

KONSTRUKSI IDENTITAS PADA INDIVIDU YANG MEMILIKI LEBIH DARI SATU INSTAGRAM

Veronica Dinda Sekar Kristanti & Albertus Harimurti

Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, Indonesia

Corresponding authors: harimurtiab@usd.ac.id

ABSTRAK

This research aims to investigate how individuals managing multiple Instagram accounts. The study employs a qualitative approach, utilizing online semi-structured interviews with 10 emerging adults aged 18-25 years for data collection. The gathered data is analyzed using narrative analysis methods. The analysis results reveal five themes that illustrate how individuals construct their identity on Instagram accounts, involve feelings of insecurity, anticipatory anxiety, self-image as public identity, limitations of private identity, and existential anxiety in community space. Informants position themselves as individuals who experience insecurity and actively work to overcome anticipatory anxiety. These two themes are closely linked to the informants' public identity, reflecting their self-image and efforts to restrict their private identity. The shaping of both public and private identities by informants serves as a strategy to address existential anxiety within their online community spaces.

Keywords: *Identity construction, narrative analysis, Instagram*

PENDAHULUAN

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2023 menunjukkan bahwa terdapat 215 juta orang yang menggunakan internet. Salah satu bentuk dari perkembangan internet ini ditunjukkan dengan munculnya media sosial. Salah satu media sosial yang populer dan terus mengalami peningkatan pada orang muda adalah Instagram. Survei *We Are Social* (2018) menunjukkan hasil bahwa sebanyak 800 juta penduduk dunia telah menjadi pengguna aktif Instagram. Bahkan berdasarkan informasi dari *datareportal.com*, Instagram telah memiliki 928,5 juta

pengguna pada 2020 untuk kemudian meningkat pada 2021 dengan 1,386 miliar pengguna.

Berkaitan dengan pengguna Instagram di Indonesia, survei *We Are Social* dan *Hootsuite* yang termuat dalam *datareportal.com*, menunjukkan terdapat jumlah 53 juta pengguna pada 2018. Pada 2019, total pengguna Instagram di Indonesia meningkat menjadi 62 juta pengguna. Angka ini terus meningkat hingga pada 2020, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 63 juta, pada 2021 terdapat 85 juta pengguna, dan pada 2022 mencapai 99 juta pengguna.

Kepopuleran Instagram sejalan dengan pemanfaatannya yang memungkinkan individu dapat mengekspresikan diri dan tetap terkoneksi dengan orang lain dengan fitur-fiturnya. Instagram juga terbukti dapat meningkatkan pendapatan dari usaha (Ramadhan, 2017) dan membentuk brand image yang menasar secara langsung target pembeli yang dituju penjual (Lauren dkk, 2022). Selain itu, Instagram juga dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan memenuhi kebutuhan kognitif individu (Prihatiningsih, 2017; Nugeraha dkk, 2020), sosial dan afeksi (Huang & Su, 2018; Mahendra, 2017; Manampiring, 2015; Prihatiningsih, 2017; Sheldon & Newman, 2019), penjualan (Indika & Jovita, 2017; Kurniawan, 2017), dan sebagai hiburan (Manampiring, 2015).

Berkaitan dengan Instagram dan internet, Turkle (2005) memaparkan bahwa internet memberikan cara baru bagi individu untuk bersosialisasi dan mengeksplorasi dirinya sendiri. Diri individu, secara khusus identitas, menjadi bagian yang terpengaruh dengan kehadiran internet. Turkle (2005) memaparkan bahwa seseorang dimungkinkan untuk memainkan identitas pribadinya dalam teknologi komputer. Sejalan dengan hal tersebut, Pando (2014) menyebutkan bahwa dunia maya memungkinkan individu untuk menjadikannya sebagai wadah untuk memproyeksikan dan mengeksplorasi diri. Di dunia maya ini, seseorang dimungkinkan untuk menampilkan identitas atau karakternya yang berbeda dengan kenyataan kehidupan sehari-hari dan membentuk persona diri pada dunia maya. Dalam dunia maya, muncul kecenderungan seseorang untuk menjadi tidak bersikap sebagaimana dia adanya. Individu memiliki kendali penuh untuk membentuk serta mengatur identitas

dalam dunia maya. Hal ini berarti individu dapat memilah-milah dan bahkan menciptakan identitas baru yang bisa jadi tidak selaras dengan identitas aslinya di dunia nyata.

