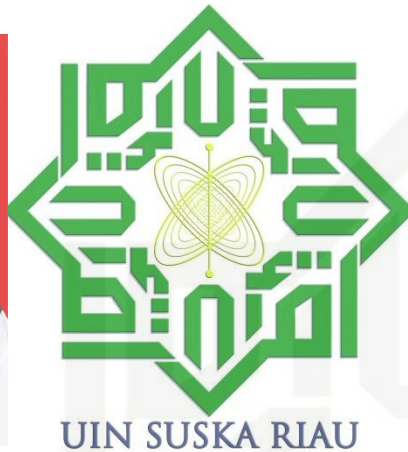


**MOTIF PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM DI  
KALANGAN GENERASI Z (STUDI KASUS MAHASISWI  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**NUR SAPUTRIYAN**

**NIM 11840323963**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIM KASIM RIAU**

**2022**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

Setelah membaca, meneliti, dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya terhadap penulis skripsi saudara :

Nama : Nur Saputriyan

NIM 11840323963

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penggunaan *Second Account* Instagram di Kalangan Generasi Z  
(Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau )

Saya selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa riset skripsi diatas sudah dapat diajukan pada Ujian Skripsi/Munaqasah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Univeristas Sultan Syarif Kasim Riau.

Harap kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam siding Munaqasah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih banyak.

Wassalamuualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

**Mengetahui,**

**Pembimbing**



**Febby Amelia Trisakti, M. Si**

**NIP. 19940213 201903 2 015**

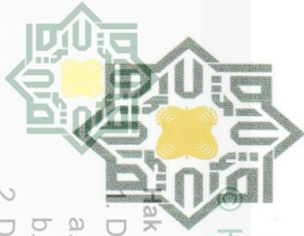
**Mengetahui**

**Prodi Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**

**NIP. 19810313 201101 1 004**



### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Nur Saputriyan  
NIM : 11840323963  
Judul : Motif Penggunaan *Second Account* Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau)

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 06 Juni 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 06 Juni 2022

Dekan,



Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A  
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si  
NIP. 19700301 199903 2 002

Sekretaris/ Penguji II,

Edison, S.Sos, M.I.Kom  
NIP. 130 417 082

Penguji III,

Firdaus El Hadi, S. Sos., M. Soc. SC  
NIP. 19761212 200312 1 004

Penguji IV,

Rohayati, M. I. Kom  
NIP. 19880801 202012 2 018

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :  
 Nomor : Nomor 25/2021  
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nur Saputriyan  
 NIM : 11840323963  
 Tempat/Tgl. Lahir : Tembilahan, 02 Mei 2000  
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah & komunikasi  
 Prodi : ilmu komunikasi

Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~\*:

Motif Penggunaan Second Account Instagram di kalangan Generasi Z (studi kasus mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UIN Suska Riau)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)~~\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 28 Juni 2022  
 Yang membuat pernyataan



Nur Saputriyan  
 NIM : 11840323963

\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



Pekanbaru, 11 Mei 2022

No. : Nota Dinas  
 Lampiran : 1 (eksemplar)  
 Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

di-

Tempat.

**Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.**

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Nur Saputriyan  
 NIM : 11840323963  
 Judul Skripsi : Penggunaan *Second Account* Instagram di Kalangan Generasi Z  
 (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau)

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk di munaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, Kami ucapkan terima kasih.

**Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.**

**Mengetahui**

**Pembimbing,**

**Febby Amelia Trisakti, M. Si**

**NIP. 19940213 201903 2 015**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau  
 the Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Nur Saputriyan**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Motif Penggunaan *Second Account* Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau)**

Penelitian ini berjudul “Motif Penggunaan *Second Account* Instagram di Kalangan Generasi Z, di mana studi kasus dilakukan pada mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif dalam penggunaan *second account* Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan yaitu Teori Dramaturgi dari Erving Goffman. Teori ini menjelaskan bahwa di dalam kegiatan interaksi satu sama halnya dengan pertunjukkan drama, memiliki panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*backstage*). Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa motif penggunaan *second account* untuk membagikan hal yang di senang sehingga memiliki kepuasan tersendiri, bebas dalam mengekspresikan diri dengan itu keinginan batinnya sedikit terpenuhi, Membuat orang terdekatnya tahu identitas personalnya, menjalin komunikasi kepada orang terdekatnya, dan menjadi hiburan. Di dalam penelitian ini para Informan menggunakan *second account* sebagai panggung belakang yaitu akun bebas dalam melakukan segala hal sedangkan akun utam di jadikan sebagai panggung depan yaitu akun pencitraan dan formalitas kepada khalayak saja. Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan kepada informan dan melihat kegiatan yang dilakukan infroman pada *second account*, lalu melihat pola tingkah laku informan secara langsung. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 6 informan sesuai dengan konsep penelitian yang hendak diteliti.

**Kata Kunci : Instagram, *Second Account*, Generasi Z, Dramaturgi**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : Nur Saputriyan  
**Department** : Communication Studies  
**Title** : **Motives for Using Instagram Second Accounts among Generation Z (Case Study of Students of the Department of Science UIN Suska Riau Communications)**

This research is entitled “Motives for Using Second Account Instagram in Generation Z, where the case study was conducted on students of the Communication Sciences Department of UIN Suska Riau. The study aims to determine the motives for using a second Instagram account. This research uses the descriptive qualitative method. The theory used is the Dramaturgy Theory from Erving Goffman. This theory explains that interaction activities are the same as drama performances, having a front stage and a backstage. The results of this study can be concluded that the motive for using a second account is to share things that are happy so that they have their satisfaction, are free to express themselves, their inner desires are slightly fulfilled, and make those closest to them know their identity, establish communication with those closest to them, and become entertainment. In this study, the informants used the second account as the backstage, namely the free account in doing everything. In contrast, the primary account was used as the front stage, namely the imaging account and formality to the public. The research data was obtained from the results of interviews and observations made to the informants and saw the activities carried out by the informants on the second account, then saw the behavior patterns of the informants directly. Based on the study results, there were six informants according to the research concept to be studied.

**Keywords:** *Instagram, Second Account, Generation Z, Dramaturgy*



## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahrabbi'l'amin, Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu WaTa'ala yang telah memberikan segala rahmat, karunia serta hidayah-nya baik dalam bentuk kesehatan dan kesempurnaan jiwa raga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1). Shalawat serta salam senantiasa turunkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad Shallallahu' Alaihi Wa Salam manusia pilihan yang telah menyampaikan wahyu kepada umatnya yang dapat menerangi kehidupan umat Islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul *Penggunaan Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau)*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak berupa moral dan materi terutama yang paling utama kepada Allah Subhanahu WaTa'ala yang telah memberikan nikmat rezeki-Nya. Yang paling penulis banggakan dan sayangi yaitu kedua orang tua penulis yakni Ayahanda **Syaiful Anwar** dan Ibunda **Almh. Yana**, juga adik-adik penulis M. Maulana Saputra dan Nur Amelia Saputri atas semangat yang tiada henti dan do'a yang selalu menguatkan serta nasehat yang selalu mengingatkan yang diberikan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini dan telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang kepada kalian. Dan untuk itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis, oleh karena itu perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M. Ag. selaku Rektor UIN Suska Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Edi Erwan S.Pt., M.Sc., Ph.D





selaku Wakil Rektor III.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, S.Pd., M.Si dan Bapak Artis, M.Ag., M.I.Kom selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmu, berbagi pengalaman, memberikan nasihat-nasihat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan, semoga ilmu yang telah diberikan menuai keberkahan yang melimpah.
7. Ibu Febby Ameliya Trisakti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meberikan arahan, bimbingan, ilmu serta waktu yang diluangkan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semoga Ibu selalu diberikan kesehatan dan mendapatkan pahala atas amal jariyah berupa bimbingan selama penulisan skripsi penulis.
8. Ibu Dewi Sukartik, S. Sos., M. Sc selaku Penasihat Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan terhadap penulis.
9. Terima kasih kepada Hawa Millenia Maghfirah, Wirda Tuljannah, Octavia Gustiana Putri, Syarifah Aini, Resti Marlinda, Mutia Selmi yang telah membantu menjadi informan dalam penelitian.
10. Terima kasih Ajo, Maria, Wirda, Widia, Ocha, Okta, Lia, Kak Ayu, Venty, Atun, Upa, Hawa, Tasya, Ulan, Ica, dan Zita supportnya.
11. Terima kasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 Khususnya G-Squad awak-awak, KKN Daring Sei. Salak, Public Relation C, Public Relation E, dan Ilkom-H.
12. Terima kasih kepada orang yang udah datang lalu pergi.

Demikian skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari

berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivasi untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Aamiin ya rabbal alamin.

Pekanbaru, 11 April 2022  
Penulis

**Nur Saputriyan**  
**11840323963**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	8
F. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Kajian Terdahulu .....	10
B. Landasan Teori .....	15
C. Kerangka Pemikiran .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Desain Penelitian .....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
C. Sumber Data Penelitian .....	36
D. Informan Penelitian .....	36
E. Teknik Pengumpulan Data .....	38
F. Validitas Data .....	38
G. Teknik Analisis Data .....	39

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





<b>BAB IV GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>40</b>
A. Penggunaan Media Sosial .....	40
B. Penggunaan Media Sosial Instagram .....	41
C. <i>Second Account</i> Instagram di Kalangan Generasi Z .....	42
D. Sejarah singkat dan Jumlah Mahasiswa/i Jurusan Ilmu Komunikasi ....	43
E. Karakteristik Mahasiswi Ilmu Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial .....	48
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Hasil Penelitian .....	49
B. Pembahasan .....	78
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>96</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nama Informan dan Nama Second Account Informan .....37

Tabel 4.2 Daftar Jumlah Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau .....46



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>First Account</i> Hawa Millenia .....	67
Gambar 5.2 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>Second Account</i> Hawa Millenia .....	68
Gambar 5.3 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>First Account</i> Wirda Tuljannah .....	69
Gambar 5.4 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>Second Account</i> Wirda Tuljannah .....	70
Gambar 5.5 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>First Account</i> Octavia .....	71
Gambar 5.6 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>Second Account</i> Octavia .....	71
Gambar 5.7 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>First Account</i> Syarifah Aini .....	73
Gambar 5.8 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>Second Account</i> Syarifah Aini .....	73
Gambar 5.9 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>First Account</i> Resti Marlinda .....	75
Gambar 5.10 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>Second Account</i> Resti Marlinda .....	75
Gambar 5.11 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>First Account</i> Mutia Selmi .....	76
Gambar 5.12 <i>Screenshot</i> Profil Instagram <i>Second Account</i> Mutia Selmi .....	77

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

©Hakscripta mik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	34
---	----

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi internet saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, seiring berjalannya waktu, hadirnya layanan lain yang berkontribusi aktivitas individu melalui media internet. Internet adalah media yang dengan cepat mengubah cara komunikasi massa dan informasi didistribusikan dan juga sebagai perangkat yang didedikasikan untuk penyampaian komunikasi yang lebih cepat dari suatu individu ke individu lainnya sehingga komunikasi dapat berjalan baik, lancar, dan jelas.<sup>1</sup>

Dengan adanya perkembangan teknologi, internet merubah cara interaksi antar individu baik dari segi informasi maupun komunikasi. Tidak menutup kemungkinan kini dengan adanya keberadaan internet memberikan kemudahan pada penggunanya. Dengan berkembangnya internet pada tahun 1990-an menjadi salah satu faktor perkembangan di era teknologi komunikasi dan informasi yang terus berlanjut hingga saat ini (2020-an) menjadikan internet yang terdahulu jauh lebih berbeda dari masa sekarang, cara publik saling berkomunikasi pada masa ke masa juga terus berkembang mengikuti teknologi yang ada.<sup>2</sup>

Dengan adanya Internet di Indonesia memudahkan penggunanya untuk mencari informasi dan hiburan dari seluruh dunia melalui Internet, teknologi internet sangat menguntungkan seorang individu dalam segala hal yang berhubungan dengan media online. Teknologi media yang cukup pesat dan berkembang baik di Indonesia maupun di luar Indonesia, yang membuat aktivitas setiap orang sangat tertarik untuk mengakses dan mencari apapun melalui internet. Teknologi yang berkembang dari waktu ke waktu memungkinkan individu menjadi lebih aktif ketika mengakses segala jenis internet.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Muhammad Rustam, "Internet dan Penggunaannya," 2017 21, no. 1 (19 Oktober 2021): 16.

<sup>2</sup> Gani Ghobadi, "Sejarah dan Perkembangan Internet di Indonesia," *Microsost Word* 5, no. 2 (2013): 70.

<sup>3</sup> Birrul Walidaini dan Ali Murtadha Muhammad Arifin, "Pemanfaatan Insternet untuk Belajar pada Mahasiswa," *Jurnal Penelitian Bimbingan dan Konseling* 3, no. 1 (31 Maret 2018), doi:10.30870/jpbk.v3i1.3200.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sunan Kalijaga Semarang

Keberadaan internet membuat khalayak lebih mudah dan cepat untuk melakukan hal baru salah satunya yaitu media sosial, pada saat ini media sosial sangat diminati dan dibutuhkan bagi setiap individu yang membutuhkan informasi khususnya Generasi Z hingga sekarang dapat dikatakan selalu menggunakan smartphonenya yang selalu terakses internet karena selalu melakukan apapun di media sosial.<sup>4</sup>

Gaya modernisasi di era digital pada saat ini sangat berpengaruh terhadap generasi Z sekarang. Generasi Z pada saat ini di kalangan masyarakat selalu menjadi perbincangan baik dari segi budaya, gaya hidup, moral, teknologi, pendidikan, dan politik. Generasi Z yaitu generasi teknologi yang lebih maju sehingga kesehariannya tidak lepas dari genggamannya smartphone yang selalu mengakses media sosial. Dengan adanya teknologi yang cukup berkembang saat ini membuat generasi milenial saat ini menyukai aktivitas yang instan. Kemampuan teknologi pada saat ini mampu membuat Generasi milenial lebih terampil dari generasi sebelumnya, di mana pengguna teknologi informasi seringkali memiliki akses ke komputer, internet, dan smartphone.<sup>5</sup>

Media online bisa juga disebut media sosial, pengguna media sosial dapat dengan mudah berbagi, bergabung, membuat blog, forum, wiki dan dunia maya lainnya secara online. Bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia adalah blog, jejaring sosial, dan wiki. Media sosial merupakan wadah yang dapat membuat berbagai bentuk komunikasi dan pemberian bermacam informasi untuk semua orang dari anak-anak hingga orang dewasa. Dengan adanya smartphone yang memiliki kamera berkualitas tinggi, membuat publik dengan mudah mengupload menggunakan jaringan internet sehingga membuat orang mudah untuk melihat dan mengambil gambar dimanapun dan kapanpun.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Fadhlizha dan Hetty Krisnani, "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme," *Social Work Jurnal* 10, no. 2 (2020): 199–200.

