dua akun *Instagram*, yaitu: menjaga privasi, menyalurkan ekspresi diri secara bebas, mengelola identitas sosial, mengikuti trend dan lingkungan sosial, menambah rasa percaya diri, sebagai media hiburan dan eksplorasi, dan tanpa alasan khusus (spontanitas).

### **Cara Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Membangun Identitas pada Kedua Akun di *Instagram***

Media sosial menjadi salah satu sarana utama bagi individu dalam membangun dan menampilkan identitas mereka. Begitu juga dengan platform media sosial *Instagram*, bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial, *Instagram* tidak hanya digunakan sebagai platform untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk mengonstruksi dan mengelola identitas diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan memahami bagaimana cara mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial membangun identitas pada kedua akun melalui akun *Instagram* miliknya, dalam hasil wawancara, seperti yang diutarakan sebagai berikut:

*“Sebenarnya kak bukan mengarah menjadi dua kepribadian yang berbeda, tapi di akun pertama itu lebih dibatasi aja untuk mengekspresikan sesuatu, ibarat kata jaga image gitulah kak.”* (Wawancara dengan Rely Lumbantobing, 10 Februari 2025)

Dari paparan informan bisa kita tarik penjelasan bahwa dalam proses membangun identitas di dua akun *Instagram* yang dimilikinya, informan menjelaskan bahwa dirinya tidak bermaksud untuk membentuk dua kepribadian yang berbeda. Namun, terdapat perbedaan dalam cara informan mengekspresikan diri di masing-masing akun. Pada akun pertama, informan cenderung membatasi ekspresi dan lebih berhati-hati dalam membagikan postingan karena ingin menjaga citra diri atau image yang bersifat profesional. Sebaliknya, pada akun kedua, informan merasa lebih bebas untuk mengekspresikan diri, termasuk memposting berbagai hal tanpa terlalu memikirkan kesan atau penilaian dari orang lain terhadap identitas profesional yang di bangun di akun pertamanya.

Penelitian ini menghasilkan temuan yang menunjukkan rata-rata para informan membentuk identitas secara berbeda di dua akun *Instagram* yang dimiliki. Perbedaan ini umumnya dipengaruhi oleh siapa saja pengikut (*followers*) yang ada di masing-masing akun. Pada akun pertama, sebagian besar informan cenderung lebih berhati-hati, menjaga citra diri, dan menampilkan sisi yang lebih formal atau “sempurna”. Para informan merasa perlu membatasi diri dalam memposting sesuatu dan lebih selektif dalam menampilkan kehidupan pribadi. Sementara akun kedua digunakan sebagai ruang yang lebih bebas. Para informan merasa lebih nyaman dan percaya diri untuk mengekspresikan diri secara jujur dan apa adanya. Secara keseluruhan, cara membentuk identitas pada dua akun ini tidak mencerminkan dua kepribadian yang berbeda, tetapi lebih kepada penyesuaian diri terhadap *audiens* atau pengikut yang ada di masing-masing akun. Identitas yang ditampilkan di *Instagram* menjadi *fleksibel*, tergantung pada konteks sosial dan relasi yang terbentuk dalam akun *Instagram* tersebut.

### **Dua Identitas (Akun) *Instagram* itu Mempengaruhi Kehidupan Sehari-hari**

Banyak anak muda, terutama mahasiswa, punya dua akun *Instagram*. Biasanya, satu akun digunakan untuk hal-hal yang lebih resmi dan bisa dilihat banyak orang, seperti teman kuliah

atau keluarga. Sedangkan akun satunya lagi lebih pribadi dan hanya untuk orang-orang terdekat. Kebiasaan punya dua akun ini membuat kita bertanya-tanya: apakah punya dua identitas di Instagram bisa memengaruhi cara seseorang berpikir, berperilaku, atau bergaul dalam kehidupan sehari-hari? Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan itu terhadap kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan, dalam hasil wawancara, seperti yang diutarakan sebagai berikut:

*“Bisa dikatakan kedua akun Instagram ku itu mempengaruhi kehidupan ku kak karena akun pertama ku gunakan untuk membangun personal branding, relasi, dan mendapatkan banyak informasi, sedangkan untuk akun kedua, kugunakan biar aku lebih leluasa mengekspresikan diri atau kehidupan sehari-hari ku dan akun kedua ku ini yang lebih menampilkan kehidupan sehari-hariku kak. Menurutku kan kan kedua akun kun sama-sama berpengaruh karena kedua akun ku itu ku buat untuk tujuan yang berbeda.”* (Wawancara dengan Rely Lumbantobing, 10 Februari 2025)

Informan juga mengatakan bahwa informan merasa bagi sebagian orang yang belum mengenal informan mungkin akan merasa berbeda dalam hal orang memandang informan di Instagram dengan di kehidupan sehari-hari, namun itu tidak membuat informan merasa takut atau cemas terhadap pendapat orang lain. Selanjutnya informan mengatakan bahwa dalam membuat dua akun di Instagram merasakan dampak positif dan negatif yaitu:

*“Akun pertamaku berdampak positif untuk membangun personal branding, relasi dan mendapatkan banyak informasi, sedangkan untuk akun kedua ku membuat aku lebih leluasa mengekspresikan diri, menampilkan kehidupan sehari-hari ku kak, jadi lebih nyaman, merasa terhibur, dan bisa mengisi waktu luangku kak. Nah kalau dampak negatifnya itu terkadang aku jadi lebih banyak menghabiskan waktu menggunakan Instagram kak, jadinya terkadang jadi kurang memanfaatkan waktu ku dengan baik.”* (Wawancara dengan Rely Lumbantobing, 10 Februari 2025)

Informan juga menambahkan bahwa media sosial Instagram ini menurutnya tidak terlalu mempengaruhi dirinya dalam hal pengembangan diri sebagai mahasiswa. Informan merasa bahwa aktivitas di Instagram lebih banyak digunakan untuk hiburan, berbagi momen, atau mengikuti perkembangan informasi.

Penelitian ini menghasilkan temuan yang menunjukkan bahwa keberadaan dua akun Instagram pada masing-masing individu memiliki pengaruh yang beragam terhadap kehidupan sehari-hari mereka. Sebagian besar informan mengakui bahwa dua identitas yang mereka hadirkan melalui dua akun Instagram digunakan untuk tujuan yang berbeda. Akun pertama umumnya dimanfaatkan untuk membangun citra diri yang lebih profesional, estetis, atau sesuai dengan ekspektasi sosial tertentu, seperti kebutuhan perkuliahan, menjaga relasi, atau menunjukkan sisi diri yang “rapi” dan terkontrol. Sebaliknya, akun kedua lebih berperan sebagai ruang yang bebas dan personal, tempat mereka merasa lebih nyaman mengekspresikan keseharian secara jujur dan spontan, tanpa beban penilaian dari orang-orang. Meskipun demikian, tidak semua informan merasakan bahwa dua akun Instagram yang mereka miliki memberi pengaruh signifikan terhadap keseharian mereka. Beberapa di antara mereka menyatakan bahwa dua akun itu hanyalah sekadar media sosial tambahan, yang penggunaannya tergantung pada mood, waktu luang, atau kebutuhan tertentu. Mereka tidak merasa terbebani atau terlalu terpengaruh oleh eksistensi dua identitas di Instagram, dan tetap menjalani kehidupan sehari-hari sebagaimana biasanya.