Sejalan dengan pendapat Turkle, ditemukan fenomena penggunaan *second account* di mana individu memiliki lebih dari satu akun Instagram. Hasil survei jakpat.net menyebutkan bahwa mayoritas responden (57% individu) memiliki lebih dari satu akun pada Instagram. Dari survei ini, secara jelas dapat ditangkap keberadaan dari fenomena kepemilikan lebih dari satu akun Instagram. Selain itu, pemilihan konstruksi identitas menjadi fokus dalam penelitian ini. Secara khusus, beberapa penelitian menunjukkan bahwa penciptaan, presentasi, dan ekspresi diri secara digital menentukan cara orang memahami diri serta formasi identitas dan diri ideal (Dijck, 2013; Przybylski et al., 2013; Suler, 2004; Toma & Hancock, 2013).

Formasi diri dan identitas dalam ekosistem online Instagram ini selaras dengan yang dituliskan Verhaeghe (2014) bahwa identitas adalah kumpulan ide yang ditorehkan dari dunia luar individu dan dibentuk oleh lingkungan. Cara orang menyerap dan menginternalisasikan informasi dari dunia sekitarnya adalah melalui bahasa. Bahasa ini kemudian juga menjadi jembatan untuk memberikan ekspresi diri seseorang ke dunia sekitarnya (Hiles; 2007; Hiles, Čermák, 2008; Hiles, Čermák, & Chrz, 2017). Sebab itu, dalam penelitian ini, bahasa menjadi fokus amatan. Pentingnya bahasa ini kemudian menjadi dasar pemanfaatan metode naratif dalam penelitian ini.

Berdasarkan perluasan ekosistem melalui dunia maya, penggunaan akun Instagram serta penarasian identitas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengungkap dan memahami bagaimana konstruksi identitas pada individu yang memiliki lebih dari satu akun Instagram dalam akun Instagram yang dimilikinya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (2017), metode kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berupaya memahami, mengeksplorasi, dan menjelaskan fenomena sosial yang rumit melalui interpretasi data yang terkumpul. Willig (2013) menyebutkan bahwa para peneliti kualitatif akan berfokus untuk mengetahui bagaimana seseorang memahami dunia dan bagaimana individu ini mengalami suatu peristiwa. Selanjutnya, pengumpulan data akan dilakukan dengan metode wawancara semi-terstruktur yang akan dilakukan secara perorangan kepada masing-masing informan.

Penelitian ini diikuti oleh 10 orang informan yang merupakan individu yang berusia 18-25 tahun yang tergolong dalam masa *emerging adulthood*. Pemilihan informan ini didasarkan pada alasan karena pada usia tersebut, individu melakukan eksplorasi terhadap identitasnya (Arnett, 2004). Hal yang lain, survei datareportal.com menyebutkan bahwa individu dengan umur 18-25 tahun menjadi bagian dari kelompok umur yang paling banyak menggunakan media sosial. Selain itu, informan adalah mereka yang memiliki dan aktif menggunakan lebih dari satu akun Instagram yang dimilikinya.

Penelitian ini berusaha memahami data dengan menggunakan pendekatan konstruksionis sosial. Willig (2013)

menyebutkan peran peneliti dalam pendekatan ini seperti arsitek yang memandang suatu fenomena dengan bertanya-tanya bagaimana fenomena itu dibangun dan berasal dari sumber daya dan bahan apa. Secara lebih spesifik, penelitian ini akan menggunakan desain penelitian psikologi naratif. Pemilihan desain penelitian psikologi naratif dikarenakan Willig (2013) menyebutkan bahwa penggunaan metodologi konstruksionis sosial akan paling baik dijawab dengan analisis naratif. Willig (2008, 2013) menyebutkan bahwa narasi memiliki peran dan pengaruh berkaitan dengan konstruksi identitas dan pemeliharaan identitas diri. Selain itu, Assjari dan Permanarian (2010) menyebutkan bahwa peneliti menggunakan pendekatan naratif ketika mereka berniat untuk menceritakan pengalaman dan cerita individu yang lebih lanjut akan dilaporkan oleh peneliti. Berkaitan dengan kredibilitas penelitian, penelitian ini melakukan reflektivitas epistemologis dan personal. Selain itu, peneliti juga memberi kesempatan pada kesempatan pada informan untuk bertanya dan peneliti mengulangi garis besar jawaban informan untuk memastikan pemahaman peneliti benar.

