

***SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *SELF*
DISCLOSURE PADA MAHASISWA GENERASI Z**

(STUDI FENOMENOLOGI TERHADAP PENGGUNAAN *SECOND*
ACCOUNT OLEH MAHASISWA GENERASI Z)

SKRIPSI



Disusun oleh:

Adela Retno Anjani
20.96.1919

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

***SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *SELF*
DISCLOSURE PADA MAHASISWA GENERASI Z**

(STUDI FENOMENOLOGI TERHADAP PENGGUNAAN *SECOND*
ACCOUNT OLEH MAHASISWA GENERASI Z)

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Adela Retno Anjani

20.96.1919

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

***Second Account Instagram* Sebagai Media *Self Disclosure* Pada Mahasiswa
Generasi Z**

(Studi Fenomenologi Terhadap Penggunaan *Second Account* Oleh Mahasiswa
Generasi Z)

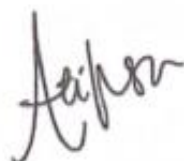
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adela Retno Anjani
NIM 20.96.1919

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada (13 Maret 2023)

Dosen Pembimbing,



Stara Asrita, S.I.Kom.,M.A
NIK. 190302364

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

***Second Account* Instagram Sebagai Media *Self Disclosure* Pada Mahasiswa
Generasi Z**

(Studi Fenomenologi Terhadap Penggunaan *Second Account* Oleh Mahasiswa
Generasi Z)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adela Retno Anjani
20.96.1919

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 14 Maret 2024

Nama Penguji

Rosyidah Jayanti Vijaya, S.E., M.Hum
NIK. 190302266

Nurbayti, S.I.Kom., M.A., Dr.
NIK. 190302363

Stara Asrita, S.I.KOM., M.A
NIK. 1903092364

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(14 Maret 2024)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK 190302125

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Adela Retno Anjani

NIM : 20.96.1919

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Sosial

Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 23 Februari 2024

Yang Memberikan Pernyataan



METERAL TEMPEL
10000
0457EALX336779367

Adela Retno Anjani

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprodil Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Stara Asrita, S.I.Kom., M.A (Dosen Pembimbing)
5. Keluarga, Kerabat dan Rekan Kerja (Yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini)

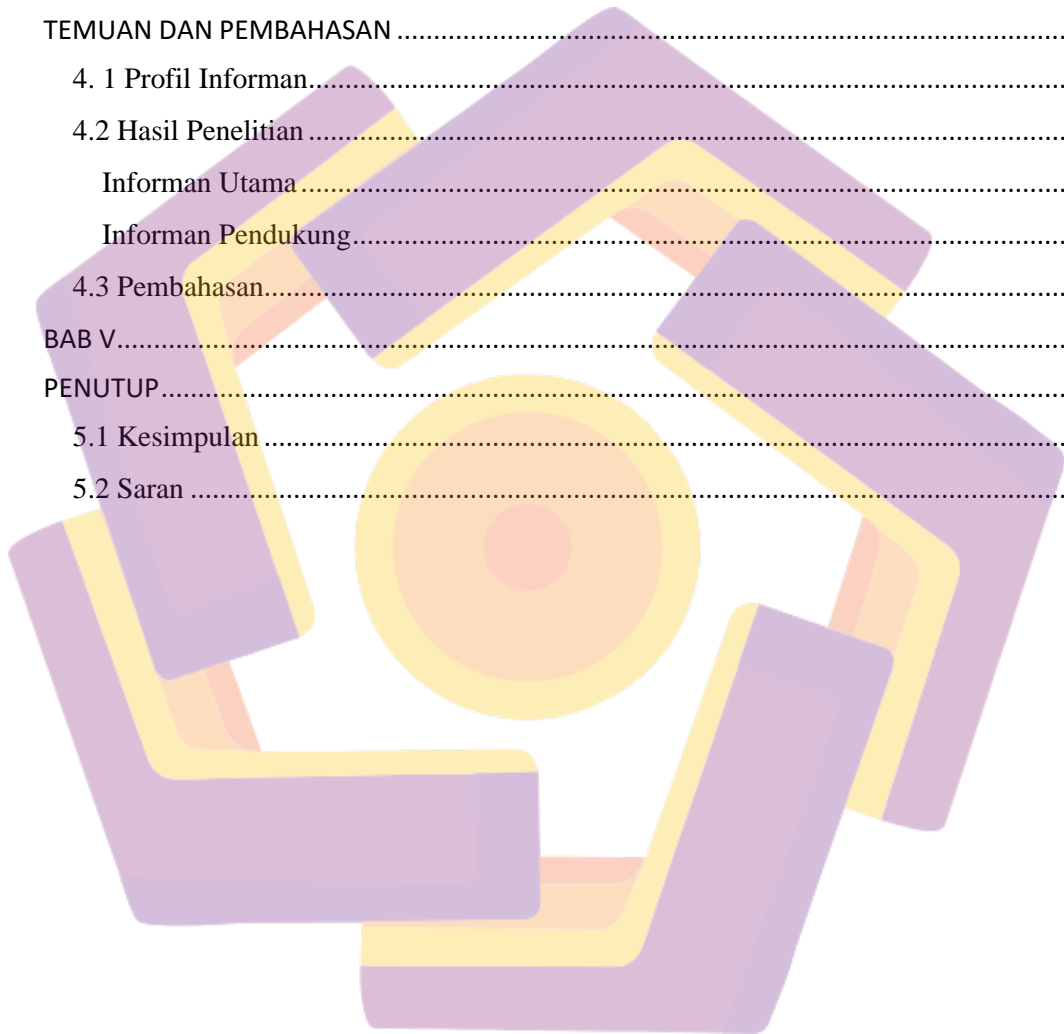
Yogyakarta, [23 , Februari, 2024]