Dampak positif dari penggunaan dua akun ini sangat terasa pada kebebasan ekspresi,

peningkatan rasa percaya diri, dan kemampuan untuk memilih konten sesuai *audiens*. Namun demikian, tetap ada beberapa dampak negatif yang muncul, seperti munculnya tekanan sosial di akun utama, kekhawatiran akan pandangan orang lain, serta kecenderungan menghabiskan waktu berlebih di media sosial. Bahkan beberapa informan menyebutkan adanya anggapan negatif dari orang lain mengenai keberadaan *second account*, yang dianggap tidak wajar atau pamer.

Dalam hal pengembangan diri sebagai mahasiswa, sebagian besar informan melihat *Instagram* sebagai media yang cukup membantu. Mereka mendapatkan informasi terkait lomba, beasiswa, kegiatan organisasi, bahkan motivasi dari postingan orang lain. *Instagram* juga dianggap menjadi tempat membangun jejaring sosial yang lebih luas dari sekadar lingkungan kampus. Meskipun begitu, beberapa informan lainnya merasa bahwa penggunaan *Instagram* lebih bersifat hiburan semata dan tidak banyak mempengaruhi perkembangan diri mereka secara signifikan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa memiliki dua akun *Instagram* bukan cuma soal mengatur konten atau postingan mana yang ingin dibagikan, tapi juga menjadikan cara seseorang untuk menyesuaikan dirinya di dunia maya. Pengaruh dari dua akun ini terhadap kehidupan sehari-hari sebenarnya berbeda-beda, tergantung bagaimana setiap orang memandang dan menggunakan media sosial itu sendiri. *Instagram*, sebagai ruang virtual yang begitu dekat dengan keseharian, telah menjadi bagian dari cara individu membentuk, menampilkan, sekaligus melindungi identitas diri mereka dari tuntutan sosial yang beragam.

## Pembahasan Teori

### *Teori Strukturalis memandang makna Dual Identity pada akun Instagram: Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan*

Teori strukturalis ini digagas oleh Anthony Giddens. Dalam bukunya yang berjudul “*Teori Strukturalis: Dasar-Dasar Pembentukan Struktur Sosial Masyarakat*” Giddens memperkenalkan konsep duality of structure atau dualitas struktur, yang menjelaskan bahwa struktur sosial bukan hanya membatasi tindakan individu, tetapi juga memungkinkan tindakan tersebut. Struktur dipahami sebagai aturan dan sumber daya yang secara simultan menjadi sarana dan hasil dari praktik sosial yang berulang. Dengan kata lain, individu tidak hanya dipengaruhi oleh struktur sosial, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk dan mereproduksi struktur tersebut melalui tindakan sehari-hari. Dari pendapat tersebut menunjukkan adanya hubungan erat antara struktur dengan pelaku (agen).

Struktur tidak hadir dalam ruang dan waktu, tetapi hadir dalam momen penciptaan sistem sosial. Struktur membentuk “kepribadian” dan “masyarakat” secara serentak tetapi tidak total. Hal ini disebabkan oleh konsekuensi tindakan yang tidak dikehendaki. Sedangkan yang dimaksud agen adalah pelaku. Pelaku yang mampu menyusun dan menjalankan struktur. Struktur dan agen bersama-sama menciptakan dan menjalankan struktur sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, hubungan antara struktur dan agen adalah timbal balik dan selalu memiliki siklus yang berjalan secara terus-menerus. Singkatnya aturan yang diciptakan oleh agen untuk mengatur kehidupannya bermasyarakat (Widihastuti, 2019).

Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan yang memiliki akun *Instagram* dapat dilihat sebagai agen yang memiliki kemampuan menciptakan dan mengelola identitas mereka, baik dalam kehidupan nyata maupun di dunia digital. Tetapi, struktur sosial seperti norma dan nilai yang berlaku di masyarakat juga mempengaruhi bagaimana mereka mengelola identitas online mereka. Identitas yang ditampilkan dalam media sosial sering kali merupakan hasil dari proses negosiasi antara norma sosial dan keinginan pribadi. Misalnya, dalam institusi pendidikan mahasiswa menampilkan pribadi yang formal pada akun media sosialnya, sedangkan dalam lingkup pertemanan mereka menampilkan pribadi yang santai dan bebas berekspresi.