HASIL

Informan yang berkontribusi dalam penelitian ini merupakan mereka yang berusia 18-25 tahun yang memiliki beragam pekerjaan dan jangka waktu saat mulai menggunakan *second account*. Selain itu terdapat dua status kegiatan dari informan yaitu mahasiswa dan karyawan swasta. Hal-hal ini dipaparkan dan dirangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1
Data Diri Informan

No.	Informan	Usia	Mulai Menggunakan Second Account	Pekerjaan
1.	P1 – K	22 Tahun	Sejak SMA (tahun 2018)	Mahasiswa
2.	P2 – I	23 Tahun	Sejak SMA (tahun 2015)	Karyawan Swasta
3.	P3 – N	21 Tahun	Sejak SMA (tahun 2015)	Mahasiswa
4.	P4 – O	21 Tahun	Sejak SMA (tahun 2016)	Mahasiswa
5.	P5 – B	23 Tahun	Sejak Kuliah (tahun 2018)	Mahasiswa
6.	P6 – R	22 Tahun	Sejak Kuliah (tahun 2019)	Mahasiswa
7.	P7 – P	24 Tahun	Sejak Kuliah (tahun 2017)	Mahasiswa
8.	P8 – S	20 Tahun	Sejak SMA (tahun 2018)	Mahasiswa
9.	P9 – V	24 Tahun	Sejak Kuliah (tahun 2019)	Karyawan Swasta
10.	P10 – G	18 Tahun	Sejak SMP (tahun 2016)	Mahasiswa

Sebagaimana telah dipaparkan dalam bagian sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap dan memahami konstruksi identitas pada individu yang memiliki lebih dari satu akun dalam akun-akun Instagram yang dimilikinya. Analisis data menunjukkan bahwa tujuan tersebut terjawab melalui temuan lima tema. Tema pertama yaitu perasaan tidak aman (*insecure*) yang meliputi subtema perasaan tidak aman yang dirasakan individu, pementingan penilaian dari orang lain, ketidakpercayaan diri, mengharapkan afirmasi positif, perasaan tidak bebas yang dirasakan individu dan pencarian validasi. Tema ini dipengaruhi oleh peristiwa traumatis yang dialami informan di mana ia mengalami pelecehan seksual ketika menggunakan *first account* miliknya. Hal ini dapat dikaitkan pula dengan pemaparan Pratama (2021) yang menyebutkan bahwa Instagram menjadi media sosial dengan kasus *cyberbullying* tertinggi. Selain itu, dipaparkan pula ketakutan untuk dihakimi oleh orang lain yang dimiliki informan berpengaruh terhadap kemunculan tema ini.

Tema kedua yaitu kecemasan antisipatif meliputi individu yang meminimalisir resiko yang mungkin terjadi, individu yang tidak ingin mengusik orang

lain, individu yang menghindari penilaian dari orang lain, individu menghindari tekanan yang didapat, individu yang menghindari atensi dari orang lain, dan individu yang berusaha untuk tidak mempedulikan penilaian dari orang lain. Tema ini berpotensi dipengaruhi oleh pandangan dari orangtua informan yang menganggap bahwa pencapaian seorang anak adalah hal yang penting bagi orang tua. Selain itu, Arnett (2004) memaparkan bahwa salah satu karakteristik dari individu yang berada pada masa *emerging adulthood* adalah ketidakstabilan. Karakteristik ketidakstabilan ini berpotensi mempengaruhi tema ini yang ditunjukkan dari sikap informan yang pada awalnya ingin memiliki *second account* lalu mengalami perubahan di mana ia merasa ingin menghapus *second account* miliknya.

Selanjutnya, tema ketiga adalah citra diri sebagai identitas publik. Melalui tema ini, ditunjukkan sikap dari informan di *first account*-nya yang berusaha untuk membangun citra yang baik dan hanya menunjukkan hal-hal yang sifatnya positif. Selain itu, informan juga mengunggah konten-konten yang ia nilai sebagai konten yang bagus sehingga konten tersebut layak dilihat oleh semua orang. Dalam tema ini, tidak ditemukan faktor dari informan yang

berpotensi berpengaruh terkait pembentukan tema ini.

Tema keempat dalam penelitian ini adalah pembatasan identitas privat. Tema ini menunjukkan Informan memaparkan bahwa mereka berusaha untuk menjaga hal-hal yang menjadi privasinya dan menjaga ruang privatnya yaitu *second account*. Tema ini meliputi individu yang menjaga ruang privat dan privasinya, lebih nyaman berada di ruang privat, serta individu yang menjaga dan mengenang memorinya. Informan memaparkan bahwa *second account* miliknya bersifat terbatas yang dengan kata lain hanya dapat diikuti oleh orang-orang yang diijinkan oleh informan seperti teman dekat informan, saudara, dan mereka yang memenuhi kriteria informan. Namun hal ini berbeda dengan hasil penelitian Kurnia dan Nurchayati (2022) yang menyebutkan bahwa keluarga tidak diizinkan menjadi pengikut *second account*. Bahkan terdapat informan yang menjabarkan bahwa pengikutnya di *second account* hanya mereka yang berjenis kelamin perempuan. Tema ini berpotensi dipengaruhi oleh pengalaman positif yang dirasakan informan ketika menggunakan *second account* di mana informan merasa lebih ekspresif dan pemaparan dari informan yang merasa tidak dapat mempercayai semua kenalannya.

