

ABSTRAK

Rani Tungga Dewi, 1208030167, 2024: Representasi Diri di Media Sosial: Penggunaan *Second Account* Instagram oleh Generasi Z di Kota Bandung.

Penelitian ini berusaha untuk mengkaji representasi diri di media sosial, khususnya dalam penggunaan *second account* Instagram oleh Generasi Z di Kota Bandung. Generasi Z dipilih sebagai fokus penelitian karena mereka tumbuh dalam era digital dan sangat familiar dengan media sosial khususnya Instagram sehingga menjadikan mereka kelompok generasi yang tepat untuk mempelajari bagaimana mereka membangun dan menampilkan representasi diri secara virtual. Generasi Z juga memiliki kebiasaan penggunaan media sosial yang berbeda dari generasi sebelumnya, terutama dalam penggunaan *second account* Instagram untuk mengekspresikan diri lebih bebas dan autentik.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk-bentuk representasi diri di *first account* dan *second account* Instagram, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan representasi diri di kedua akun tersebut, dan mengetahui dampaknya bagi pengguna dan *followers-nya*.

Dengan teori representasi Stuart Hall sebagai kerangka teoritis, teori ini menjelaskan bahwa makna diproduksi dan dipertukarkan antar masyarakat melalui proses pengodean dalam simbol dan tanda-tanda. Teori ini relevan untuk menganalisis bagaimana penggunaan *second account* Instagram oleh Generasi Z memungkinkan mereka memilih dan menyusun konten untuk menyajikan diri dan menciptakan kesan tertentu bagi pengikutnya.

Metode yang digunakan adalah etnografi virtual dengan pendekatan kualitatif, yang melibatkan observasi virtual dan wawancara dalam dua tahap yaitu secara *online* dan *offline*. Penelitian ini melibatkan 12 informan dan 30 *followers* melalui *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan metode analisis data narasi (*narrative analysis*) dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kota Bandung menampilkan representasi diri yang berbeda di *first account* dan *second account* Instagram mereka dalam bentuk foto, video, *caption*, dan Instagram *stories*. Representasi diri yang dibangun oleh Generasi Z di *second account* Instagram muncul karena didorong oleh beberapa faktor, yaitu kebebasan berekspresi, privasi, faktor sosial berupa (FOMO), dan *personal branding* pada *first account* Instagram. Representasi diri ini memiliki dampak pada pengguna dan *followers-nya*. Bagi pengguna, dampaknya meliputi (1) terlepasnya emosi negatif tanpa rasa khawatir berlebihan, (2) menjadi lebih autentik, (3) peningkatan *self-confidence*, dan (4) perubahan dalam cara berinteraksi dengan *followers* di *second account* Instagram. Bagi *followers*, dampaknya adalah perasaan keterhubungan dan intimasi dengan pengguna *second account* Instagram.

Kata kunci: Representasi Diri, Media Sosial, *Second Account* Instagram.