Dalam perspektif teori strukturalis, *dual identity* (dua identitas) di *Instagram* dapat dilihat sebagai hasil dari interaksi antara struktur *Instagram* (norma media sosial, algoritma, dan ekspektasi pengikut) dan agen (mahasiswa yang menggunakan *Instagram*). *Instagram* sebagai media sosial memiliki aturan tidak tertulis yang mempengaruhi cara penggunanya membentuk dan menampilkan identitas mereka. Mahasiswa sering kali menyesuaikan konten yang mereka bagikan berdasarkan audiens yang mereka targetkan. seperti membedakan antara akun pribadi dan akun profesional.

Fenomena ini menunjukkan bahwa identitas sosial bukanlah sesuatu yang statis (tetap), tetapi terus berkembang dan dinegosiasikan dalam berbagai konteks. Identitas di media sosial juga sangat bergantung pada bagaimana seseorang ingin dilihat oleh orang lain, yang berarti bahwa setiap unggahan, cerita, atau interaksi merupakan bagian dari proses negosiasi identitas. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya sekedar mengikuti trend atau norma yang ada, tetapi juga secara aktif membentuk citra diri mereka melalui pilihan konten yang dipublikasikan.

## SIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa latar belakang yang melandasi mahasiswa dalam membuat dua akun *Instagram*, yaitu menjaga privasi, menyalurkan ekspresi diri secara bebas, mengelola identitas sosial, mengikuti trend dan lingkungan sosial, menambah rasa percaya diri, sebagai media hiburan dan eksplorasi, dan tanpa alasan khusus (spontanitas). Mahasiswa membentuk identitas secara berbeda di dua akun *Instagram* yang dimiliki. Perbedaan ini umumnya dipengaruhi oleh siapa saja pengikut (*followers*) yang ada di masing-masing akun. Cara membentuk identitas pada dua akun ini tidak mencerminkan dua kepribadian yang berbeda, tetapi lebih kepada penyesuaian diri terhadap audiens atau pengikut yang ada di masing-masing akun. Mahasiswa mengakui bahwa dua identitas yang mereka hadirkan melalui dua akun *Instagram* digunakan untuk tujuan yang berbeda. Namun tidak semua informan merasakan bahwa dua akun *Instagram* yang mereka miliki memberi pengaruh signifikan terhadap keseharian mereka. Beberapa di antara mereka menyatakan bahwa dua akun itu hanyalah sekadar media sosial tambahan. Mereka tidak merasa terbebani atau terlalu terpengaruh oleh eksistensi dua identitas di *Instagram*, dan tetap menjalani kehidupan sehari-hari sebagaimana biasanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadillah, F. N. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membangun Eksistensi Diri Siswa SMA Negeri 1 Batipuh (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Fatmawati, N. (2021). Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat. DJKN Kementerian Keuangan RI.
- Maulidya, S., Alfando, J., Nurliah, & Purwanti, S. (2024). Motif penggunaan second account Instagram sebagai media interaksi diri (Studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun 2019 Universitas Mulawarman). *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 830–840.
- Maureen, C., & Stellarosa, Y. (2021). Instagram sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta. *Warta ISKI*, 4(1), 27–34.
- Novanra, F., Sary, M. P., & Romli, N. A. (2022). Analisis self-disclosure pada pengguna akun kedua Instagram di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ilmiah Jurnalisa*, 8(1), 1–11.
- Przybylski, L. (2021). *Hybrid Ethnography. Online, Offline, and In Between*. Sage Publication, Inc.

Widi hastuti, R. A. (2019). Dualitas struktur dan agen dalam cerpen “Kabut Neraka” karya Danarto: Analisis teori struktural Anthony Giddens. EUFONI: Journal of Language, Literary and Cultural Studies, 3(2).