Tema kelima yang ditemukan adalah kecemasan eksistensial dalam ruang komunitas. Melalui tema ini, ditunjukkan sikap informan yang berusaha untuk mengikuti tren yang sedang berkembang. Tema ini meliputi individu yang menginginkan tensi dari orang lain, individu yang ingin mendapat pengakuan sosial, dan individu yang mengikuti tren. Seperti tema sebelumnya, tema ini berpotensi dipengaruhi oleh pengalaman positif informan ketika menggunakan *second account* yaitu ketika ia

mendapatkan tanggapan positif dari pengikutnya di *second account*. Kelima tema ini ditemukan dalam penyampaian narasi informan yang dapat tergambarkan dalam tabel dibawah ini. Tema satu dan tema empat dipenuhi dan terjadi pada semua informan dalam penelitian ini. Tema dua dan tema tiga terpenuhi dan terjadi di hampir sebagian besar informan kecuali informan O, informan S dan informan V. Sedangkan, tema lima juga hampir dipenuhi dan terjadi di sebagian besar informan kecuali informan K, informan B, informan R dan informan P.

Tabel 2

Persebaran Tema Tiap Informan

Informan	Tema 1: Perasaan Tidak Aman	Tema 2: Kecemasan Antisipatif	Tema 3: Citra Diri sebagai Identitas Publik	Tema 4: Pembatasan Identitas Privat	Tema 5: Kecemasan Eksistensial dalam Ruang Komunitas
P1 – K	V	V	V	V	-
P2 – I	V	V	V	V	V
P3 – N	V	V	V	V	V
P4 – O	V	-	-	V	V
P5 – B	V	V	V	V	-
P6 – R	V	V	V	V	-
P7 – P	V	V	V	V	-
P8 – S	V	-	-	V	V
P9 – V	V	-	-	V	V
P10 – G	V	V	V	V	V

DISKUSI

Tema-tema yang telah ditemukan dalam penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dengan istilah dan cakupan yang lebih luas melalui subtema. Dari pengalaman penggunaan *first account*, dapat menimbulkan adanya perasaan tidak aman (*insecure*) dan menimbulkan kecemasan antisipatif yang merupakan dua tema yang ditemukan dalam penelitian ini. Kemunculan kedua tema ini, mendorong individu untuk mempertanyakan kembali mengenai hal-hal yang bersifat publik dan privat baginya yang lebih lanjut akan berkaitan dengan identitas publik dan identitas privatnya. Identitas publik ini terwujud dari citra diri yang dijaga oleh individu yang juga merupakan salah satu tema dalam penelitian ini. Di sisi lain, berkaitan dengan identitas privat, individu membentuk identitas privat yang terwujud dalam pembentukan *second account*. Lebih lanjut, individu melakukan pembatasan mengenai identitas privatnya yang juga merupakan tema yang ditemukan dalam penelitian ini. Tema selanjutnya adalah kecemasan eksistensial dalam ruang

komunitas individu yang juga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan identitas publik dan identitas privat informan.

Sementara itu, kekuatan dalam penelitian ini adalah penggunaan metode naratif. Penggunaan metode ini sangat berkaitan erat dengan konstruksi identitas yang ingin diteliti dalam penelitian. Dalam metode ini, informan akan diminta untuk menceritakan pengalamannya atas sesuatu (Hiles dan Čermák, 2008). Cerita atau narasi yang disampaikan ini akan berpengaruh pada konstruksi dan pemeliharaan identitas dirinya. Melalui naratif pula, pemaknaan informan mengenai ceritanya juga akan terlihat dari bagaimana mereka merangkai cerita (Willig, 2013). Kekuatan lain dalam penelitian ini adalah kriteria informan yang berada pada masa *emerging adulthood* yang sebelumnya belum diterapkan dalam penelitian sebelumnya. Hal lain berkaitan dengan keterbatasan, penelitian ini telah melakukan upaya untuk memahami dan menggali hal-hal dari informan yang berpengaruh terhadap konstruksi identitasnya dengan menelisik latar belakang informan yang tergambar dalam psikografi