<sup>5</sup> Ranny Rastati, "Media Literasi bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta," *Jurnal Kwangsan* 6, no. 1 (29 Juni 2018): 60, doi:10.31800/jtp.kw.v6n1.p60--73.

<sup>6</sup> Ahmad, "Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi," *Jurnal Pekommas* 16, no. 3 (Desember 2013): 183.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Hassanudin Riau

Dirangkum KompasTekno dari We Are Social yang bekerja sama dengan Hootsuite sebagaimana diberitakan oleh Conney Stephanie (2021) pada kompas.com, berdasarkan aplikasi para pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2021 per Januari posisi pertama diduduki YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook, lalu Twitter.<sup>7</sup>

Ciri umum jejaring sosial adalah adanya dialog terbuka antar pengguna, jejaring sosial dapat berubah dari waktu ke waktu dan dikumpulkan oleh pembuatnya atau dapat diubah oleh komunitas pada sejumlah halaman tertentu atau kelompok yang telah mencetusnya. Unggahan dari pengguna media sosial yaitu berupa postingan foto, postingan video, informasi berita, hingga informasi yang bersifat promosi hal apapun.<sup>8</sup>

Salah satu media sosial yang banyak diminati dan digunakan oleh masyarakat adalah Instagram. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, hal ini menunjukkan bahwa Instagram 3 laris dan biasa digunakan oleh masyarakat Indonesia. Instagram merupakan suatu aplikasi dan juga menjadi salah satu media sosial yang paling banyak di akses masyarakat Indonesia khususnya generasi z pada masa sekarang yang selalu *update* dan *upload* di Instagram. Dalam mengakses media sosial Instagram kita harus menggunakan jaringan Internet.<sup>9</sup>

Instagram mulai muncul pada 2010 yang dimana dari masa kemasa instagram semakin banyak penggunanya, Instagram sendiri dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram merupakan aplikasi yang berguna untuk berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil langsung menggunakan smartphonenya sendiri, instagram juga dapat menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring media sosial yang terhubung melalui instagram seperti facebook, whatsapp, tik tok dan situs media lainnya, termasuk instagram sendiri.<sup>10</sup>

<sup>7</sup> Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021," 2021, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>.

<sup>8</sup> Karman, "Media Sosial : Antara Kebebasan dan Eksploitasi," *Jurnal studi Komunikasi dan Media* 18, no. 1 (Juni 2014): 82.

<sup>9</sup> Witanti Prihatiningsih, "Motif penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja," *Communication* 8, no. 1 (1 April 2017): 51, doi:10.36080/comm.v8i1.651.

<sup>10</sup> Arifuddin dan Irwansyah, "Dari foto dan video ke Toko: Perkembangan Instagram dalam Perspektif Konstruksi Sosial," *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* 3, no. 1 (April 2019): 38.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Masim Riau

Dengan adanya fungsi pada aplikasi Instagram untuk mengolah foto atau video, Instagram mempunyai daya tarik bagi para penggunanya. Pada saat ini khususnya di Indonesia sendiri lebih dari 91 juta pengguna yang menggunakan aplikasi Instagram. Dalam hal ini Instagram digunakan oleh berbagai kalangan di Indonesia seperti mahasiswa, peneliti, dan masyarakat umum. Berdasarkan jenis kelamin dan kelompok usia pengguna Instagram pada tahun 2021 mayoritasnya adalah wanita dan berusia 18-22 tahun, yang dimana rentan usia tersebut merupakan kalangan mahasiswa/i. Dari rentan usia tersebut wanita adalah kalangan yang sangat suka menggunakan Instagram.<sup>11</sup>

Instagram, salah satu media sosial yang disukai masyarakat Indonesia, memiliki fitur memberikan akses ke banyak akun di dalam aplikasi. Instagram pun bisa mengakses kegiatan apapun yang dilakukan melalui instastory Instagram yang dimana kegiatan seperti foto atau video bisa diabadikan melalui instastory tersebut selama kurun waktu 24 jam, dan juga di Instagram juga bisa memposting foto atau video yang kita inginkan tanpa batasan waktu. Aplikasi Instagram pada masa sekarang sangat digandrungi oleh generasi z saat ini khususnya para wanita remaja sekarang yang sedang gemar mengakses Instagram.<sup>12</sup>

Melihat banyaknya jumlah pengguna Instagram di Indonesia ini, menjadikan Instagram sebagai salah satu nya yaitu fenomena pembuatan second account yang sering dan diminati oleh wanita di kalangan generasi z. *Second Account* merupakan fenomena pengguna yang memiliki akun lebih dari satu atau dapat disebut juga akun kedua. Dengan hadirnya *Second Account* Instagram menjadikan setiap Generasi Z tertarik untuk membuat *Second Account* Instagram, seperti yang disebutkan di atas, wanita pada usia 18-22 tahun adalah mayoritas yang menggunakan Instagram dan di kalangan tersebut merupakan kalangan mahasiswi. Fenomena pembuatan *Second Account* Instagram menjadi meningkat. Karena *Second account* Instagram merupakan tempat seorang pengguna Instagram menjadi dirinya sendiri, lalu

<sup>11</sup> Rifqi Agianto, Anggi Setiawati, dan Ricky Firmansyah, "Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap gaya hidup dan etika Remaja," 2020, 10.

<sup>12</sup> Sari Puspita, "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau," *Jom Fisip* 4, no. 2 (Oktober 2017): 6.



Generasi Z pada masa sekarang tak jarang selalu ingin mengupload kegiatannya melalui Instagram sehingga kalangan tersebut membuat akun kedua atau disebut juga *second account* untuk mengupload semua kegiatannya.<sup>13</sup>

Fenomena pembuatan akun kedua di jejaring sosial Instagram menjadi subjek penelitian ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, dimana pada informan yang dipilih yaitu mahasiswi ilmu komunikasi Uin Suska Riau karena pada masing-masing karakteristik informan seperti salah satunya yaitu senang mengabadikan moment nya di media sosial khususnya di *second account* nya tersebut menjadi alasan peneliti memilih para informan-informan tersebut dan subjek penelitian ini adalah akun kedua di Instagram. Teknik pengumpulan data yang digunakan Dalam penelitian ini, wawancara dan observasi pada *second account* milik informan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam motif yang membuat individu memiliki akun kedua terkait dengan kedekatan memposting dan menutup informasi tentang akun kedua mereka kepada publik atau pengguna Instagram lainnya. Teori yang digunakan adalah Teori Uses and Gratifications karena pada teori tersebut membahas mengenai motif dalam penggunaan media, Teori ini lebih banyak melihat bagaimana motif, penggunaan dan kepuasan individu dalam menggunakan suatu media.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini juga menggunakan teori Dramaturgi, karena pada teori tersebut juga menjelaskan tentang interaksi sosial terhadap suatu individu ke individu lainnya, dan individu dalam kehidupannya memiliki apa yang disebut dengan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*backstage*).<sup>15</sup> Penelitian ini akan disusun menggunakan metode penelitian kualitatif. Dari hasil pra-survey tersebut ditemukan bahwa *second account* digunakan untuk membuat menyaring atau memfilter pertemanan yang ada di dalam *second account* untuk menentukan tingkat kepercayaan diri dari enam informan dalam memberikan informasi privatnya.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>13</sup> Agianto, Setiawati, dan Firmansyah, "Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap gaya hidup dan etika Remaja."

<sup>14</sup> Hans Karunia H. dkk, "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification," *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis* 3, no. 1 (31 Januari 2021): 93–94.

<sup>15</sup> Retasari Dewi dan Alnashava Janitra, "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai Alter Ego," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018): 340–46.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti sempat melakukan pengamatan pada *second account* Instagram salah satu informan. Dari pengamatan tersebut, peneliti menemukan bahwa motif seseorang dalam mengakses *second account* instagram sangat bervariasi. Sehingga, apabila diteliti lebih dalam lagi, motif seseorang dalam mengakses *second account* instagram masih mungkin berkembang dan memunculkan variasi motif yang lebih banyak.

Dari akun instagram terlihat perbedaan dari segi postingan yang dimana postingan *second account* lebih banyak dibandingkan *first account*, lalu dari segi pengikut lebih banyak *first account* dibanding *second account*. Dalam hal ini peneliti mendapat fakta dari hasil pra-survey salah satu informan dari pengguna akun tersebut bahwa pemilik akun tersebut menggunakan *second account* di karenakan lebih percaya diri dalam memposting kegiatan apapun di media sosial Instagram dan pengikutnya pun lebih sedikit dikarenakan pengikut dan yang diikuti hanya orang-orang yang dikenal saja (lebih privasi).

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas untuk mengetahui motif yang membuat Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau mempunyai *second account* Instagram , oleh karena itu penulis mengadakan penelitian yang berjudul **“Motif Penggunaan Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau)”**

Penelitian ini perlu mencari tahu motif menggunakan *second account* Instagram di kalangan Generasi Z khususnya mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau.

## B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari ketidakkonsistenan dan kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini, penulis memberikan batasan dan penjelasan berikut mengenai istilah yang digunakan dalam penelitian ini :

### 1. Motif

Motif adalah motivasi yang berhubungan dengan tujuan. Motif menunjukkan hubungan yang sistematis antara tanggapan dan tanggapan. urgensi tertentu. sifat manusia, mempraktikkan perilaku yang ditujukan





untuk mencapai tujuan tujuan kepuasan.<sup>16</sup> Didalam penelitian membahas mengenai motif seseorang dalam menggunakan salah satu media yaitu media sosial Instagram, lebih fokusnya pada penggunaan *second account* Instagram.

## 2. Penggunaan *Second Account*

*Second Account* dalam bahasa Indonesia adalah akun kedua. Akun kedua merupakan akun lain selain akun utama atau *first account* yang sering digunakan. *Second Account* atau akun kedua yaitu akun yang penggunanya bisa bebas melakukan hal apapun dan mengekspresikan dirinya. Fenomena *Second Account* sesuai dengan salah satu teori yaitu Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, ia adalah seorang sosiologi ternama.<sup>17</sup>

## 3. Instagram

Instagram diambil dari kata “Instan” atau “insta” yang artinya sama dengan kamera Polaroid lama yang disebut “snapshot”. Dia mengatakan bahwa sementara kata "gram" berasal dari "telegram", sebuah telegram digunakan untuk mengirim informasi dengan cepat ke orang lain. Bambang menggambarkan Instagram sebagai aplikasi untuk smartphone, khususnya jejaring sosial, dengan fungsi yang mirip dengan Twitter, perbedaannya terletak pada pengambilan gambar dan pemberian informasi kepada pengguna. Instagram juga dapat meningkatkan kreativitas dan menginspirasi penggunanya. Instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih baik.<sup>18</sup>

## 4. Generasi Z

Menurut Karl Mannheim, generasi adalah sekelompok individu pada usia yang sama yang mengalami peristiwa sejarah yang signifikan pada waktu yang sama. Generasi Z merupakan generasi yang masih muda dan belum pernah mengenal kehidupan tanpa teknologi, sehingga kadang disebut sebagai i-gen. Generasi Z lahir antara tahun 1995 hingga 2010, pada

<sup>16</sup> M. Nur Ghufroon Dan Rini Risnawita S, Teori-Teori Psikologi, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), Hal 83

<sup>17</sup> Cyndi Gabriela, “Impression Management Generasi Z di Media Sosial Instagram di Tinjau dari Teori Dramaturgi,” *Universitas Pelita Harapan*, 11 Januari 2021, 4.

<sup>18</sup> I Putu Hendika Permana dan I Dewa Made Sutedja, “Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram,” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 4 (1 September 2021): 1195.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masa ini Generasi Z sangat menikmati kemajuan teknologi dan bergantung pada teknologi pada usia yang lebih muda dibandingkan generasi lainnya.<sup>19</sup>

Setelah kesepakatan itu, dia belajar bagaimana mempelajari bahasa baru, orang yang mahir dan pandai menggunakan teknologi di usia muda akan lebih mahir daripada mereka yang mempelajarinya nanti.<sup>20</sup> Menurut Mannheim, konsep "generasi" didasarkan pada teori atau sosiologi generasi di mana anggota dari generasi yang sama berbagi tahun kelahiran yang sama.<sup>21</sup>

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana motif yang membuat Generasi Z khususnya mahasiswi Ilmu Komunikasi menggunakan *Second Account* Instagram ?

### D. Tujuan Penelitian

Untuk kepentingan penelitian, sangat penting untuk mengetahui titik akhir penelitian agar penelitian jelas dan tidak menyimpang dari objeknya.

Maka penelitian ini bertujuan untuk :

Mengetahui motif yang membuat Generasi Z khususnya mahasiswi mempunyai *Second Account* Instagram

### E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mampu memberikan manfaat di antaranya :

- a. Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran, ide-ide, serta sarana untuk memahami Ilmu Komunikasi khususnya di bidang *Public Relation*.

<sup>19</sup> "The Generation Guide - Millennials, Gen X, Y, Z and Baby Boomers.," 2015, <http://fourhooks.com/marketing/thegeneration-guide-millennials-gen-x-y-z-and-baby-boomers-art5910718593/>.

<sup>20</sup> Dian J. Bantam, Dimas A. Nugraha, dan Nailis Sa'adah, "Pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap Knowledge Management pada perusahaan penggunaan SAP," *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi* 21, no. 1 (10 Januari 2016): 12–24, doi:10.20885/psikologika.vol21.iss1.art2.

<sup>21</sup> Yanuar Surya Putra, "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi,," *Among Makarti* 9, no. 2 (3 Mei 2017), doi:10.52353/ama.v9i2.142.



- b. Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui penggunaan *Second Account* Instagram di kalangan Generasi Z bagi mahasiswi Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau.
- c. Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan sebagai proses pembelajaran mengenai studi yang berkaitan dengan *Public Relation*.
- d. Selain itu penelitian ini dapat menjadi acuan maupun rujukan untuk penelitian selanjutnya dan menjadi bahan masukan bagi pengguna *Second Account* Instagram di kalangan Generasi Z Mahasiswi Uin Suska Riau mengenai motif dalam pembuatan *Second Account* Instagram tersebut.

## F Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari pokok-pokok permasalahan yang dibahas pada masing-masing bab yang diuraikan menjadi beberapa bagian:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informasi penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Berisikan gambaran umum mengenai penggunaan media sosial Instagram *Second Account* di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau)

### **BAB V : HASIL PENELITIAN**

Berisikan tentang data yang diperoleh dilapangan sesuai dengan judul penelitian.