Penulis

DAFTAR ISI

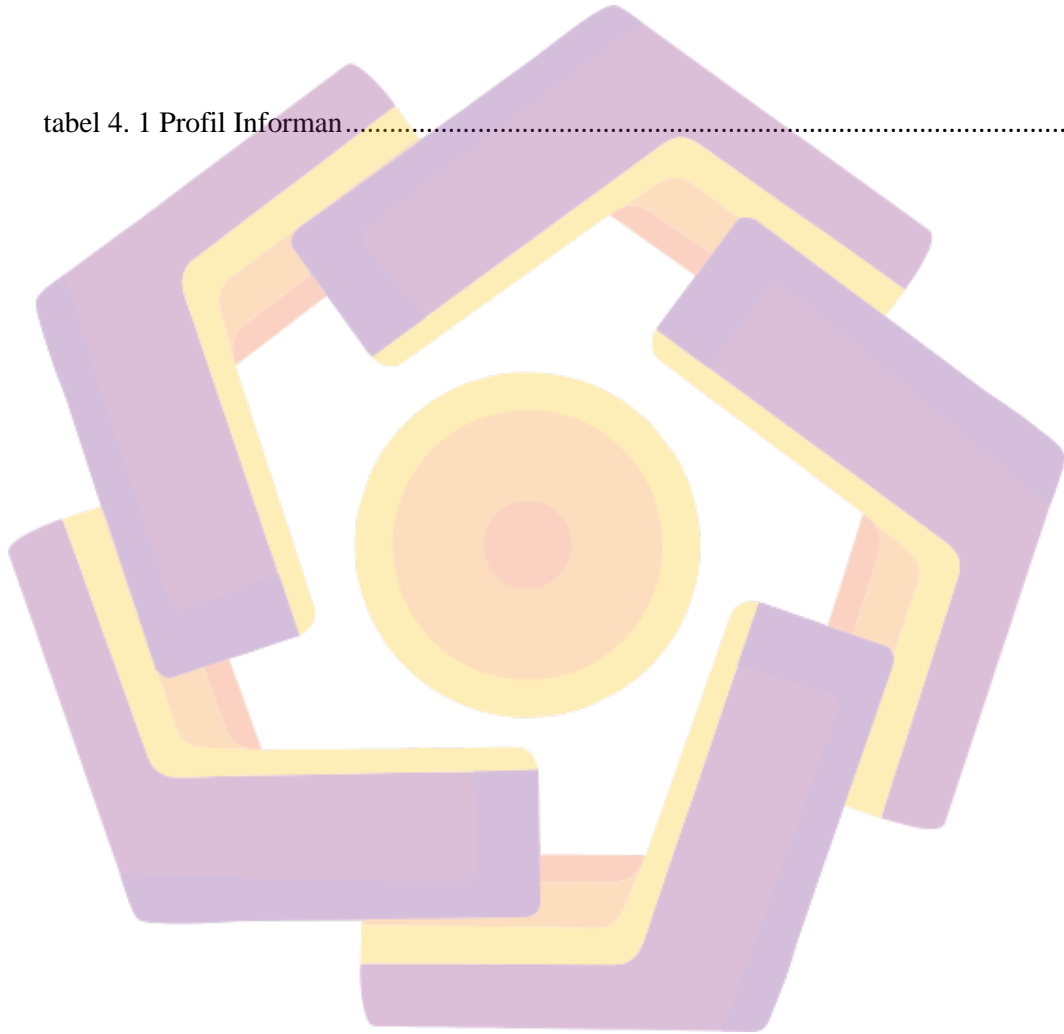
<i>Second Account</i> Instagram Sebagai Media <i>Self Disclosure</i> Pada Mahasiswa Generasi Z i (Studi Fenomenologi Terhadap Penggunaan <i>Second Account</i> Oleh Mahasiswa Generasi Z)	i
<i>Second Account</i> Instagram Sebagai Media <i>Self Disclosure</i> Pada Mahasiswa Generasi Z i (Studi Fenomenologi Terhadap Penggunaan <i>Second Account</i> Oleh Mahasiswa Generasi Z)	i
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
Manfaat Akademis :	8
Manfaat Praksis :	9
1.4 Sistematika Penulisan	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	13
A. Self Disclosure	13
B. Kepercayaan diri	19
BAB III.....	22
METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Paradigma Penelitian	23