informan. Namun, peneliti masih belum mendapatkan data yang mampu menjabarkan latar belakang dari masing-masing informan secara kompleks dikarenakan Erickson dalam Hasanah (2013) menyebutkan bahwa terdapat beberapa hal yang mempengaruhi identitas diri yaitu lingkungan sosial, kelompok acuan dan tokoh idola. Ramadhanu dkk (2019) juga menyebutkan bahwa urutan kelahiran, jenis kelamin, pola asuh dan status pernikahan orang tua memberikan pengaruh terhadap perkembangan identitas sehingga terdapat beberapa hal yang perlu disinggung dan dibahas secara mendalam sehingga data yang dihasilkan menjadi lebih kaya. Meski demikian, penelitian ini tetap dapat memberikan gambaran mengenai hal-hal dalam latar belakang beberapa informan yang berpotensi mempengaruhi konstruksi identitasnya dalam akun Instagram miliknya. Selain itu, keterbatasan dari penelitian ini adalah pelaksanaan pengambilan data yang dilakukan secara online sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi peneliti untuk membangun *rapport* dan membangun kedekatan dengan informan. Pengambilan data secara *online* juga menyebabkan ketidakstabilan sinyal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, D. (2008). Interaksi simbolik: Suatu pengantar. *Jurnal Komunikasi Mediator* 9(2), 301-316.
- Almagor, R.C. (2011). Internet history. *International Journal of Technoethics*, 2(2), 45-64. <https://doi.org/10.4018/jte.2011040104>
- Amaliah, Ismail, A., & Suhaeb, F.W. (2023). Dampak penggunaan media sosial instagram terhadap gaya hidup (studi pada mahasiswa FIS-H UNM). *Jurnal Predestination*, 4(2), 1-12. <https://ojs.unm.ac.id/predestination/article/download/44652/20646>
- Ardiesty, M.T., Arindawati W.A., & Nayiroh, L. (2022). Motif dan makna second account instagram bagi mahasiswa di kota karawang. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 3118-3126.
- Arnett, J.J. (2004). *Emerging the adulthood: The winding road from the late teens through the twenties*. Oxford University Press.
- Assjari & Permanarian S. (2010). Desain penelitian naratif. *Jurnal Asesmen dan Intervensi Anak Berkebutuhan Khusus*, 9(2), 172-183. <https://ejournal.upi.edu/index.php/jasasi/article/download/3922/2806>
- Bastian, I., Winardi, R.D., & Fatmawati, D. (2018). *Metoda pengumpulan dan teknik analisis data*. Penerbit Andi. <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/834/1/BAB%201%20Kuesioner.pdf>
- Burkitt, I. (2008). *Social selves: theories of self and society (2nd edition)*. SAGE Publications Inc.
- Cahyono, A.S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di indonesia. *Jurnal PUBLICIANA*, 9(1): 140-157. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Clandinin, D. J. (2006). Narrative inquiry: A methodology for studying lived experience. *Research Studies in Music Education*, 27(1), 44-54. <https://doi.org/10.1177/1321103X060270010301>

- Darmanita, S.T.Z., & Yusri, M. (2020). Pengoperasian penelitian naratif dan etnografi; Pengertian, prinsip-prinsip, prosedur, analisis, intepretasi dan pelaporan temuan. *Jurnal Manajemen dan Dakwah*, 1(1): 24-34. <https://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index.php/asjmd/article/download/75/58/344>
- Dewi, R., & Janitra, P.A. (2018). Dramaturgi dalam media sosial: Second account di instagram sebagai alter ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3): 340-347. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/5671/5264>
- Ekaptiningrum, Kurnia. (2022, 13 Juli). Dosen psikologi ugm bagi tips hadapi insecure. *Universitas Gadjah Mada*. <https://ugm.ac.id/id/berita/22698-dosen-psikologi-ugm-bagi-tips-hadapi-insecure/>
- Fardouly, J., Willburger, B.K., & Vartanian, L.R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(40): 1380-1395. [https://www2.psy.unsw.edu.au/Users/lvartanian/Publications/Fardouly,%20Willburger,%20&%20Vartanian%20\(2018\).pdf](https://www2.psy.unsw.edu.au/Users/lvartanian/Publications/Fardouly,%20Willburger,%20&%20Vartanian%20(2018).pdf)
- Gani, Alcianno Ghobadi. 2013. Sejarah dan perkembangan internet di indonesia. *Jurnal Universitas Surya Darma*, 5(2): 140-157. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jmm/article/view/573>
- Hasanah, L., Maula, F., Husna, N., & Shodiqoh, L. (2022). Penanganan insecure pada anak usia dini. *Yaa Bunayya Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, (6)1: 77-90. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/YaaBunayya/article/download/12553/7006>
- Hakim, S.N., Raj, A.A. & Prastiwi, D.F.C. (2017). Remaja dan internet. *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi. Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta*. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bits/tream/handle/11617/9290/Siti%20Nurina%20Hakim.pdf?sequence=1>
- Hendrick, Erin Cassidy. (2017, 6 April). Who are you on social media? new research examines norms of online persons. *PennState*. <https://www.psu.edu/news/research/story/who-are-you-social-media-new-research-examines-norms-online-personas/>
- Hidayat, R., Zahra, F.F., & Afdhal. (2022). The melting of student identity through second accounts on instagram. *The Journal of Society and Media*, 6(2): 508-526. <https://doi.org/10.26740/jsm.v6n2.p508-526>
- Hiles, D. (2007). Identity positioning: Narrative analysis of sjuzet and fabula. Di dalam Kelly, N., Horrocks, C., Milnes, K., Roberts, B., & Robinson, D. *University of Huddersfield*. <https://core.ac.uk/download/pdf/59137.pdf>
- Hiles, D. & Čermák, I. (2008). Narrative Psychology. Dalam C. Willig & W.