### **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Terdahulu

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan penggunaan *Second Account* Instagram di kalangan Generasi Z. Penulis sudah mencari beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

1. Rujukan pertama yaitu jurnal dari I Putu Hendika Permana dan I Dewa Made Sutedja dari STMIK STIKOM Indonesia, Universitas Teknologi Indonesia tahun 2021 dengan judul “**Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram**”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan utama pengguna Instagram membuat akun kedua. Alasan-alasan tersebut nantinya akan dikumpulkan sebagai data primer. Hasil akhir dari penelitian ini mengungkapkan bahwa ada 15 alasan data yang menjadi alasan utama pengguna Instagram membuat akun kedua di jejaring sosial mereka. 15 alasan data termasuk posting gratis konten tambahan dengan akun Toko Online Instagram, ikuti akun instagram, buat lebih banyak akun instagram pribadi, bagikan acara hanya dengan teman baik dan beberapa orang terbaik hanya dapat dilihat. , kontribusi individu yang terpisah. Posting profesional untuk beberapa akun instagram, sembunyikan identitas asli Anda sehingga Anda dapat memposting konten gratis, posting sumber akun uji sebelum memposting ke akun utama, ekspresikan diri Anda lebih bebas di akun akun lain, promosikan produk atau layanan yang dijual, temukan teman baru di luar akun utama akun jadi lebih sedikit follower sebaiknya kurangi teman, perbanyak suka postingan dan tambah jumlah follower di akun utama, akun kedua jika akun pertama adalah akun satelit cadangan dengan akun bermasalah. Dalam jurnal ini terdapat kaitan dengan penelitian yang hendak di teliti yaitu mengetahui alasan dalam pembuatan *second account* Instagram, namun pada jurnal lebih terfokus membahas tentang perilaku pengguna sedangkan yang diteliti peneliti adalah tentang penggunaan akun Instagram tersebut.<sup>22</sup>
2. Rujukan kedua yaitu Jurnal dari Angga Adriwinanto, Fransiskus Xaverius

<sup>22</sup> Hendika Permana dan Made Sutedja, “Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram.”





Pradhipta, Muhammad Abi Mulya, Muhammad Guntoro Ismail, dan Muhammad Rajib Rakatirta tahun 2017 Universitas Indonesia dengan judul **“Perbedaan Aspek Self Disclosure Antara Pengguna Instagram Dengan Satu Akun Dan Lebih Dari Satu Akun”**. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sebab munculnya akun-akun sekunder yang dimiliki oleh individu dan untuk menunjukkan adanya perbedaan tingkat self-disclosure seseorang yang memiliki satu akun saja dengan seseorang yang memiliki lebih dari satu akun. Di dalam dalam jurnal ini ada kaitannya dengan yang ingin diteliti oleh peneliti yaitu sama-sama untuk mengetahui pembuatan akun kedua pada Instagram, namun yang membedakan adalah di jurnal ini juga membahas tentang perbedaan individu yang memiliki satu akun saja dengan individu yang memiliki lebih dari satu akun sedangkan di dalam penelitian tidak membahas tentang hal tersebut.<sup>23</sup>

3. Rujukan ketiga yaitu Jurnal dari Cyndi Gabriela tahun 2021 Universitas Pelita Harapan dengan judul **“Impression Management Generasi Z di Media Sosial Instagram di Tinjau dari Teori Dramaturgi”**. Tujuan penelitiannya untuk menunjukkan bahwa cara generasi z melakukan impression management di dua akun instagram yang dimiliki yaitu dengan membedakan isi konten, foto, video, dan feeds di kedua akun mereka hal ini dilakukan karena adanya faktor penilaian dari orang lain, dan tujuan generasi z membuat *second account* karena ada nya konten yang tidak bisa di bagikan pada followers di *first account* hal ini dipengaruhi oleh faktor kedekatan Generasi Z dengan followers nya di first account. Pada jurnal tersebut sangat ada kaitannya dengan penelitian yang hendak diteliti, di jurnal membahas tentang penggunaan *second account* pada Generasi Z sama halnya dengan penelitian yang hendak teliti akan tetapi di dalam penelitian objeknya fokus ke mahasiswi di kalangan generasi Z.<sup>24</sup>
4. Rujukan keempat yaitu Jurnal dari Shawila Nolanda Destiano Lestari, Nurru Alfi Fazri Furau’ki, Ferry Dermawan, dan Nurrahmawati. Mahasiswa/i Universitas Islam Bandung tahun 2021 dengan judul **“Perilaku Self**

<sup>23</sup> Angga Adriwinanto dkk., “Perbedaan Aspek Self Disclosure Antara Pengguna Instagram Dengan Satu Akun Dan Lebih Dari Satu Akun,” *Research Gate*, 2017, 1–30.

<sup>24</sup> Gabriela, “Impression Management Generasi Z di Media Sosial Instagram di Tinjau dari Teori Dramaturgi.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Disclosure Mahasiswa Kota Bandung melalui Instagram**". Tujuan penelitian dalam jurnal ini adalah untuk menunjukkan bahwa self-publishing di Instagram hanya dilakukan secara terbuka, dimulai dengan keinginan untuk berbagi momen, pengalaman dan emosi, dan dipandang layak untuk dibagikan melalui jejaring sosial. Untuk berbagi informasi dengan pengikut Anda dengan mudah sambil menjaga kerahasiaan identitas Anda, itu bersifat pribadi dan dapat menyebabkan kesalahpahaman. Keterkaitan jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti adalah tentang pengungkapan diri melalui akun media sosial Instagram, didalam penelitian yang hendak diteliti lebih terfokus ke akun keduanya (*second account*).<sup>25</sup>

5. Rujukan kelima yaitu Jurnal dari Retasari Dewi dan Alnashava Janitra Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran tahun 2018 dengan judul "**Dramaturgi dalam Media Sosial: *Second Account* di Instagram sebagai Alter Ego**". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa informan menggunakan akun usia sebagai buku harian pribadi, sebagai sarana untuk membuat komentar negatif tentang berbagai selebriti, sebagai pengenalan diri dan sebagai keuntungan bisnis. Untuk membuat akun kedua, background mereka seperti di belakang panggung atau catwalk lainnya, karena akun pertama biasanya menggunakan nama asli mereka dan menyertakan foto dan tanda tangan untuk keperluan pajangan. Jurnal ini memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis penggunaan *second account* serta menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Namun yang membedakan penelitian ini adalah objek penelitian yang ditelitinya adalah mahasiswa sedangkan objek penelitian yang diteliti sekarang adalah khusus mahasiswinya saja.<sup>26</sup>
6. Rujukan keenam yaitu Jurnal dari Mohammad Reza Prasetya. Mahasiswa Universitas Indonesia tahun 2020 dengan judul "***Self-presentation dan Kesadaran Privacy Micro-influencer di Instagram***". Studi jurnal tersebut bertujuan untuk memahami hak privasi influencer kecil di jejaring sosial Instagram. Studi ini juga menunjukkan bahwa meskipun microinfluencer hanya menampilkan konten positif di Instagram, ada perbedaan antara

<sup>25</sup> Shavila Nolanda Destiano Lestari dkk., "Perilaku Self Disclosure Mahasiswa Kota Bandung melalui Instagram," *Jurnal Spektrum Komunikasi* 9, no. 1 (Juni 2021): 66–77.

<sup>26</sup> Dewi dan Janitra, "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai Alter Ego."



periode sebelum dan sesudah tampilan microinfluencer. Belakangan, kedua penuduh mengetahui privasi mereka di Instagram karena menggunakan fitur privasi Instagram. Pada jurnal ini sangat ada kaitannya dengan penelitian yang hendak diteliti, dimana pada penelitian juga membahas tentang privasi di akun instagram miliknya menggunakan akun kedua atau *second account*.<sup>27</sup>

7. Rujukan ketujuh yaitu Jurnal dari Intri Restuningrum dan Nuriyatul Lailiyah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro tahun 2019 dengan judul **“Presentasi diri pemilik dua akun Instagram di akun utama dan akun alter”**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan periode forward yang digunakan pada akun utama dan yang terakhir digunakan pada akun umur pemilik, sehingga menciptakan identitas yang berbeda untuk setiap akun . Jurnal ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dikaji keterkaitannya adalah ia sama-sama membahas tentang second account dan menggunakan teori dramaturgi. Namun yang membedakan adalah secara subjek ia membahas tentang identitas antara akun utama (*first account*) dan akun alter (*second account*) sedangkan yang peneliti hendak teliti membahas tentang penggunaan akun alter (*second account*).<sup>28</sup>
8. Rujukan kedelapan yaitu Jurnal dari Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, dan Noviawan Rasyid Ohorella Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma tahun 2020 dengan judul **“Self Disclosure Generasi Millennial melalui Second Account Instagram”**. Penelitian ini melihat rata-rata generasi milenial memiliki tingkat keterbukaan yang berbeda-beda, karena setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda. Di akun kedua, mereka bebas berekspresi dan berbagi apa yang ingin mereka bagikan. Inti dari penelitian ini memberikan kontribusi berupa rekomendasi kebijakan baru bagi seluruh generasi milenial agar tetap percaya diri dan mandiri. Jurnal ini memiliki keterkaitan yaitu tentang subjek yang membahas tentang *second account* pada generasi Z dan

<sup>27</sup> Mohammad Reza Prasetya, “Self-presentation dan Kesadaran Privacy Micro-influencer di Instagram,” *Jurnal Studi Komunikasi* 4, no. 1 (2020): 239–58.

<sup>28</sup> Intri Restuningrum Pamungkas dan Nuriyatul Lailiyah, “Presentasi diri pemilik dua akun Instagram di akun utama dan akun alter,” *Interaksi Online* 7, no. 4 (26 September 2019): 371–76.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan metode penelitian kualitatif. Namun yang membedakannya adalah dimana artikel ini hanya membahas tentang tingkat keterbukaan yang berbeda-beda sedangkan yang hendak diteliti adalah tentang motif memiliki *second account*.<sup>29</sup>

9. Rujukan kesembilan yaitu Jurnal dari Ainal Fitri Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP tahun 2014 dengan judul “**Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter menjelang pemilihan Presiden 2014**”. Penelitian ini membahas jejaring sosial Twitter sebagai sarana untuk mempromosikan persepsi diri yang positif di depan umum. Hal yang sama juga dilakukan para calon presiden menjelang pemilihan 9 Juli 2014. Dengan menggunakan teori seleksi Erving Goffman, majalah tersebut mencoba menganalisis tahapan awal Prabowo Subianto sebagai calon calon presiden Indonesia. Tentang akun Twitter Anda @ Prabowo08. Hasil analisis menunjukkan bahwa Prabowo disaring untuk menonjolkan aspek positifnya untuk memenangkan simpati publik, daripada membahas topik yang salah mengartikannya.<sup>30</sup> Jurnal ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang hendak diteliti dimana pada jurnal tersebut sama-sama menggunakan teori dramaturgi oleh Erving Goffman dan menganalisis mengenai panggung depan dan panggung belakang. Namun yang membedakan jurnal dengan penelitian adalah tentang pembahasan yang dibahas dimana pada jurnal tentang pencitraan di twitter sedangkan penelitian membahas tentang penggunaan *second account*.
10. Rujukan kesepuluh yaitu jurnal dari Witanti Prihatiningsih, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembaguan Nasional “veteran” Jakarta tahun 2017 dengan Judul “**Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja**”. Penelitian ini membahas tentang pola penggunaan Instagram di kalangan remaja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan lima orang dewasa muda yang aktif menggunakan Instagram sebagai contoh atau sumber informasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, interogasi, dan

<sup>29</sup> edi prihantoro, Damintana, dan Ohorella, “Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram.”

<sup>30</sup> ainal fitri, “Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter menjelang pemilihan Presiden 2014,” *Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP Angkatan VI 4*, no. 1 (Januari 2015): 103.





pengumpulan dokumen berupa foto dan arsip lainnya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang memenuhi kebutuhan, memberikan kebutuhan kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan kebutuhan lainnya.<sup>31</sup> Keterkaitan jurnal ini dengan penelitian adalah ingin mengetahui penggunaan akun instagram, yang membedakan adalah di jurnal terfokus kepada pengguna akun Instagram saja, sedangkan penelitian membahas tentang penggunaan akun kedua di instagram sebagai panggung belakang.

11. Rujukan kesebelas yaitu Jurnal dari Hans Karunia H, Nauvaliana Ashri, Dr Irwansyah, Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia tahun 2021 dengan judul “**Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification**”. Dalam penelitian ini membahas terkait bagaimana penggunaan teori Uses *and* Gratification sebagai pisau analisis dalam menganalisa kasus atau fenomena-fenomena yang terjadi dalam penggunaan media.<sup>32</sup> Keterkaitan jurnal tersebut dengan penelitian yang diteliti saat ini adalah teori yang digunakan adalah teori Uses and Gratification, yang membedakan penelitian rujukan dengan penelitian yang diteliti saat ini adalah pada penelitian rujukan membahas mengenai penggunaan teori Uses *and* Gratification dalam menganalisa fenomena dalam penggunaan media, sedangkan dalam penelitian yang hendak diteliti membahas mengenai motif penggunaan *second account* Instagram lalu di hubungkan dengan teori Uses *and* Gratification yang didalam nya juga membahas mengenai motif penggunaan media.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Teori Uses and Gratification**

Teori *Uses and Gratification* adalah pengembangan dari teori model jarum suntik hidopermik. Teori ini dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Pada tahun 1974, Elihu Kartz menerbitkan bukunya *The Uses on Mass. Communication : Current Perspectives on Grativication Research*. Teori tersebut mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif

<sup>31</sup> Witanti Prihatiningsih, “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja,” *Communication* 8, no. 1 (1 April 2017): 51, doi:10.36080/comm.v8i1.651.

<sup>32</sup> Karunia H. dkk, “Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification.”



memilih dan menggunakan media. Pengguna media mencoba melakukan ini Mencari sumber media terbaik untuk bertemu kebutuhannya. Ini berarti bahwa praktek dan teori Uses and Gratification mengasumsikan hal ini. Pengguna memiliki pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka.<sup>33</sup>

Teori *Uses and Gratifications* menurut Maslow adalah perluasan dari teori kebutuhan dan motivasi. Dalam teori kebutuhan dan motivasi, Abraham Maslow menyatakan bahwa orang secara aktif berusaha untuk memenuhi hierarki kebutuhannya. Sedangkan, Teori Uses and Gratifications milik Blumer dan Katz yang mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Katz, Blumler & Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori uses and gratification, yaitu<sup>34</sup> :

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemelihan media terletak pada khalayak.
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditanggguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

*Teori Uses and Gratifications* atau yang disebut Teori penggunaan dan kepuasan, Pada dasarnya meliputi media massa dengan motif tertentu. mempengaruhi publik. Media dipandang sebagai gudang informasi dan motivasi. Jika informasi dapat dimediasi oleh media pengaruh pada masyarakat, kita dapat mengatakan penyembuhan dan kegembiraan Ini adalah cara yang efektif untuk mempengaruhi banyak orang melalui media

<sup>33</sup> Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hal 191-192

<sup>34</sup> Ibid.



massa.<sup>35</sup>

Teori *Uses and Gratifications* adalah khalayak yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif.<sup>36</sup>

Setelah itu Teori *uses and gratifications* dikelola dan dikembangkan, Katz et.al pada tahun 1974, Penelitian yang dilakukan oleh Katz et.al ingin mengetahui mengapa seseorang memilih media sosial, apa yang membuat seseorang menetap pada penggunaan Media Sosial. maka ada banyak kebutuhan yang bisa dikemukakan, antara lain seperti yang dirancang oleh Katz, Blumler & Gurevitch yaitu:<sup>37</sup>

- 1) Kebutuhan *Kognitif* : Kebutuhan untuk mengkonsolidasikan pengetahuan, informasi dan pemahaman tentang lingkungan. Atas dasar kebutuhan ini untuk memahami dan mengendalikan lingkungan serta untuk memenuhi atau memuaskan rasa ingin tahu.
- 2) Kebutuhan *Afektif* : Kebutuhan mengenai hal hiburan dan pengalaman emosi.
- 3) Kebutuhan Integratif Individu (*personal integrative needs*) : Kebutuhan ini berhubungan memperkuat kepercayaan, kredibilitas, stabilitas dan situasi pribadi.
- 4) Kebutuhan Integratif Sosial (*social integrative needs*): Kebutuhan ini berhubungan memperkuat hubungan keluarga, teman dan orang lain di seluruh dunia. Atas dasar kebutuhan ini keinginan seseorang bergabung atau berkelompok dengan orang lain.
- 5) Kebutuhan Pelepasan atau hiburan (*Escapism*) : Kebutuhan ini berkaitan dengan kebutuhan melarikan diri dari stres dan keinginan mencari hiburan dan ketenangan.

