

ABSTRAK

Fadilatul Hasanah. 220531100204. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo Madura. Manajemen Identitas Di Media Sosial Instagram : Analisis Isi Konten *Second Account* Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin maraknya fenomena kepemilikan *second account* Instagram di kalangan mahasiswa sebagai strategi pengelolaan identitas digital. Berdasarkan survei awal, sebanyak 80,9% dari 131 mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang disurvei mengaku memiliki *second account* Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan bentuk dan karakteristik isi konten yang dipublikasikan pada *second account* mahasiswa UTM, dan (2) menganalisis manajemen identitas mahasiswa UTM melalui analisis isi konten *second account* Instagram.

Penelitian menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif dengan Teori Pengelolaan kesan atau *Impression Management* Erving Goffman sebagai kerangka analisis. Data dikumpulkan dari 35 konten unggahan tujuh *second account* mahasiswa UTM yang mewakili tujuh fakultas berbeda pada periode Desember 2025, dilengkapi dengan wawancara mendalam kepada ketujuh pemilik akun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten *second account* mahasiswa UTM didominasi oleh tiga kategori utama, yaitu pengelolaan keluhan kesah akademik (8 konten), pengungkapan batasan ruang privat (11 konten), dan dokumentasi interaksi santai keseharian (16 konten). Ketiga kategori ini mencerminkan pola manajemen identitas yang homogen di antara ketujuh informan mereka secara konsisten memanfaatkan *second account* sebagai panggung belakang (*backstage*) untuk menampilkan identitas yang lebih autentik kepada audiens pilihan yang terbatas, di luar tekanan konstruksi citra yang berlaku di *first account* sebagai panggung depan (*front stage*). Temuan ini mempertegas bahwa kepemilikan *second account* merupakan keputusan komunikasi yang disengaja dan terstruktur sebagai strategi pengelolaan identitas digital mahasiswa.

Kata Kunci: Analisis Isi Kualitatif, Instagram, Manajemen Identitas, Mahasiswa, *Second Account*

ABSTRACT

Fadilatul Hasanah. 220531100204. *Communication Studies Program, Universitas Trunojoyo Madura, Identity Management on Instagram Social Media: Content Analysis of Second Account of Universitas Trunojoyo Madura Students*

This research is motivated by the growing phenomenon of second account ownership on Instagram among university students as a digital identity management strategy. A preliminary survey found that 80.9% of 131 surveyed students at Universitas Trunojoyo Madura (UTM) reported owning an Instagram second account. This study aims to: (1) describe the forms and characteristics of content published on UTM students' second accounts, and (2) analyze the identity management practices of UTM students through qualitative content analysis of their Instagram second accounts.

The study employs a qualitative content analysis approach using Erving Goffman's Impression Management theory as the analytical framework. Data were collected from 35 posts across seven second accounts belonging to UTM students representing seven different faculties during December 2025, supplemented by in-depth interviews with all seven account owners.

The findings reveal that the content of UTM students' second accounts is dominated by three main categories: academic grievance management (8 posts), disclosure of private space boundaries (11 posts), and documentation of casual daily interactions (16 posts). These three categories reflect a homogeneous pattern of identity management across all seven informants, they consistently utilize their second account as a backstage to present a more authentic identity to a selected, limited audience, free from the image construction pressures that govern the first account as the front stage. These findings confirm that owning a second account is a deliberate and structured communication decision serving as a digital identity management strategy among university students.

Keywords: Qualitative Content Analysis, Instagram, Identity Management, University Students, Second Account.