- Stainton-Rogers (eds), *Sage Handbook of Qualitative Research in Psychology*. SAGE Publications.
- Hiles, D., Čermák, I., & Chrz, V. (2017). Narrative inquiry. Di dalam Willig, C., & Rogers, W.S. (Second Edition), *Qualitative research in psychology*. (p. 157- 175), SAGE Publications.
- Himpunan Psikologi Indonesia. (2010). *Kode etik psikologi indonesia*. <https://himpsi.or.id/organisasi/kode-etik-psikologi-indonesia>
- Huang, Y.T., & Su, S.F. (2018). Motives for Instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, 10(77): 1-12. <https://doi.org/10.3390/fi10080077>
- Indainanto, Y.I. & Nasution, F.A. (2020). Representasi di media sosial sebagai pembentuk identitas budaya populer. *Jurnal SEMIOTIKA*, 14(1): 102-110. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/2200>
- Indika, D.R., & Cindy, J. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan* 1(1): 25-32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Survei internet APJII 2023*. <https://survei.apjii.or.id/Instagram>. Instagram on the web. <https://help.instagram.com/164895810321211>
- Instagram. Facebook for business. https://business.instagram.com/getting-started?locale=id_ID, https://business.instagram.com/shopping?locale=id_ID
- Jakpat. (2023, Maret 14). *Terungkap alasan orang memiliki second account di media sosial*. <https://jakpat.net/info/terungkap-alasan-orang-memiliki-second-account-di-media-sosial/>
- Izzati, F. & Irma, A. (2018). Perilaku *narcissistic* pada pengguna Instagram di kalangan mahasiswa universitas serambi mekah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2): 79-90. <https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/download/7206/3452>
- Karlina, D.A., Aeni, A.N., & Syahid, A.A. (2020). Mengenal dampak positif dan negatif internet untuk anak pada orang tua. *Jurnal Pasca Dharma Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 53-56. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JPDP/article/view/24002/13577>
- Kemp, Simon. (2021). Global social media stats. *Data Reportal*. <https://datareportal.com/social-media-users>
- Kemp, Simon. (2018, 1 Februari). Digital 2018: Indonesia. *Data reportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2018-indonesia>
- Kemp, Simon. (2018, 30 Januari). Digital in 2018: world's internet users pass the 4 billion mark. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Kemp, Simon. (2019, 31 Januari). Digital 2019: Indonesia. *Data Reportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>