<sup>35</sup> Eric Yuwono, "Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Variety Show "DAHSYAT" Di RCTI," *Jurnal E-Komunikasi* 1, no. 1 (Tahun 2013): 2–3.

<sup>36</sup> Like Gunawan, "Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog 'Titik Tengah' di Metro TV Jawa Timur," *Jurnal E-Komunikasi* 4, no. 1 (Tahun 2016): 1–2.

<sup>37</sup> Anno Domini Muskanan, dkk, "Motif dan Kepuasan Followers dalam Mengikuti Akun @ayutingting92 di Instagram," *Jurnal E-Komunikasi* 7, no. 2 (Tahun 2019): 5–6.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

Seiring perkembangan jaman, teori uses and gratifications juga mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan. Saat ini, teori uses and gratifications lebih melihat kepada sisi individu dalam menggunakan media. Teori ini lebih banyak melihat bagaimana motif, penggunaan dan kepuasan individu dalam menggunakan suatu media. Begitupun dalam menggunakan media berupa media sosial Instagram khususnya *second account* instagram. Sebelum beranjak pada penelitian tentang kepuasan atau dampak, penelitian ini akan menitikberatkan pada motif penggunaan media khususnya *second account* instagram di kalangan Generasi Z.

## 2. Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi adalah teori seni teater, yang penciptanya Aristoteles dalam karya besarnya *Poetics* (350 SM) di dalam karyanya Teori Dramaturgi adalah teori yang membahas tentang suatu kegiatan interaksi satu sama lain sama dengan halnya pertunjukkan sebuah drama. Dalam hal tersebut, aktor yang menampilkan segala sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu melalui drama yang dilakukannya merupakan manusia. Dalam berinteraksi identitas seorang aktor dapat berubah, tergantung berinteraksi dengan siapa aktor tersebut.<sup>38</sup> Teori dramaturgi tidak lepas dari pengaruh Cooley tentang *the looking glass self*, pada apa dan bagaimana orang lain membagikan perasaan kita tentang penilaian orang lain.<sup>39</sup>

Terdapat kisah paling tragis *Oedipus Rex* dan menjadi acuan bagi dunia seni teater, drama, dan perfilman hingga saat ini. Kemudian teori dramaturgi dikembangkan oleh Erving Goffman pada tahun 1959, ia adalah seorang sosiolog yang berpengaruh pada abad 20, pada saat itu ia memperkenalkan teori dramaturgi dalam bukunya yang berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life*".<sup>40</sup> Konsep teori dramaturgi yang dikenalkan Goffman lebih bersifat penampilan teateris, yaitu fokus atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang sama dengan pertunjukkan drama di panggung.

Teori dramaturgi yang dikembangkan oleh Goffman terletak di antara

<sup>38</sup> Ainal Fitri, "Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter menjelang Pemilihan Presiden 2014" 4, no. 1 (2015): 8.

<sup>39</sup> Della Amanda, "IR-Perpustakaan Universitas Airlangga," t.t., 19.

<sup>40</sup> Ibid.





interaksi sosial dan fenomenologi. Interaksi sosial dikaitkan dengan interpretasi yang bermakna dari kedua kelompok individu. Sistem menafsirkan pesan sebagai sosial, sifat komunikasi dan pemikiran umum tentang masyarakat, konten interaktif simbolik. Hakikat interaksi simbolik adalah aktivitas yang dilakukan oleh manusia, yaitu berkomunikasi dan bertukar simbol yang bermakna. Interaksi manusia menggunakan simbol-simbol untuk mewakili apa yang ingin mereka sampaikan. Bidang minat Goffman adalah tatanan interaksi (pola interaksi), meliputi: struktur, proses, dan produk interaksi sosial. Skema interaksi tampaknya memenuhi kebutuhan untuk mempertahankan integritasnya. Teori Goffman adalah teori diri Goffman, ketika kita dihadapkan pada tuntutan agar kita tidak ragu-ragu untuk melakukan apa yang kita harapkan. Teori Goffman berfokus pada kehidupan sosial sebagai rangkaian pertunjukan drama.<sup>41</sup>

Pemikiran Goffman bermula dari ketegangan antara "*I and Me*". Ada perbedaan antara kita dan diri kita yang disosialisasikan. Istilah "*I*" mengacu pada apa adanya dan istilah "*Me*" mengacu pada orang lain. Stres muncul dari perbedaan antara apa yang orang harapkan dan apa yang kita harapkan. Menurut Goffman, setiap orang harus melakukan bagian mereka dalam menciptakan interaksi sosial karena drama adalah perhatian utama dari interaksi sosial. Fokus dari pendekatan dramatis bukanlah apa yang orang lakukan atau lakukan, tetapi bagaimana mereka melakukannya. Menurut Burke, tindakan manusia harus didasarkan pada tindakan sebagai konsep fundamental dalam drama. Drama menekankan pada dimensi ekspresif dari aktivitas manusia karena perilaku ekspresif membuat perilaku manusia menjadi dramatis. Pendekatan Goffman terhadap scripting adalah ketika orang berinteraksi, mereka ingin mengkurasi sebuah pesan atau menyampaikan pesan yang ingin mereka kembangkan kepada orang lain. Orang-orang menyukai akting para aktor. Dalam film aksi, pertunjukan dipandang sebagai penggunaan simbol untuk menyajikan sebuah cerita.<sup>42</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori teater yang dikemukakan oleh Erving Goffman, yang menjelaskan bahwa aktivitas

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>41</sup> Sri Suneki, "Paradigma Teori Dramaturgi terhadap kehidupan sosial," *Jurnal Ilmiah CIVIS II*, no. 2 (Juli 2012): 7.

<sup>42</sup> Ibid., 3.



interaktif mirip dengan pertunjukan drama. Drama adalah teori yang diungkapkan oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *Presenting Yourself in Daily Life* tahun 1959. Menurut teori ini, ada periode dalam kehidupan individu yang dikenal sebagai fase anterior dan posterior. Saat orang berinteraksi, mereka memilih peran mana yang akan dimainkan. Masa kanak-kanak adalah apa yang terjadi ketika berinteraksi dengan individu atau kelompok lain dalam masyarakat atau identitas sosial. Pada fase retrograde, di sinilah individu menyembunyikan identitas pribadinya.<sup>43</sup>

Perannya yang mendukung dalam mengembangkan perilaku-perilaku agar mencapai tujuan dari manusia tersebut. Ketika memainkan karakter mengenakan bahasa verbal maupun bahasa non verbal dan menggunakan atribut tertentu atau lokasi tertentu. Kehidupan sosial dibagi menjadi dua yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*backstage*). Panggung depan (*front stage*) adalah suatu panggung bagian dari pertunjukkan (*appearance*) atas gaya dan penampilannya. Di Panggung itulah aktor akan menunjukkan suatu identitas sesuai peran yang diperankan dalam interaksi sosialnya. Panggung belakang (*back stage*) ialah tempat yang berbatasan dan berbeda kesannya dengan panggung depan, tetapi tak terlihat dari pandangan khalayak.<sup>44</sup>

Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman merupakan teori yang terkait dengan penelitian yang dibahas dalam penelitian ini di Instagram lebih tepatnya *Second Account* atau akun kedua, seperti kehidupan yang sesungguhnya. Seolah-olah kita tidak dapat memuaskan berbagai pihak kecuali diri kita sendiri di belakang panggung. Di belakang panggung, seseorang dapat mengungkapkan karakter sebenarnya tanpa merasa takut kalau-kalau dapat merusak penampilannya. Di *Second Account*, rasanya seperti ajang untuk membuka topeng kepalsuan yang sebelumnya sudah diciptakan pada akun utama. Oleh karena itu, banyak sekali pemilik akun kedua yang lebih bebas dalam bermedia sosial.<sup>45</sup>

Dalam penelitian ini, skenario difokuskan pada Akun Instagram

<sup>43</sup> Dewi dan Preciosa Alnashava Janitra, "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai alter ego," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 3 (Juni 2018): 341–43.

<sup>44</sup> Ibid.

<sup>45</sup> Edi prihantoro, Damintana, dan Ohorella, "Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram."



*second account*. Dramaturgi adalah teori fundamental tentang bagaimana individu muncul di dunia sosial. Secara umum, teori ini dimaksudkan untuk membantu memberikan penjelasan yang masuk akal atas perilaku orang lain saat membuat akun kedua atau *second account*. Pembagian panggung depan dan belakang dapat dilihat tidak hanya di dunia nyata dan Instagram (*online*), tetapi juga di beberapa akun pengguna yang sama. Untuk itulah peneliti memfokuskan pada remaja khususnya mahasiswa Generasi Z yang menggunakan Instagram khususnya *second account*, serta bagaimana motif yang membuat seorang individu khususnya mahasiswa mempunyai *Second Account* terkait pengungkapan suatu informasi yang dimiliki oleh individu tersebut kepada pengguna individu lainnya di Instagram di setiap akun tersebut.

### 3. Motif

Motif berasal dari bahasa latin *movere* yang artinya bergerak atau *to move*. Oleh karena itu, motif diartikan sebagai kekuatan yang terkandung dalam diri sendiri. Motivasi adalah keadaan dalam diri individu atau organisme untuk mengontrol perilaku yang diarahkan pada tujuan.<sup>46</sup> Motif adalah motivasi yang berhubungan dengan tujuan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Motif menunjukkan hubungan yang sistematis antara tanggapan dan urgensi tertentu. sifat manusia mempraktikkan perilaku yang ditujukan untuk mencapai tujuan-tujuan yang memuaskan.<sup>47</sup> Ada beberapa definisi mengenai motif menurut para ahli :

- a. Gerungan (1975) : Motif adalah pengertian dalam diri seseorang yang melengkapi segala dorongan yang memaksanya untuk melakukan sesuatu.
- b. Lindzey, Hall dan Thompson (1975) : Motif adalah apa yang menyebabkan perilaku.
- c. Atkinson (1958) : Motif sebagai arah untuk melakukan usaha yang kuat untuk mencapai tujuan tertentu, tujuan ini dapat berupa keberhasilan,

<sup>46</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008, hal 756.

<sup>47</sup> M. Nur Ghufroon Dan Rini Risnawita S, Teori-Teori Psikologi, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), Hal 83.





solidaritas atau kekuatan.

- d. Sri Mulyani Martaniah (1982) : Motif adalah konstruksi yang potensial yang diciptakan oleh pengalaman jangka panjang bahkan ketika potensi perubahan hadir dan bekerja dengan mengubah dan mengarahkan perilaku menuju tujuan tertentu.

Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa motif adalah memahami bahwa itu cukup untuk semua motif, penyebab atau alasan dalam diri seseorang untuk membuatnya melakukan sesuatu. Itu pada dasarnya memiliki semua perilaku manusia. Perilaku ini juga dikenal sebagai perilaku refleksif dan terjadi secara otomatis dan ia memiliki tujuan tertentu, tetapi tujuan ini tidak selalu disadari manusia. Motif manusia dapat mempengaruhi seseorang secara tidak sadar maupun sadar. Ada juga alasan untuk apa yang kita lakukan setiap hari.

Berikut ini adalah motif-motif yang timbul pada diri manusia ketika berkomunikasi:

- a. Motif informatif: yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan hasrat untuk memenuhi kebutuhan akan ilmu pengetahuan
- b. Motif hiburan: yaitu hal-hal yang berkenaan untuk mendapatkan rasa senang
- c. Motif integrasi personal: yaitu motif-motif yang timbul akibat keinginan untuk memperteguh status, kredibilitas, rasa percaya diri, dll
- b. Motif integratif sosial: yaitu dimaksudkan untuk memperteguh kontak sosial dengan cara berinteraksi dengan keluarga, teman, orang lain
- c. Motif pelarian: yaitu motif pelepasan diri dari rutinitas, rasa bosan, atau ketika sedang sendiri

#### 4. Media Sosial

Media baru atau disebut media sosial adalah media yang menyediakan digitalisasi, konvergensi, interaksi, dan jaringan dalam kaitannya dengan pesan. Interoperabilitas memungkinkan pengguna media baru untuk mengontrol output dari informasi yang dihasilkan dan membuat keputusan yang diperlukan ketika memilih bagaimana mereka akan menggunakan informasi tersebut. Interoperabilitas adalah konsep kunci untuk memahami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



media baru. Munculnya virtual reality yaitu komunitas virtual identitas virtual merupakan fenomena yang sering terjadi dengan hadirnya media baru. Media baru memungkinkan pengguna untuk menggunakan ruang sebanyak mungkin pada media baru, memperluas jaringan sebanyak mungkin, dan menghadirkan identitas yang berbeda kepada pengguna dunia nyata.<sup>48</sup>

Jejaring sosial itu sendiri adalah lingkungan online yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah terhubung, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wikipedia, dan dunia virtual. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial mengubah komunikasi dan dialog interaktif melalui teknologi web. Beberapa situs populer di media sosial adalah: Blog, Twitter, Facebook, Path, Instagram dan Wikipedia. Van Dijk mendefinisikan media sosial, mulai sekarang media sosial adalah platform komunikasi yang mengutamakan keberadaan pengguna dan memfasilitasi aktivitas dan kerjasama mereka. Dengan demikian, media sosial dapat digunakan sebagai alat dukungan online untuk memperkuat hubungan pengguna dan keterlibatan sosial. sosial.<sup>49</sup>

Media sosial memiliki beberapa fungsi antara lain :<sup>50</sup>

- a) Media sosial adalah media yang dirancang untuk meningkatkan interaksi sosial masyarakat dengan internet dan teknologi web.
- b) Media sosial telah berhasil mengubah komunikasi satu arah berbasis organisasi media untuk khalayak yang besar (*one to many*) menjadi metode komunikasi percakapan antara banyak (*many on many*) khalayak.
- c) Media sosial melibatkan demokratisasi pengetahuan dan informasi. Pengguna pesan akan mengedit salah satu isinya untuk pembuat pesan.