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4 Subjek Penelitian	25
3.5 Sumber Data.....	26
3.6 Teknik Analisis Data.....	26
3.7 Teknik Keabsahan Data	27
BAB IV.....	29
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	29
4. 1 Profil Informan.....	29
4.2 Hasil Penelitian	31
Informan Utama.....	31
Informan Pendukung.....	48
4.3 Pembahasan.....	50
BAB V.....	58
PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59



DAFTAR TABEL

Table 2 1 Penelitian Terdahulu 1	10
Table 2 2 Penelitian Terdahulu 2	11
Table 2 3 Penelitian Terdahulu 3	12
tabel 4. 1 Profil Informan	29

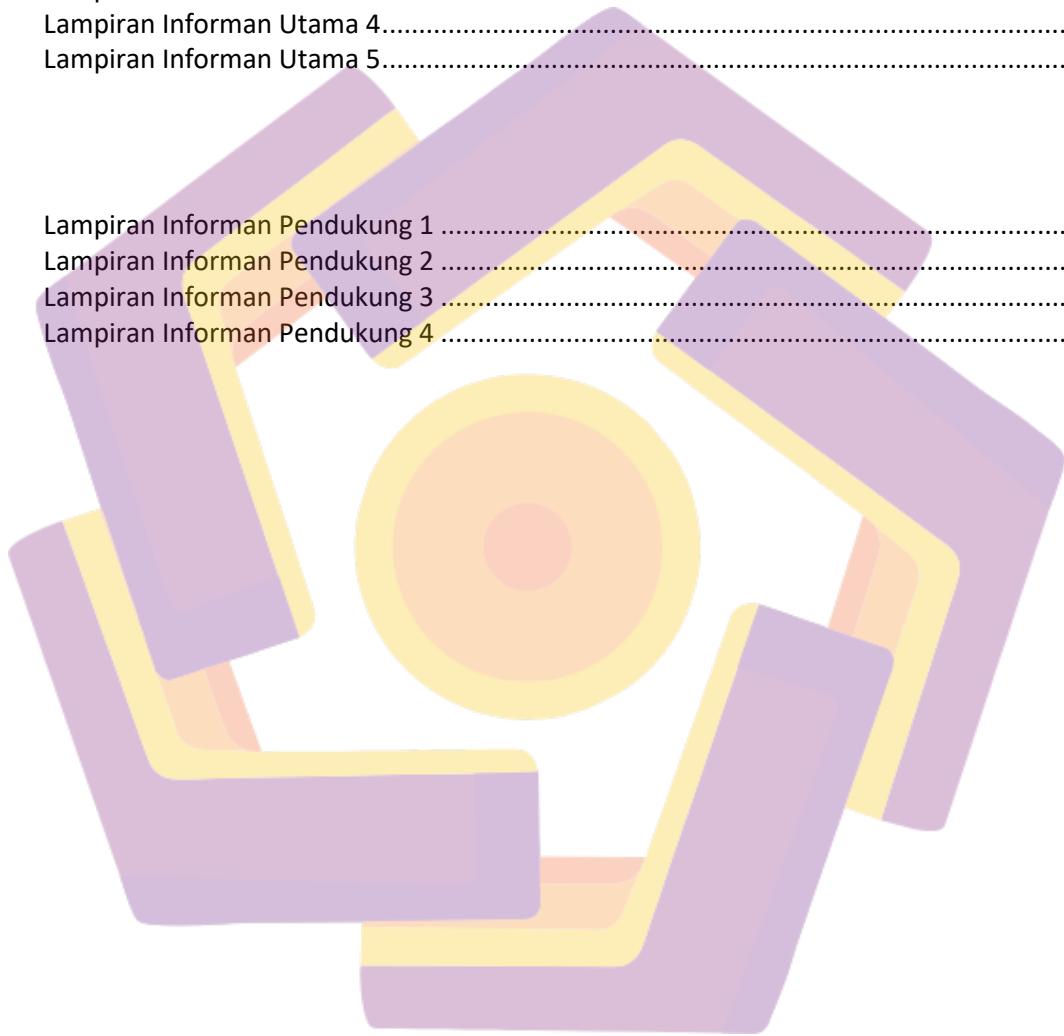


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 First Account Instagram Naya	5
Gambar 1 2 Gambar 1. 2 Second Account Instagram Naya	5
Gambar 1 3 First Account.....	6
Gambar 1 4 Second Account	6
Gambar 2. 1 Ilustrasi Teori Jendela Johari	18
Gambar 4 1 Feed Instagram First Account	32
Gambar 4 2 Feed Second Account.....	33
Gambar 4 3 Instastory First Account	34
Gambar 4 4 Instastory Second Account.....	35
Gambar 4 5 Reply Instastory Followers Second Account	36
Gambar 4 6 Reply Ade Julia Pada Instastory Following Second Account	36
Gambar 4 7 Profil & feeds First Account	38
Gambar 4 8 Profil & feeds Second Account.....	39
Gambar 4 9 Cara Shilma Tria Sukmawati Memfilter Followers	40
Gambar 4 10 Sorotan di Akun Pertama	41
Gambar 4 11 Instastory Second Account.....	41
Gambar 4 12 Profil First Account Instagram Hana Firdayasa	43
Gambar 4 13 Profil Second Account Instagram Hana Firdayasa.....	43
Gambar 4 14 Feeds First Account Hana Firdayasa.....	44
Gambar 4 15 Feeds Second Account Hana Firdayasa	45
Gambar 4 16 Sorotan First Account Hana Firdayasa.....	46
Gambar 4 17 Interaksi Hana Firdayasa dengan Followersnya.....	47
Gambar 4 18 Close Friend Ade Junia	51
Gambar 4 19 Instastory Shilma Tria	52
Gambar 4 20 Highlight First Account Hana	53
Gambar 4 21 Instastory Second Account Hana	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Informan Utama 1.....	64
Lampiran Informan Utama 2.....	65
Lampiran Informan Utama 3.....	66
Lampiran Informan Utama 4.....	67
Lampiran Informan Utama 5.....	67
Lampiran Informan Pendukung 1	68
Lampiran Informan Pendukung 2	69
Lampiran Informan Pendukung 3	69
Lampiran Informan Pendukung 4	70



ABSTRAK

Generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012, merupakan mayoritas pengguna media sosial yang aktif. Media sosial Instagram banyak dipilih oleh Generasi Z sebagai media untuk berbagi cerita, namun tidak semua individu mampu atau mau membagikan aktivitas pribadi di akun Instagram mereka. Pengguna memilih untuk membuat dan menggunakan platform media sosial Instagram secara aktif untuk berbagi cerita, postingan, dan aktivitas lainnya, dengan sekelompok orang tertentu, seperti teman terdekat atau individu tertentu. Peneliti mengangkat fenomena konsep kepercayaan diri yang mengacu pada upaya *Self-disclosure* yang dilakukan melalui media sosial *Instagram*. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif interpretif, dengan teori *Self-Disclosure* sebagai dasar penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari informan, termasuk profil Instagram pribadi mereka dan profil kedua. Penelitian ini membuktikan bahwa pengguna merasa nyaman untuk mencurahkan cerita mereka sendiri dan menjadi percaya diri karena hanya diketahui oleh orang-orang tertentu.

Kata Kunci : Generasi Z, *Self-disclosure*, Instagram, Kualitatif, Fenomena

ABSTRACT

Generation Z, born between 1997-2012, is the majority of active social media users. Many Generation Z people choose Instagram social media as a medium for sharing stories, but not all individuals are able or willing to share personal activities on their Instagram accounts. Users choose to create and actively use the Instagram social media platform to share stories, posts and other activities, with a specific group of people, such as their closest friends or specific individuals. Researchers raise the phenomenon of the concept of self-confidence which refers to self-disclosure efforts carried out through the social media Instagram. The research methodology used is interpretive qualitative, with Self-Disclosure theory as the research basis. The data sources used in this research consist of informants, including their personal Instagram profiles and secondary profiles. This research proves that users feel comfortable sharing their own stories and become confident because they are only known by certain people.

Keywords: *Generation Z, Self-disclosure, Instagram, Qualitative, Phenomenon*