- Kemp, Simon. (2020, 18 Februari). Digital 2020: Indonesia. *Data Reportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kemp, Simon. (2021, 1 Februari). Digital 2021: Indonesia. *Data Reportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kertamukti, R., Nugroho, H., & Wahyono, S.B. (2019). Konstruksi identitas melalui stories highlight instagram kalangan kelas menengah. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1): 26-44. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.502>
- Kurnia, Ari. (2017). Fenomena akun anonim di media sosial sebagai sumber informasi dan ekonomi. *Journal Communication Spectrum*, 4(2), 153-162.
- Kurnia, Gandes., & Nurchayati. (2022). *Self-disclosure pada pengguna second account Instagram*. *Jurnal Penelitian Kualitatif Ilmu Perilaku*, 3(2): 50-69. <https://www.jpkip-fpsium.com/index.php/jkip/article/view/34/58>
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada batik burneh. *Kompetensi*, 11(2): 217 – 225. <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533/2603>
- Kusumo, B.J., Rahayu, E.S., & Setyoningsih, T.W. (2019). Studi naratif tentang identitas siswa dalam memperoleh bahasa Inggris. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan “Literasi Pendidikan Karakter Berwawasan Kearifan Lokal pada Era Revolusi Industri 4.0”*. https://drive.google.com/file/d/1Vc5zQ_O35fGdbsIbocFwkEwFQjIZmLL/view
- Lauren, S., Saputri, H., & Magda, S. (2022). Analysis of the use of instagram as a publication media in building a brand image of @kurve.official. *Budapest Internatiol Research and Critics Institue-Journal*, 5(1): 1687-1696. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.3770>
- Lieblich, A. (2003). Book review: Narrative inquiry: Experience and story in qualitative research. *Qualitative Social Work: Research and Practice*, 2(1), 117–119. <https://doi.org/10.1177/1473325003002001125>
- Matsumoto, D. (2009). *The Cambridge Dictionary of Psychology*. Cambridge University Press. https://www.academia.edu/20210396/Matsumoto_david_the_cambridge_dictionary_of_psychology
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram sebuah perspektif komunikasi. *Jurnal Visi Komunikasi* 16(01): 151 – 160. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/visikom/article/download/1649/1259>
- Naughton, J. (2016). The evolution of the internet: From military experiment to general purpose technology. *Journal of Cyber Policy*, 1(1), 5-28. <https://doi.org/10.1080/2016.1157619>
- Nugareha, Arya., Abdulla Karim & Nurliah. (2020). Analisis fungsi instagram

- sebagai media penyebar informasi kriminal di kota samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(1): 1-15. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil%20\(12-15-20-01-09-02\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil%20(12-15-20-01-09-02).pdf)
- Pamungkas, I.R., & Nuriyatul L. (2019). Presentasi diri pemilik dua akun instagram di akun utama dan akun alter. *Interaksi Online*, 7(4), 371-376. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24960>
- Pando, B.M. (2014). *Hiruk pikuk jaringan sosial terhubung*. Kanisius.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice (3rd ed.)*. SAGE.
- Parnomo. (1995). Nilai dan norma masyarakat. *Jurnal Filsafat*, 23, 20-27. <https://jurnal.ugm.ac.id/wisdom/article/view/31608>
- Pertiwi, L.P. & Indrawati, E.S. (2019). Hubungan antara identitas sosial dengan perilaku membeli aksesoris mobil pada komunitas *great corolla* di Magelang. *Jurnal Empati*, 8(1): 238-246. <https://doi.org/10.14710/empati.2019.23599>
- Pratama, A.N. (2018, 6 Oktober). Hari ini dalam sejarah: Aplikasi Instagram dirilis. *Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2018/10/06/10512437/hari-ini-dalam-sejarah-aplikasi-Instagram-dirilis?page=all>
- Pratama, K.R. (2021). Instagram, media sosial pemicu "cyberbullying" tertinggi. *Tekno.kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/03/29/07164137/instagram-media-sosial-pemicu-cyberbullying-tertinggi>
- Prihantoro, E., Damintana, K.P.I., & Ohorella, N.R. (2020). *Self disclosure* generasi milenial melalui second account instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312-323. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Journal Communication VIII*, 8(1), 51-65. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/download/651/543>
- Rahma, S. (2019). Pengaruh motif penggunaan *second account* instagram terhadap kepuasan hidup. *Jurnal Ilmu Komunikasi Lektur*, 2(3), 259-267. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/16310/15786>
- Ramadhan, F.H. (2017). Pemanfaatan media sosial instagram akun @mr.creampuff sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan. *JOM FISIP*, 4(2), 1-15. <https://media.neliti.com/media/publications/201101-none.pdf>
- Ramadhanu, C.A., Sunarya, Y., & Nurhuda. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi identitas diri. *Journal of Innovative Counseling*, 3(1), 7-17.