Bagi banyak orang di berbagai belahan dunia, situs jejaring sosial yang berkembang pesat memiliki keuntungan dapat berkomunikasi dengan lebih mudah dan dengan biaya yang lebih terjangkau daripada menggunakan telepon. Keuntungan lain dari keberadaan jejaring sosial adalah

<sup>48</sup> Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media Sosial," *The Messenger* III, no. 1 (Juli 2011): 70.

<sup>49</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017).

<sup>50</sup> Fahlepi Roma Doni, "Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja" 3, no. 2 (2017): 9.



kemampuannya untuk menyebarkan informasi dengan cepat. Namun, kelemahan media sosial adalah secara langsung membatasi interaksi antar individu yang dapat digunakan untuk penggunaan media sosial, serta masalah etika dan hukum yang ditimbulkan oleh konten, konten yang melanggar etika, regulasi, dan privasi. Dalam artikelnya yang berjudul “*User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media,*” di Majalah *Business Horizons* Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein membuat klarifikasi untuk berbagai jenis media sosial berdasarkan penggunaannya. Menurutnya, pada dasarnya jejaring sosial dapat dibagi menjadi enam kategori, yaitu :<sup>51</sup>

- a) Pertama, ini adalah proyek situs web bersama di mana pengguna dapat mengedit, menambah, atau menghapus konten di situs seperti Wikipedia.
- b) Kedua, blog dan microblogging mengkritik sesuatu seperti Twitter, di mana pengguna memiliki kebebasan untuk mengekspresikan apa pun di blog seperti perasaan, pengalaman, dan ekspresi.
- c) Ketiga, jejaring sosial di mana pengguna dapat terhubung dengan membuat informasi pribadi, grup, atau sosial yang dapat diakses oleh orang lain, seperti Facebook.
- d) Keempat, dunia game virtual dimana pengguna dapat tampil sesuka hati melalui aplikasi avatar 3D dan kemudian berinteraksi dengan orang lain menggunakan avatar seperti di dunia nyata, misalnya seperti *game online*.
- e) Kelima, konten atau konten dimana pengguna di situs ini berbagi konten multimedia seperti e-book, video, foto, gambar dan lainnya seperti Instagram dan Youtube.
- f) Keenam, *Virtual Social World* adalah aplikasi virtual yang memungkinkan pengguna untuk hidup di dunia virtual dan berkomunikasi dengan orang lain. Dunia sosial virtual ini tidak jauh berbeda dengan dunia game virtual, tetapi seperti *Second Life*, ini lebih bebas dalam berbagai aspek kehidupan.

Media sosial dan evolusinya bersaing untuk mengalahkan media tradisional atau tradisional seperti cetak, radio atau televisi. Keuntungan ini bisa muncul karena jejaring sosial tidak mengeksploitasi pasar tenaga kerja secara berlebihan, memiliki modal tinggi dan tidak terkait dengan

<sup>51</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014).





infrastruktur produksi besar seperti gedung, kantor, dan berita lainnya. Jejaring sosial merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan sudah menjadi kebutuhan sehari-hari terutama bagi kaum milenial, di saat berbagi informasi atau melakukan hal lain hingga hiburan sangatlah mudah.<sup>52</sup>

## 5. Penggunaan *Second Account*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, *use* berarti suatu proses, cara melakukan atau menggunakan sesuatu.<sup>53</sup> Penggunaan adalah kegiatan menggunakan atau menerapkan sesuatu, seperti alat atau properti. *Second* dalam bahasa Indonesia artinya kedua, dan *Account* dalam bahasa Indonesia berarti akun. *Second Account* atau akun alter (akun kedua) adalah akun di mana penggunaannya bisa sesuka hati mengekspresikan dirinya. Sebelum membahas tentang Penggunaan *Second Account*, di sini peneliti akan membahas terlebih dahulu yang berkaitan dengan penggunaan *Second Account*, yaitu penggunaan media sosial pada *Second Account*. Menurut Ardianto dalam bukunya *Komunikasi Massa*, terlihat seberapa jauh perbedaan penggunaan media dengan frekuensi dan durasi penggunaan media.<sup>54</sup>

Menurut Lometti, Reeves dan Bybee, penggunaan media individu dapat dilihat melalui tiga hal, antara lain:<sup>55</sup>

- a) Waktu yang berlalu dalam hal frekuensi, intensitas dan durasi yang digunakan untuk mengakses situs web.
- b) Isi media, yaitu pemilihan media dan metode yang tepat untuk menyampaikan pesan yang disampaikan dengan baik.
- c) Dalam penelitian ini, hubungan antara media dan individu adalah hubungan antara pengguna dan media sosial.

Pada generasi Z yaitu pada kalangan remaja saat ini tak jarang ada yang tidak menggunakan aplikasi media sosial Instagram yang sedang digandrungi saat ini khususnya wanita, karena pada aplikasi Instagram kita

<sup>52</sup> “Media Sosial : Antara Kebebasan dan Eksploitasi.”

<sup>53</sup> Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).

<sup>54</sup> Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004).

<sup>55</sup> Thea Rahmani, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016).



dapat mengunggah foto atau video kegiatan yang kita inginkan di aplikasi tersebut, karena kegiatan seperti mengunggah foto atau video adalah kegiatan yang disukai wanita. Dikarenakan wanita menyukai hal tersebut, ia menggunakan akun Instagram lebih dari satu akun.<sup>56</sup>

Wanita khususnya mahasiswi sangat banyak yang tertarik menggunakan akun kedua Instagram atau sering disebut *Second Account*. Penggunaan *Second Account* saat ini sangat digandrungi mahasiswi untuk selalu mengunggah kegiatan apapun, karena pada akun tersebut bersifat lebih privasi karena hanya diikuti oleh orang-orang yang dikenal saja. Mengenai penggunaan *Second Account* di Instagram, *Second Account* (Akun kedua) merupakan akun lain yang sudah dimiliki oleh individu yang memiliki akun utama (*First Account*). Fenomena *Second Account* ada pada penggunaan media sosial meningkat.

*Second Account* pada Instagram adalah hal yang baru dilakukan oleh banyak orang. Hal tersebut dilakukan karena mempunyai tujuan yang spesifik khususnya yang melakukannya adalah wanita, dikarenakan emosi wanita sangat berbeda-beda dan kurang bisa menahan emosi. Dengan adanya *second account* emosi dan pikiran yang dituangkan oleh wanita tersebut lebih bebas karena lebih membatasi *followers* dalam akun tersebut, dan pengikutnya merupakan orang yang dipercayainya. Sehingga berani menuangkan pikiran dan emosi lantaran mereka saling percaya.<sup>57</sup>

Banyak alasan di balik terbentuknya *second account*, alasannya adalah untuk kebebasan, pada umumnya *second account* berisi candaan, curhatan, sindiran, pandangan sensitif tentang suatu hal, video absurd, dan lain-lain. Pengguna *second account* tidak perlu takut tentang komentar buruk tentangnya karena syarat nya *second account* adalah akun yang private dan orang-orang terdekat. Maksud dari akun private adalah akun instagram yang menerapkan privasi di akunnnya. Ketika sebuah akun di private, pemiliknya bisa menentukan siapa saja yang bisa mengikuti atau melihat isi dari akun kedua. Akun privat juga menaruh keuntungan anonimitas (tidak ber

<sup>56</sup> Krisnani, "Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme."

<sup>57</sup> edi prihantoro, Damintana, dan Ohorella, "Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Masim Riau



identitas). Anonimitas memberikan kebebasan kepada pengguna untuk berkomentar, men-stalking (melihat-lihat profil Instagram secara diam-diam), mengikuti akun, dan memberikan *like*. Anonimitas ini juga didukung oleh salah satu ciri-ciri *second account* yaitu nama penggunanya tidak sesuai nama aslinya atau nama akun utamanya.<sup>58</sup>

Maka dapat disimpulkan penggunaan *second account* pada media sosial adalah kegiatan yang dilakukan seorang individu dapat mengekspresikan dirinya untuk berbagi informasi, berkreasi, tentang candaan, curhatan, sindiran, pandangan sensitif tentang suatu hal, video absurd, dan lain-lain yang hanya dapat dilihat oleh-oleh orang terdekat saja (privasi).<sup>59</sup>

## 6. Instagram

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang sudah banyak dikenal di kalangan pengguna smartphone. Nama Instagram berasal dari kata "insta" atau "Instan", yang dikenal sebagai fotografi instan, dan kata "gram" berasal dari kata "telegram" karena telegram digunakan untuk mengirim pesan instan kepada orang lain. Anda dapat mengirimkannya melalui Instagram.<sup>60</sup>

Salah satu jejaring sosial yang paling populer adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi media sosial yang sudah dikenal oleh banyak pengguna smartphone berdedikasi dan dapat diakses dari beberapa akun atau nama pengguna. Instagram Friendship menggunakan kata Follower dan Follower yang berarti pengikut mengikuti sedangkan pengikut berarti pengguna lain mengikuti akun Instagram. Semua pengguna Instagram dapat berinteraksi dengan mudah di Instagram karena mereka dapat berkomunikasi dengan menambahkan komentar di kolom komentar dan

<sup>58</sup> Hendika Permana dan Made Sutedja, "Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram."

<sup>59</sup> Kembaren Dianelia Reginanta Sembiring, "Hubungan antara kesepian dan kecendrungan Narisisistik pada pengguna Jejaring Sosial Media Instagram," *Jurnal Psikologi* 16, no. 2 (17 November 2017): 147, doi:10.14710/jp.16.2.147-154.

<sup>60</sup> Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram* (Malaysia: Publishing House, 2016).





memberikan suka (foto) untuk apa yang dibagikan pengguna di Instagram.<sup>61</sup>

Instagram merupakan salah satu media sosial yang ditujukan untuk membantu pengguna berbagi akses informasi seperti foto atau video dengan pengguna lain. Meskipun Instagram digunakan oleh pengguna Android, iPad, iPhone, dan perangkat dengan sistem operasi 3.2, tidak dapat dikatakan bahwa pengguna komputer menggunakannya dengan sempurna karena Instagram dibuat khusus untuk pengguna Facebook yang menggunakan smartphone.<sup>62</sup>

Menurut Bambang, Instagram adalah aplikasi smartphone yang didedikasikan untuk jejaring sosial, media digital yang fungsinya mirip dengan Twitter, tetapi perbedaannya adalah mengambil foto di tempat dan format untuk berbagi informasi, kepercayaan dengan pengguna. Instagram juga dapat meningkatkan kreativitas dan memberikan informasi kepada penggunanya karena memiliki fitur yang membuat foto menjadi lebih baik, lebih bagus dan lebih artistik.<sup>63</sup>

Instagram awalnya didirikan oleh Burb INC, lebih khusus programmer dan CEO perusahaan Mike Krieger dan Kevin System, keduanya merupakan tokoh kunci dalam pertumbuhan Instagram. Kevin adalah seorang programmer dan CEO dari Blurb INC. Ia lulus dari Universitas Stanford pada tahun 2006 dengan jurusan Ilmu Manajemen dan Teknik. Kevin bertemu pengusaha ini saat magang di Odeo, yang kemudian berganti nama menjadi Twitter. Dua tahun kemudian, Kevin bergabung dengan Google setelah meninggalkan Google. Elemen Mafia Wars muncul, diikuti dengan nama Burn. Kevin kemudian membuat prototipe ide HTML dan menyebarkannya ke beberapa temannya.<sup>64</sup>

Dua minggu setelah Mike Krieger bergabung dengan tim Burn, Mike lulus dari Universitas Stanford dengan jurusan sistem simbolik yang berfokus pada interaksi manusia-komputer. Mike bekerja di Microsoft

<sup>61</sup> Puspita, "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau."

<sup>62</sup> Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi)" 16 (t.t.): 10.

<sup>63</sup> Yustia Ningsih dan Andi Fitriani Djollong, "Pengaruh penggunaan Instagram terhadap Pembentukan Karakter," t.t., 13.

<sup>64</sup> George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia* (Tangerang: Gemilang, 2016).



sebagai pengembang perangkat lunak untuk Power Point dan Xmarks selama kuliah. Burn INC adalah perusahaan rintisan teknologi yang berfokus pada pengembangan aplikasi seluler berbasis HTML5 untuk pemeriksaan lokasi, pengeposan foto dan video, streaming langsung, dan pembaruan status.<sup>65</sup>

Kevin dan Mike, programmer dan CEO Burn INC, yang menciptakan Instagram, memutuskan untuk membuat versi asli Burn, versi terbaru dari Burn yang dapat digunakan di aplikasi iPhone dengan banyak fitur. Sulit bagi Kevin dan Mike untuk mengurangi fitur ini dan memulai dari awal, jadi Kevin dan Mike hanya fokus membuat fitur seperti foto, komentar, dan bahkan foto, yang merupakan awal dari kepala Media Sosial Instagram.<sup>66</sup>

Instagram pertama kali keluar dan sukses dan diunduh oleh 25.000 pengguna di hari pertama tanpa menggunakan iklan dan hanya mengandalkan viral marketing. Instagram didirikan pada awal 2010 sekitar Januari dan 10 bulan kemudian, Instagram memiliki lebih dari 7 juta pengguna aktif. Pengguna Instagram di Indonesia memiliki komunitas bernama Iphonesia, Iphonesia adalah singkatan dari I Device Photographer Indonesia.<sup>67</sup>

Pada akhir tahun 2013, Instagram juga menambahkan layanan obrolan pribadi untuk memposting cuplikan foto dan video pribadi. Tidak hanya itu, di tahun yang sama, Instagram juga membuat fitur baru yang terinspirasi dari Snapchat bernama Instagram Stories. Menurut Atmoko, ada beberapa fitur yang perlu ditingkatkan agar unggahan lebih mudah ditelusuri, misalnya: <sup>68</sup>

- a) Judul atau judul gambar harus memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan kepada pengguna.
- b) Hashtag adalah simbol yang ditandai dengan tanda pound (#), fungsi zonk ini sangat penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto dengan hashtag tertentu di Instagram.

<sup>65</sup> Rini Damayanti, "Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram" 5, no. 3 (2018): 18.

<sup>66</sup> edi prihantoro, Damintana, dan Ohorella, "Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram."

<sup>67</sup> Almas Zakirah, "Mahasiswa dan Instagram," *Jurnal SI Sosiologi Fisip Universitas Airlangga*, 2018, 5.

<sup>68</sup> Ningsih dan Djollong, "Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Pembentukan Karakter."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sulitngayang, Pekanbaru, Riau



- c) Fungsi locator adalah yang memberi tahu di mana pengguna mendapatkannya.

Meski disebut sebagai layanan berbagi foto, Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna dapat berkomunikasi dengan pengguna lain.

Ada beberapa hal yang dapat Anda lakukan di Instagram:<sup>69</sup>

- a) Follow

Follow atau Pengikut adalah pengguna dari pengguna Instagram yang mengikuti atau berteman dengan pengguna lain menggunakan Instagram.

- b) Like

Like adalah ikon di mana pengguna dapat menyukai foto atau foto di Instagram dengan mengklik tombol Suka di bagian bawah judul di sebelah komentar. Kedua, klik dua kali foto yang Anda sukai.

- c) Komentar

Mengomentari adalah kegiatan yang dirancang untuk mengungkapkan pikiran secara verbal; Pengguna dapat dengan bebas mengomentari foto, baik berupa komentar, pujian maupun kritikan.

- d) Mentions

Gunakan ini untuk menambahkan lebih banyak pengguna dengan menambahkan Arroba (@) dan memasukkan akun Instagram pengguna tersebut.

Anda dapat membuat banyak akun di Instagram itu sendiri, dan banyak pengguna memiliki beberapa akun Instagram yang digunakan untuk keperluan bisnis, pribadi, dan lainnya. Instagram terkait erat dengan penelitian karena melibatkan penggunaan beberapa akun instagram (dengan akun lain).<sup>70</sup>

## 7. Generasi Z

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), generasi kata adalah periode orang-orang yang hidup dalam generasi yang sama. Generasi demi generasi ahli, khususnya Generasi Karl Mannheim, adalah sekelompok

<sup>69</sup> Zakirah, "Mahasiswa dan Instagram."

<sup>70</sup> Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*.





individu usia yang juga mengalami peristiwa sejarah yang signifikan. Generasi Z, atau generasi setelah milenium, adalah kelompok manusia termuda di dunia saat ini. Generasi Z sendiri adalah orang yang lahir antara tahun 1995-2010. Di Indonesia sendiri, pada tahun 2010 saja, jumlahnya mencapai lebih dari 68 juta jiwa, hampir menyamai dua Generasi X (lahir 1965-1976). Dan ada sekitar 2,5 miliar orang Generasi Z di dunia saat ini. Generasi Z adalah generasi pertama yang benar-benar mendunia dan telah akrab dengan perkembangan teknologi saat ini sejak kecil dan telah tumbuh besar dimana-mana.<sup>71</sup>

Menurut penelitian Grail, Generasi Z adalah generasi Internet sejati pertama sejak Generasi Z lahir ketika teknologi Internet lahir. Alhasil, Generasi Z mencintai teknologi, lebih pintar, toleran terhadap perbedaan budaya dan agama, dan lebih fleksibel, hanya saja Generasi Z tidak menyukai budaya instan dan terus-menerus memposting aktivitasnya di media sosial.<sup>72</sup>

Para ahli mengatakan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik dan fitur yang berbeda dari pendahulunya, yaitu Generasi Y yang menggunakan e-mail, SMS, instant messaging dan berbagai teknologi komunikasi secara lebih langsung. Milenial adalah generasi yang tumbuh di era internet. Gen Z, di sisi lain, lebih terhubung secara sosial melalui dunia maya. Generasi ini yang sejak dini telah dimajukan teknologinya sangat melek smartphone dan tergolong generasi kreatif.<sup>73</sup>

Generasi Z sekarang lebih suka menggunakan aplikasi media sosial seperti Instagram, YouTube, WhatsApp, TikTok dan aplikasi media sosial lainnya. Ryan Jenkins (2017), dalam sebuah artikel berjudul “*Four Reasons Generation Z will be the Most Different Generation*”, menyatakan bahwa Generasi Z memiliki harapan, minat, dan peluang kerja yang saling bertentangan dan dipandang sebagai tantangan bagi organisasi. Generasi Z lebih beragam, mendunia, dan berdampak pada budaya dan sikap

<sup>71</sup> Putra, “Theoretical Review.”

<sup>72</sup> Ranny Rastati, “Media Literasi bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta,” *Jurnal Teknologi Pendidikan* 6, no. 1 (Juni 2018): 65.

<sup>73</sup> Krisnani, “Perilaku Generasi Z terhadap penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme.”



masyarakat secara luas.<sup>74</sup>

Bruce Tulgan dan Rainmaker Thinking, Inc. Dalam studi jangka panjang dari tahun 2003 hingga 2013 berjudul "Temui Generasi Z: Generasi Kedua Raksasa Milenium," oleh penulis, Gen Z menemukan 5 karakteristik utama yang membuat perbedaan dibandingkan dengan generasi sebelumnya:<sup>75</sup>

- a) Jejaring sosial adalah citra masa depan Generasi Z. Jejaring sosial merupakan jembatan komunikasi dan interaksi antara satu individu dengan individu lainnya.
- b) Hal terpenting bagi Generasi Z adalah berhubungan dengan orang lain.
- c) Generasi Z memiliki keterampilan yang tidak seimbang, berpikir kritis perlu dilakukan secara intensif.
- d) Mudah berkomunikasi secara online dengan banyak orang di berbagai tempat berkat koneksi internet. Berkat kenyamanan ini, Generasi Z terhubung ke berbagai belahan dunia, sehingga Generasi Z memiliki pola pikir global.
- e) Generasi Z menerima ide dan sudut pandang yang berbeda, dapat menerima perbedaan pendapat dan keragaman, tetapi membuat Generasi Z sulit untuk mendefinisikan dirinya sendiri. Identitas yang diciptakan sendiri dapat bervariasi dari berbagai hal yang mempengaruhi mereka, hingga bertindak dan berpikir tentang masalah.

Namun, Generasi Z saat ini menghadapi hambatan yang tidak dapat dipisahkan dari smartphone, karena mereka fokus menggunakan jejaring sosial, antisosial, atau terlalu fokus mengabaikan orang-orang di sekitarnya, dan tidak menghargai mereka yang terkena dampak negatif dari generasi ini. Kekerasan dan media sosial seperti kata-kata atau tindakan. Sebagai generasi termuda di dunia bisnis saat ini, Generasi Z bersemangat untuk melakukan pekerjaan yang bermakna dan merasa diberdayakan untuk dapat berkontribusi pada organisasi tempat mereka bekerja. Selain itu, Generasi Z melihat peluang pertumbuhan dan pengembangan sebagai hal utama yang

<sup>74</sup> "The Generation Guide - Millennials, Gen X, Y, Z and Baby Boomers."

<sup>75</sup> Rastati, "Media Literasi bagi Digital Natives."



harus diberikan organisasi kepada karyawannya.<sup>76</sup>

Sebuah opini terkait dari Harvard Business Review menyatakan bahwa ada beberapa strategi yang harus diterapkan organisasi dalam mengelola Generasi Z, termasuk pengembangan keterampilan, manajemen stres, dan pengembangan intelektual, kecerdasan emosional. Adanya peluang pertumbuhan dan dukungan proaktif manajemen untuk kesehatan mental seluruh karyawan merupakan langkah penting yang tidak hanya berperan penting dalam pengelolaan sumber daya manusia strategis (Strategic HRM), tetapi juga menghubungkan dan memberdayakan karyawan dan organisasi di masa-masa sulit.<sup>77</sup>

Bagi Generasi Z, informasi dan teknologi merupakan hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka sejak mereka lahir, dimana akses internet telah menjadi budaya global, sehingga mempengaruhi nilai dan sikap mereka terhadap tujuan hidup mereka. Generasi Z sekarang suka memposting kehidupan atau aktivitas pribadi mereka melalui media sosial.<sup>78</sup>

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang signifikan.<sup>79</sup> Kerangka pemikiran digunakan untuk mengetahui penggunaan *Second Account* Instagram di kalangan Generasi Z (studi kasus Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau).

Menurut pendapat peneliti, peneliti harus mendefinisikan konsep atau variabel penelitian secara lebih rinci. Ini tidak hanya menjelaskan variabel tetapi juga menjelaskan hubungan antar variabel. Peneliti hendaknya tidak hanya memusatkan perhatian pada variabel-variabel penelitian yang ada di

<sup>76</sup> Krisnani, "Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok sebagai media Edukasi dan Aktivisme."

<sup>77</sup> Rina Mulyati dkk., "Model Work Engagement Angkatan Kerja Generasi Millennial dengan Meaningful Work sebagai Mediator," *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 5, no. 1 (22 Juli 2019): 34, doi:10.22146/gamajop.47964.

<sup>78</sup> Bakti dan Safitri, "Peran Bimbingan dan Konseling untuk menghadapi Generasi Z dalam perspektif Bimbingan dan Konseling Perkembangan."

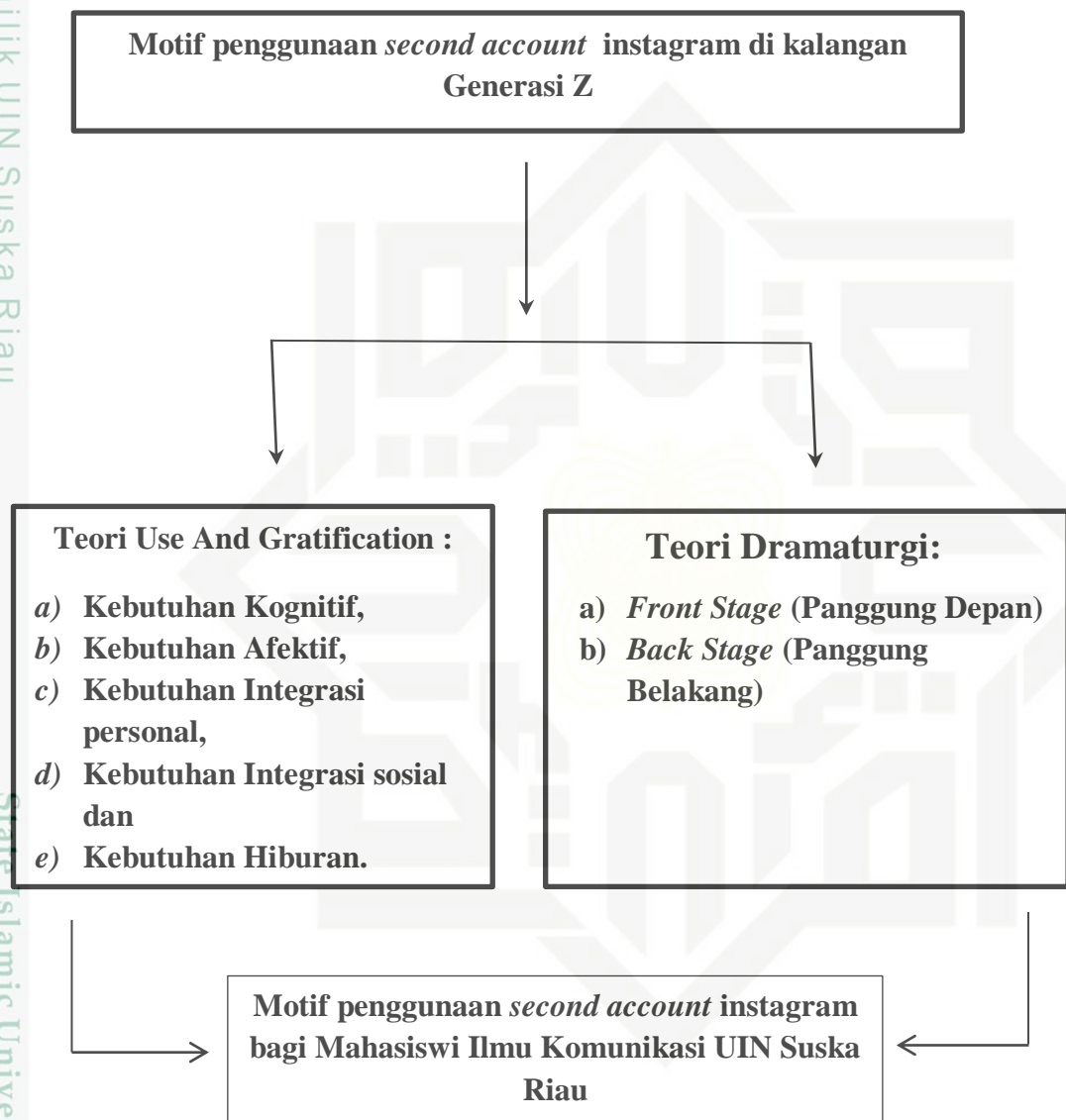
<sup>79</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)* (Bandung: Alfabeta, 2013).



benaknya, tetapi juga menghubungkan konsep-konsep penelitian dalam konteks yang lebih luas.<sup>80</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti membuat kerangka berfikir yaitu sebagai berikut :

Bagan 1.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian



<sup>80</sup> Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karya Ilmiah (Jakarta: Kencana, 2018).

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian dengan hasil data yang dikumpulkan, bukan data yang dapat diuji dengan statistik. Dalam penelitian kualitatif, populasi atau ukuran sampel bukanlah ukuran, meskipun populasi dan sampelnya sangat terbatas. Penelitian ini menggunakan gaya deskriptif, dimana peneliti mencoba untuk menggambarkan keadaan dan kondisi yang berbeda dari fenomena yang terjadi pada subjek penelitian. Metode deskriptif kualitatif dianggap cocok untuk digunakan dalam menyelidiki masalah yang memerlukan studi rinci.<sup>81</sup>

Penelitian dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami makna di balik data yang tampak dan untuk memperjelas fenomena yang terjadi. Dimana peneliti mencoba mendeskripsikan dan merangkum berbagai situasi dan kondisi atau fenomena yang menjadi subyek penelitian. Metode penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini, dikarenakan penelitian mengenai pemaknaan, motif dan pendapat informan yang tidak bisa diukur oleh angka dan membutuhkan analisa mendalam serta interpretasi dari peneliti.<sup>82</sup>

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dikarenakan penelitian ini bersifat analisis,<sup>83</sup> maka penelitian ini tidak memiliki lokasi yang tetap karena peneliti harus meneliti pengguna *Second Account* Instagram di kalangan generasi Z khususnya mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau, untuk waktu penelitiannya dilakukan pada tanggal 17 hingga 19 Maret 2022

#### C. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini ada 2, yaitu:

##### 1) Data Primer

<sup>81</sup> Burhan Burgin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006).

<sup>82</sup> Winarto Surahmad, "Pengantar Penelitian Ilmiah," t.t.

<sup>83</sup> Mohammad Mulyadi, "Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 15, no. 1 (26 Agustus 2013): 128, doi:10.31445/jskm.2011.150106.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Data primer adalah data yang diperoleh subjek penelitian secara langsung dengan alat ukur atau dengan mengukur langsung data yang dicari subjek penelitian.<sup>84</sup> Sumber data primer yakni mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau dengan melakukan wawancara dan observasi terhadap informan yang hendak diteliti.