- http://www.journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling/article/download/380/234
- Riyanto, Andi Dwi. 2021. *Hootsuite (we are social): Indonesian digital report 2021*. Andi.link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Riyanto, Andi Dwi. 2022. *Hootsuite (we are social): Indonesian digital report 2022*. Andi.link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Rosaliza, Mita. (2015). Wawancara, sebuah interaksi komunikasi dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*. 11(2), 71-79. <https://media.neliti.com/media/publications/100164-ID-wawancara-sebuah-interaksi-komunikasi-da.pdf>
- Shinta, A., & Putri, K.Y.S. (2022). Penggunaan multiple account media social instagram sebagai dramaturgi pada perempuan milenial. *Jurnal Cummunicology*, 10(2), 188-205. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/20910>
- Sheldon, P., & Megan, N. (2019). Instagram and american teens: understanding motives for its use and relationship to excessive reassurance-seeking and interpersonal rejection. *The Journal of Social Media in Society*, 8(1): 1-16. <https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/423>
- Stryker, S., & Burke, P. J. (2000). *The past, present, and future of an identity theory*. *Social Psychology Quarterly*, 63(4), 284. <https://doi.org/10.2307/2695840>
- Studioantelope.com. (2021, 13 Mei). 50 istilah dalam Instagram yang perlu kalian ketahui. <https://studioantelope.com/istilah-dalam-instagram/>
- Sulistiyarini, R.I.S., & Novianti, N.P. (2012). *Wawancara sebagai metode efektif untuk memahami perilaku manusia*. Karya Putra Darwati. <https://pak.uui.ac.id/wp-content/uploads/2019/11/2012-Indahria-Buku-Referensi-dengan-judul-Wawancara-sebagai-Metode-Efektif-untuk-Memahami-Perilaku-Manusia.pdf>
- Supriadi. (2016). Populasi dan sampel penelitian. *Jurnal Unisia*. 17: 100-108. <https://journal.uui.ac.id/Unisia/article/view/5325/4958>
- Taher, Alina. (2019, 9 September). *Instagram: Key global statistics 2019*. Blog.digimind.com. <https://blog.digimind.com/en/trends/Instagram-key-global-figures-2019>
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13(2): 65-93. <https://doi.org/10.1177/053901847401300204>
- Talika, F.T. (2016). Manfaat internet sebagai media komunikasi bagi remaja di desa air mangga kecamatan laiwui kabupaten halmahera selatan. *E-journal Acta Diurna*, 5(1), 1-6.

- <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/10933/10522>
- Tankovska, H. (2021, 8 Februari). *Countries with the most Instagram users 2021*. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-Instagram-users/>
- Taylor, S. (2014). Identity. Dalam Thomas T (ed), *Encyclopedia of Critical Psychology*. Springer.
- Tolentino, J. (2019, 12 Desember). *The age of Instagram face*. The New Yorker.
<https://www.newyorker.com/culture/decade-in-review/the-age-of-instagram-face>
- Tuffahati, E.D. (2022, 12 April). Menelisik pengaruh perbedaan pengguna antar media sosial. *Kognisia.co*.
<https://kognisia.co/sosialmedia/>
- Turkle, Sherry. (2005). *The second self: Computers and the human spirit*. Simon & Schuster.
- Valkenburg, P.M., Schouten, A., & Peter, J. (2006). *Friend networking sites and their relationship to adolescents well-being and social self-esteem*. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5): 584-590.
https://www.researchgate.net/publication/6761621_Friend_Networking_Sites_and_Their_Relationship_to_Adolescents%27_Well-Being_and_Social_Self-Esteem
- Verhaeghe, P. (2014). *What about me? The struggle for identity in a market-based society*. Scribe Publications Pty Ltd.
- Watie, E.D.S. (2011). Komunikasi dan media sosial. *The Messenger* 3(1): 69-75.
<https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/270>
- Widowati, I.R., & Syafiq, M. (2022). Analisis dampak psikologis pada pengguna media sosial. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(2): 272-283.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/47949/40047>
- Wijayanti, M. dan Adhiatma, W. (2018). The dynamics of self-concept of dual instagram account user (public and private account). *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 7(1): 31-40.
http://journal.uad.ac.id/index.php/PSIKOPEDAGOGIA/article/view/12916/pdf_37
- Willig, C. dan Rogers, W.S. (2008). *Qualitative research in psychology*. SAGE Publications Ltd.
- Willig, C. (2008). *Introducing qualitative research in psychology: adventure in theory and method*. Open University Press.
- Willig, C. (2013). *Introduce qualitative research in psychology: adventure in theory and method*. Open University Press.
- Williams, H.M.H.B. (2021). *A narrative inquiry into the lived experience of persistent absenteeism among children who have since returned to mainstream school, and the meaning they make of their experiences*. University of East London.
<https://doi.org/10.15123/uel.8q130>
- Winarso, Bambang. (2015, 17 September). Apa itu instagram, fitur dan cara

menggunakannya? *Dailysocial.id*.

[https://dailysocial.id/post/apa-itu-](https://dailysocial.id/post/apa-itu-Instagram)

Instagram

Yilmaz, Ozan Can. (2021). Identity construction on instagram. *Youth Media Life*,

<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.44877>

36