## 2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung dari sumber penelitian.<sup>85</sup> Sumber data sekunder yang peneliti mencari tambahan informasi dan data mengenai pengguna *Second Account* Instagram di kalangan generasi Z khususnya mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau melalui Buku, Jurnal Online, dan Skripsi terdahulu.

## D. Informan Penelitian

Sumber daya penelitian atau disebut informan penelitian adalah orang-orang yang dapat mengamati, memberikan data dan informasi, serta memahami masalah yang diteliti. Penyelidikan lebih lanjut dari data dan informasi yang dipelajari diperlukan sebelum peneliti dapat mempelajari fenomena ini lebih lengkap.<sup>86</sup>

Informan dalam penelitian kualitatif menggunakan teknik purposive sampling, yaitu cara penentuan informan yang ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu. Enam Informan yaitu mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau yang bersedia dilibatkan sebagai informan pada penelitian ini. Dimana mahasiswi yang dipilih tersebut dari segi usia pada kalangan gen Z, jenis kelamin, memiliki kesamaan yakni sama-sama menggunakan *second account* Instagram.

Jika analisis penelitian adalah individu maka hasil studi difokuskan pada analisis terhadap perilaku, pendapat, opini, atau sikap individu tersebut. Misalnya penelitian tentang motif penggunaan *second account* Instagram di kalangan gen Z studi kasus mahasiswi ilmu komunikasi UIN Suska Riau maka analisis difokuskan pada mahasiswi tersebut. Kriteria yang dipilih menjadi sebagai informan yaitu memiliki *second account* Instagram, Aktif

<sup>84</sup> Saefudin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005).

<sup>85</sup> Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karya Ilmiah*.

<sup>86</sup> Kuswaya Wihardit, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam menggunakan *second account* Instagram, Perspektif atau sudut pandang nya dalam menggunakan *second account* Instagram, dan berdasarkan aktivitas yang dilakukan pada *second account* tersebut. Mahasiswi dijadikan informan pada penelitian dikarenakan berdasarkan karakteristik yang telah dimiliki informan mahasiswi yaitu lebih aktif di media sosial khususnya akun keduanya dibandingkan akun utamanya karena kurangnya rasa percaya diri dalam meluapkan privasinya di akun utama dan sesuai dengan apa yang hendak diteliti.

Dalam penelitian ini, sumber informasi yang diteliti adalah yang pertama mengidentifikasi sejumlah informan yang diyakini sesuai dalam penelitian masalah tersebut, dan kemudian akan menerima instruksi lebih lanjut untuk wawancara dan observasi dari beberapa sumber informasi yang tersedia, adapun yang menjadi informan yang memiliki *Second Account* Instagram dalam penelitian ini adalah :

**Tabel 3.1**

**Nama Informan dan Nama Pengguna *Second Account* Informan**

No.	Nama Informan	Nama Pengguna <i>Second Account</i> Instagram Informan
1.	Hawa Millenia Maghfirah (Angkatan 18)	@awa_milenia
2.	Wirda Tuljannah (Angkatan 18)	@tejeeeee__
3.	Octavia Gustiana Putri (Angkatan 19)	@seeuneverzzz
4.	Syarifah Aini (Angkatan 19)	@sweet.sparkle.in.ur.lif
5.	Resti Marlinda (Angkatan 20)	@coffeeeeeeey_
6.	Mutia Selmi (Angkatan 20)	@panggilajaopup

Sumber Tabel 3.1 : Dari Informan Mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Tabel 3.1 adalah daftar nama asli dan nama pengguna *second account* milik informan lebih tepatnya mahasiswi ilmu komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2018, 2019, dan 2020.



## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>87</sup>

### 1) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data kualitatif melalui pengamatan langsung di lapangan. Peneliti melakukan observasi, yaitu berpartisipasi sebagai peneliti sebagai bagian dari lingkungan sosial dan sebagai pengamat langsung perilaku di dalam atau di antara komunitas penelitian tertentu. Dengan observasi ini, peneliti dapat mengumpulkan data dengan cara mengamati dan berkunjung secara langsung kepada para informan, dan observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai masalah yang akan diteliti sehingga mendapatkan gambaran yang jelas.

### 2) Wawancara

Informasi yang lebih akurat diharapkan melalui wawancara, karena peneliti dapat meminta interpretasi informasi yang diperlukan selama wawancara. Ini digunakan untuk memulihkan data tentang topik penelitian. Wawancara dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan pewawancara yang menjawab pertanyaan.

### 3) Dokumentasi

Para peneliti mengumpulkan informasi tentang foto-foto, serta data dan dokumen tentang topik penelitian. Peneliti dapat mengambil gambar secara langsung dengan alat bantu atau foto subjek penelitian terkait.

## F. Validasi Data

Setelah penelitian dilakukan, validitas data harus dilakukan atau validitas data harus diuji dan diperiksa. Keabsahan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik validasi data yang menggunakan sesuatu selain data untuk mengecek atau membandingkan data tersebut.<sup>88</sup>

<sup>87</sup> Ibid.

<sup>88</sup> Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi sumber data, triangulasi sumber data adalah pekerjaan memeriksa ketepatan utama beberapa informasi dengan dokumentasi, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.<sup>89</sup> Triangulasi sumber data digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan bukti atau data yang berbeda, yang akan memberikan perspektif yang berbeda mengenai fenomena yang diteliti. Poin-poin yang berbeda ini mengarah pada keluasan pengetahuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang nyata, dengan sumber tertentu untuk membandingkan hasil wawancara dengan sumber informasi yang satu dengan yang lain untuk mendapatkan data yang akurat.

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh secara sistematis dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi seperti foto, rekaman video/suara, serta memilih yang penting dan dipelajari. dan menarik kesimpulan yang dapat dimengerti. satu sama lain dan lain-lain.<sup>90</sup>

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang terdiri dari beberapa tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.<sup>91</sup> Langkah reduksi data dilakukan untuk menyeleksi apakah data tersebut relevan dengan tujuan akhir dari fenomena yang diteliti. Lalu melalui penyajian data, data akan disusun secara relasional untuk memudahkan pemahaman nantinya. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan tahap akhir dari teknik analisis data kualitatif untuk melihat bahwa hasil reduksi data tetap mengacu pada tujuan analisis yang ingin dicapai. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memaknai data yang terkumpul dengan mencari hubungan, persamaan atau perbedaan untuk menarik kesimpulan tentang masalah yang ada.

<sup>89</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian...*, hal. 330

<sup>90</sup> Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, t.t.).

<sup>91</sup> Ibid.





## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### A. Penggunaan Media Sosial

Media sosial sendiri didefinisikan sebagai media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial paling populer yang digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan jaringan sosial sebagai "sekelompok aplikasi Internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna".<sup>92</sup>

Fitur utama dari media sosial adalah setiap pengguna membuat jaringan pertemanan, baik orang yang sudah mereka kenal maupun dengan siapa mereka dapat bertemu secara rutin di kehidupan nyata (offline) atau membuat jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, persahabatan baru ini didasarkan pada kesamaan seperti minat atau hasrat, pandangan politik, sekolah atau universitas, atau pekerjaan.<sup>93</sup>

Penggunaan media sosial memainkan peran yang relatif penting dalam sistem perubahan sosial budaya di masyarakat. Berkat jejaring sosial, jarak tidak lagi menjadi kendala dalam kehidupan masyarakat. Media sosial merupakan komponen penting dari perubahan sosial budaya masyarakat. Media sosial juga kekuatan sosial yang menembus kondisi sosial khusus dari luar masyarakat dan menyebabkan perubahan dalam kehidupan sosial budaya masyarakat. Batas-batas budaya telah dikaburkan di media sosial Artinya, tidak ada lagi perbedaan lintas budaya dalam penggunaan media sosial. Ilmu yang ada di dunia ini tidak dapat dipisahkan menggunakan media.

<sup>92</sup> Michael Haenlein, Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". (Business Horizons, 2010), hal. 59–68

<sup>93</sup> Nasrullah, Rulli. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan sosioteknologi, Bandung, Rosdakarya.2016.Hal 40



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kebudayaan merupakan ciri khas yang tidak dapat dipisahkan dari pengaruh dalam masyarakat.<sup>94</sup>

Penggunaan media sosial memiliki dampak positif dan negatif bagi masyarakat. Dampak positif penggunaan media sosial bagi masyarakat jelas telah membawa banyak perubahan sosial budaya, masyarakat menuju kehidupan yang lebih baik. Juga dampak negatif dari penggunaan media sosial bagi masyarakat cenderung menyebabkan perubahan sosial budaya dengan melakukan hal tersebut. Meninggalkan tradisi dan kode moral yang pernah ada dalam budaya Indonesia.<sup>95</sup>

Perkembangan media sosial sebagai teknologi membantu khalayak, cara hidup mereka. Setiap orang pasti akan berubah. Perubahan ini untuk kehidupan masyarakat yang lebih baik dan efektif dalam mengumpulkan informasi yang tidak dibatasi oleh apapun termasuk waktu, tempat dan tentunya dengan harga yang lebih rendah.

## B. Penggunaan Media Sosial Instagram

Media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi, Internet memungkinkan pengguna untuk mewakili diri sendiri dan berkomunikasi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan buat tautan sosial virtual. Salah satu aplikasi media sosial yang sedang digandrungi tak terkecuali remaja saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang dapat menjangkau berbagai kalangan. Instagram ialah media pembelajaran dalam berbagai kegiatan berupa foto dan video, Instagram digunakan oleh perusahaan atau organisasi bahkan instansi pemerintah sebagai media baru untuk menyebarluaskan berita atau media iklan.<sup>96</sup>

Banyak pengguna Instagram saat ini berasal dari beberapa orang dewasa untuk orang-orang muda dan bahkan banyak orang tua. Sering digunakan sebagian orang tua menggunakan ini untuk belanja online, penyimpanan foto

<sup>94</sup> Ibid.

<sup>95</sup> Cahyono, A. S, "Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia," *Publiciana*, 9, no.1 (2016): 143

<sup>96</sup> Agung Prabowo, "Media Sosial Instagram sebagai Sarana Sosialisasi kebijakan penyiaran Digital," *Jurnal Aspikom* 3, no. 2 (Januari 2017): 265



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keluarga dan lain-lain. Penggunaan Instagram sebagai media pendidikan merupakan fenomena baru dalam penggunaan media sosial, karena sering menggunakan komunikasi kelompok, komunikasi kolektif atau komunikasi interpersonal. Pemilik akun kasus berperan sebagai guru yang mengajar khalayak sasaran melalui informasi pendidikan dan pesan-pesan yang mendorong dari sumber informasi keagamaan sambil belajar di jejaring sosial Instagram. Pengguna Instagram bertindak sebagai target dan menerima konten instruksional dari pengajar.<sup>97</sup>

Penggunaan Instagram yang tetap menjadi andalan penggunaan dan komunikasi media sosial, serta terbatasnya waktu pengguna menjadi alasan pemilihan masa depan yang dipilih. Banyak digunakan dan sebagai alat berbagi, media sosial memberikan kepastian kepada pengguna bahwa Instagram akan menjadi sumber informasi bagi mereka. Seperti media sosial lainnya, juga di Instagram ini memiliki beberapa fungsi utama, misalnya. Media sosial, berikut beberapa fiturnya Hal terpenting di Instagram adalah memposting kegiatan dan organisasi sosial.<sup>98</sup>

Instagram memang bisa menjadi sumber informasi, wadsah dokumen, dan tempat untuk berkomunikasi tentang suatu masalah atau masalah penting. Tapi di faktanya Instagram secara umum digunakan sebagai wadah untuk curhat, untuk menunjukkan eksistensi dirinya. Dengan berteman di media sosial Instagram kita kan membuka wawasan serta informasi mengenai berbagai macam hal secara lebih luas dan dengan kita memposting foto atau video dan di komentari oleh orang lain maka kita akan merasa bahwa keadaan kita di akui oleh orang lain. Hal ini lah yang menyebabkan remaja merasa mendapatkan keeksistensian diri.<sup>99</sup>

Hal positif yang bisa didapatkan dalam menggunakan Instagram pada kalangan remaja adalah hiburan. Pengguna suka melihat foto-foto yang dibagikan orang dan memposting foto dirinya. Sedangkan sisi negatifnya adalah banyak remaja yang bingung saat menggunakan akun di Instagram,

<sup>97</sup> Yustia Ningsih, "Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Pembentukan Karakter," *Al-Athfal* 2, no. 2 (Maret 2020): 55

<sup>98</sup> Ibid.

<sup>99</sup> Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)," *Jurnal Visi Komunikasi* 16, no 1 (Mei 2017): 156





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

banyak remaja memposting foto mereka secara berlebihan dan seperti terusan-menerus ingin memamerkan foto diri mereka.

### C. *Second Account* Instagram di Kalangan Generasi Z

*Second Account* atau akun kedua adalah akun di mana pengguna dapat mengekspresikan dirinya secara bebas. Berbeda dengan akun utama atau akun pertama, tidak ada standar sempurna yang membebani orang tersebut. Instagram secara tidak langsung telah menciptakan idealisme atau standar bagaimana seseorang harus menampilkan dirinya.<sup>100</sup>

Media Sosial Instagram pada akun utamanya selalu meminta seseorang untuk menampilkan sisi sempurna dari kehidupannya, di mana hal tersebut tentunya menimbulkan tekanan besar. Hal tersebut sangat dirasakan oleh kaum generasi z atau remaja saat ini, di mana mereka merupakan pengguna media sosial yang paling banyak serta paling aktif di dalam media sosial Instagramnya.

Pengguna Instagram mulai dari remaja hingga dewasa memiliki banyak akun Instagram. Selain akun utama (akun pertama) di Instagram, khalayak juga akan membuat akun kedua agar bisa leluasa menampilkan identitasnya dan bebas melakukan hal apapun. *Second account* dapat digunakan sebagai opsi untuk membatasi kepentingan profesional dan pribadi. Misalnya, akun pertama adalah portofolio pribadi atau akun bisnis yang digunakan untuk tujuan branding dan akun kedua atau *second account* digunakan untuk berinteraksi dengan orang yang terdekat.<sup>101</sup>

Pada saat media sosial telah menjadi kebutuhan bagi kaum muda atau generasi z, mereka membuat akun kedua atau *second account* Instagram untuk mengurangi tekanan atau tuntutan yang diberikan masyarakat kepada mereka. Mereka juga memiliki rasa menjadi diri sendiri tanpa harus menerima komentar negatif dari orang lain, termasuk orang tuanya.

<sup>100</sup> Ibid.

<sup>101</sup> Intris Restuningrum Pamungkas, "Presentasi Diri Pemilik dua akun Instagram di akun utama dan akun alter." *Dapartemen Ilmu Komunikasi* (2019).

#### D. Sejarah singkat dan Mahasiswa/i Jurusan Ilmu Komunikasi (FDK UIN Suska Riau)

Fakultas Dakwah sudah sejak lama merencanakan peningkatan status Program Studi Ilmu Dakwah menjadi sebagai fakultas tersendiri. Usaha yang intensif untuk merubah Program Studi tersebut menjadi Fakultas dimulai sejak tahun akademik 1994-1995. Tahun berikutnya yaitu tahun 1995-1996 Program Studi Ilmu Dakwah dikembangkan menjadi 2 Program Studi, yaitu Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Program Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI), yang kini namanya menjadi Bimbingan dan Konseling Islam (BKI). Kedua Program Studi tersebut pada tahun akademik 1997-1998 sudah berusia sekitar tiga tahun dan mempunyai mahasiswa sebanyak 211 orang yang dimana mahasiswa Program Studi PMI sebanyak 102 orang dan mahasiswa Program Studi BKI 109 orang.<sup>102</sup>

Lalu dalam tahun akademik 1996-1997 dilakukan peninjauan dan konsultasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung untuk mempersiapkan dan memperluas Program Studi dalam Fakultas Dakwah yang akan didirikan, yang kemudian membentuk kerjasama antara UIN Suska Riau dengan Universitas Padjadjaran yang direalisasikan pada bentuk penandatanganan naskah kesepakatan yang berupa *Memorandum of Understanding (MoU)* pada bulan Januari 1998 nomor : IN/13/R/HM.01/164/1998 dan 684/706/1998 dan pelaksanaannya di gardai oleh Fakultas Ushuluddin (pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung. Pembukaan Program Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Dakwah dan Ilmu Komunikasi telah disepakati oleh MoU sebagai tindak lanjutnya, agar menyempurnakan Program Studi yang telah ada yaitu Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Bimbingan dan Konseling Islam (BKI) pada Fakultas Dakwah.

Sebagai upaya perintisan Fakultas Dakwah UIN Suska Riau ingin mewujudkan pendiriannya untuk mengukuhkan secara yuridis formal dari berbagai pihak salah satunya Departemen Agama milik UIN Suska Riau sendiri, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI dan dari Menteri

##### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

<sup>102</sup> Arsip Kasubag Akademik Fakultas Dakwah & Komunikasi UIN Suska Riau, 11 Maret 2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pendayagunaan Aparat Negara (Menpan) yang hasil keputusannya dikeluarkan pada Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia tentang pendirian Fakultas Dakwah IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru nomor 104 tahun 1998 pada tanggal 28 Februari 1998.

Saat itu juga diselenggarakan seminar dan *workshop* untuk mempersiapkan kurikulum Program Studi Media dan Program Studi Media dan Undangan. Talkshow dan seminar ini dipimpin oleh dua orang ahli media dari Unpad Bandung yaitu Prof. Dr. H. ungkap Mulyana, MA, dan Dr. Elvinaro Enderianto, M.Prof. Soleh Soemirat, Dekan Departemen Ilmu Komunikasi, Dr. Unpad, berhalangan hadir. Lokakarya dan seminar dapat membentuk kurikulum terpadu lintas ilmu komunikasi di UIN Suska Riau.

## Visi, Misi, dan Tujuan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

### Visi

”Terwujudnya Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai pusat pengembangan keilmuan dan keterampilan yang profesionalisme dalam rumpun Ilmu Komunikasi yang Islami di dunia tahun 2023”<sup>103</sup>

### Misi

- Menyelenggarakan kegiatan pendidikan dan pengajaran pada bidang *Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting*.
- Mengadakan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat pada bidang *Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting*.
- menyelenggarakan kegiatan pengembangan keilmuan dan keterampilan yang profesional dalam bidang *Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting*.

### Tujuan

- menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan Akademik dan praktis yang profesional dalam bidang *Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting*.
- Menghasilkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang mensejahterakan dan berkeadilan.

<sup>103</sup> Akademik, Kemahasiswaan dan Kerjasama, *Panduan dan Informasi Akademik UIN Suska 2018-2019*, 2018.





- c. Menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan Intelektual dan Integritas berakhlak al-karimah.

Berikut jumlah Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau pada tahun 2018 hingga tahun 2020.

**Tabel 4.2**

**Daftar Jumlah Mahasiswa UIN Suska Riau  
Program Studi Ilmu Komunikasi**

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa		
		2018	2019	2020
1.	Ilmu Komunikasi	358	273	566

Sumber Tabel 4.2 : Akademik Prodi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Pada tabel 4.2 menunjukkan jumlah mahasiswa pada program studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau tahun 2018, 2019, dan 2020.

**E. Karakteristik Mahasiswi Ilmu Komunikasi (Generasi Z) dalam menggunakan Media Sosial**

Prodi Ilmu Komunikasi merupakan prodi yang mempelajari cara penyampaian pesan yang efektif dari komunikator kepada komunikan melalui berbagai media apapun. Berdasarkan penelitian yang ingin diteliti pada saat ini fokusnya adalah Mahasiswi Ilmu Komunikasi di kalangan Generasi Z yang menjadi kriteria tepat untuk menjadi informan. Menurut penuturan dari Mahasiswi Ilmu Komunikasi melalui Google Form, mereka memilih Prodi Ilmu Komunikasi untuk belajar tentang bagaimana media berperan dan ingin menjadi bagian dari media tersebut, prospek kerja pada bagian komunikasi luas, dan ingin memiliki *Public Speaking* yang bagus di depan khalayak ramai. Tak hanya hal tersebut, Pekerjaan yang diinginkan setelah dari Prodi Ilmu Komunikasi sangat banyak yaitu menjadi Humas pada perusahaan, menjadi Presenter di acara formal maupun informal, ataupun bekerja di stasiun televisi.

Selama masa kegiatan perkuliahan, Mahasiswi Ilmu Komunikasi melakukan aktivitas seperti mengikuti perkuliahan, mengerjakan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mempelajari tugas yang telah diberikan dosen kepada Mahasiswi seperti pada umumnya aktivitas mahasiswa, mengikuti organisasi kampus, mengikuti dan membuat beberapa event yang dilaksanakan kampus maupun diluar kampus, usaha jualan *online*, dan kegiatan mahasiswi pada kalangan generasi Z saat ini yaitu bermain dengan teman, nongkrong dan bermain media sosial.

Peran media sosial saat ini sangat berperan penting dalam kehidupan khalayak saat ini tak terkecuali Mahasiswi, dikarenakan pada saat ini semua kegiatan dapat dilakukan menggunakan media sosial, karena media sosial dijadikan tempat untuk berkomunikasi kepada khalayaknya. Menurut Mahasiswi Ilmu Komunikasi melalui Google Form, Aplikasi media sosial yang sering digunakan untuk berkomunikasi dan berinteraksi kepada orang yang dikenal atau kepada sesama pengguna media sosial adalah WhatsApp dan Instagram.

Setelah peneliti melakukan survey kepada informan yang hendak diteliti, peneliti mendapatkan bagaimana pola kebiasaan yang informan lakukan di dalam bermedia sosial melalui jawaban Google Form, jawabannya adalah sebagai berikut :

- a. Dari jawaban mahasiswi atau informan yang hendak diteliti mereka menjawab bahwa media sosial sering digunakan untuk mencari informasi tentang apapun, mencari ilmu pengetahuan, dan mencari hal-hal baru.
- b. Lalu konten yang sering diminati oleh mahasiswi di media sosial adalah seperti konten pembelajaran, vlog kegiatan rutin selebgram atau selebriti, konten informasi, konten hiburan, dan konten inspirasi.
- c. Jawaban melalui google form dari mahasiswi mengenai hal yang kurang disukai di media sosial, mahasiswi kurang menyukai konten kekerasan, pornografi, ujaran kebencian, kebenaran informasi yang kurang dipercaya atau berita hoax, dan adanya kesenjangan sosial.
- d. Rata-rata Mahasiswi menggunakan media sosial dalam sehari bisa memakan waktu lama yaitu tak kurang dari 6 jam, 10 jam atau selebihnya.
- e. Media sosial yang paling disukai yaitu Instgram, Twitter, TikTok, dan WhatsApp.
- f. Media sosial yang sering di akses yaitu Instagram, Google, Facebook, Twitter, TikTokWhatsApp dan YouTube.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- g. Cara Mahasiswi membatasi penggunaan Media Sosial adalah dengan cara melakukan kegiatan lain diluar Media Sosial seperti memasak, membersihkan kamar dan rumah, jalan-jalan, dan kurangi kebiasaan bermain *Handphone*.

Dari jawaban diatas melalui google form mengenai karakteristik Mahasiswi Ilmu Komunikasi dalam menggunakan media sosial dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswi dari angkatan 2018, 2019, dan 2020 yang akan diteliti, mereka sangat aktif dalam menggunakan media sosial dikarenakan di dalam media sosial segala informasi dalam bentuk apapun dan yang dibutuhkan selalu ada. Jadi mahasiswi Ilmu Komunikasi rata-rata sangat suka dan aktif menggunakan media sosial.

Dari penjelasan tentang karakteristik mahasiswi dalam menggunakan media sosial tersebut sangat berhubungan sekali dengan yang ingin diteliti dikarenakan yang ingin diteliti berhubungan juga dengan media sosial.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian motif penggunaan *second account* instagram dilihat dari lima kebutuhan melalui Teori *Uses and Gratification* atau Teori Penggunaan dan Kepuasan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas yaitu :

1. Seseorang membutuhkan media untuk kebutuhan kognitif, di dalam penelitian ini kebutuhan kognitif dapat dilihat dalam *second account* instagramnya tersebut, informan membagikan hal yang disenangkan dan diinginkan tanpa takut diberikan penilaian negatif sehingga memiliki kepuasan tersendiri.
2. Kebutuhan afektif, di dalam penelitian kebutuhan afektif dapat dilihat melalui *second account* instagram informan bebas dalam berekspresi hal apapun dengan itu keinginan batinnya sedikit terpenuhi.
3. Kebutuhan integrasi personal, di dalam penelitian kebutuhan integrasi personal membuat orang terdekatnya seperti keluarga dekat, teman, atau sahabat lebih tahu identitas personal sebenarnya seperti apa.
4. Kebutuhan integrasi sosial, di dalam penelitian kebutuhan integrasi sosial ingin berkomunikasi dan berbagi cerita kepada orang-orang terdekatnya.
5. Kebutuhan akan hiburan, di dalam penelitian ini kebutuhan akan hiburan menjadikan hiburan dan peranan penting karena meluapkan suatu hal tersebut pada *second account* instagramnya untuk menjaga kondisi emosionalnya.

Penelitian ini juga menggunakan teori Dramaturgi dari Erving Goffman. Menurut teori ini, individu dalam kehidupannya memiliki apa yang disebut dengan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*backstage*). Di dalam penelitian ini para pengguna *second account* menggunakan *second account* sebagai panggung belakang (*backstage*) yaitu akun bebas dalam melakukan segala hal sedangkan akun utama (*first account*) di jadikan sebagai panggung depan (*front stage*) yaitu akun pencitraan dan formalitas kepada khalayak saja.



## B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada informan yang menggunakan *second account* Instagram yang berkaitan dengan penggunaan *second account* dikalangan generasi Z, yaitu:

1. Pengguna sudah cukup baik dalam mengungkapkan jati dirinya kepada orang terdekatnya, menurut peneliti akan lebih baik para pengguna *second account* tersebut lebih percaya diri dalam menampilkan dirinya pada akun utamanya, karena khalayak cukup banyak mengetahui akun utama pengguna dibandingkan *second account*, selama masih menampilkan hal positif di akun utama (*first account*) tersebut maka tampilkan saja.
2. Meskipun pengguna kurang percaya diri dalam menampilkan segala hal di akun utama, menurut peneliti tampilkan saja, terlepas dari komentar negatif maupun positif dari khalayak. Dari komentar tersebut dapat menjadikan pembelajaran untuk menjalani kehidupan yang lebih baik.
3. Lalu menurut peneliti dari hasil survei penggunaan media sosial maupun *second account* instagram, sebaiknya pengguna lebih banyak melakukan kegiatan di luar media sosial karena masih banyak hal yang lebih bermanfaat dibandingkan penggunaan media sosial yang membuat hidup menjadi lebih percaya diri kepada khalayak maupun orang terdekat.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adriwinanto, Angga, Fransiskus Xaverius Pradhipta, Muhammad Abi Mulya, Muhammad Guntoro Ismail, dan Muhammad Rajib Rakatirta. "Perbedaan Aspek Self Disclosure Antara Pengguna Instagram Dengan Satu Akun Dan Lebih Dari Satu Akun." *Research Gate*, 2017, 1–30.
- Agianto, Rifqi, Anggi Setiawati, dan Ricky Firmansyah. "Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja," 2020, 10.
- Ahmad. "Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi." *Jurnal Pekommas* 16, no. 3 (Desember 2013): 183.
- . *Panduan dan Informasi Akademik UIN Suska 2018-2019*. Pekanbaru: UIN Suska Riau, 2018.
- . *Panduan dan Informasi Akademik UIN Suska 2018-2019*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018.
- Amanda, Della. "IR-PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA," t.t., 19.
- Arifuddin, dan Irwansyah. "Dari foto dan video ke Toko: Perkembangan Instagram dalam Perspektif Konstruksi Sosial." *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* 3, no. 1 (April 2019): 38.
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: mediakita, 2012.
- Azwar, Saefudin. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005.
- Bakti, Caraka Putra, dan Nindiya Eka Safitri. "Peran Bimbingan dan Konseling untuk menghadapi Generasi Z dalam perspektif Bimbingan dan Konseling Perkembangan." *Jurnal Konseling Gusjigang* 3, no. 1 (Juni 2017): 105.
- Bantam, Dian J., Dimas A. Nugraha, dan Nailis Sa'adah. "Pengaruh Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi terhadap Knowledge Management pada Perusahaan Pengguna SAP." *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi* 21, no. 1 (10 Januari 2016): 12–24. doi:10.20885/psikologika.vol21.iss1.art2.
- Berkowski, George. *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia*. Tangerang: Gemilang, 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Burgin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.

Damayanti, Rini. "Diksi dan Gaya Bahasa Media Sosial Instagram" 5, no. 3 (2018): 18.

Dewi, dan Preciosa Alnashava Janitra. "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai alter ego." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 3 (Juni 2018): 341–43.

Dewi, Retasari, dan Alnashava Janitra. "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai Alter Ego." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018): 340–46.

Doni, Fahlepi Roma. "Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja" 3, no. 2 (2017): 9.

Dwi Setya Watie, Errika. "Komunikasi dan Media Sosial." *The Messenger* III, no. 1 (Juli 2011): 70.

edi prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, dan Noviawan Rasyid Ohorella. "Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 18, no. 3 (Desember 2020): 314.

Elvinaro, Ardianto. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.

Fadhlizha, dan Hetty Krisnani. "Perilaku Generasi Z terhadap penggunaan media sosial: TikTok sebagai Media Edukasi dan Aktivisme." *Social Work Jurnal* 10, no. 2 (2020): 199–200.

fitri, ainal. "Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter menjelang pemilihan presiden 2014." *Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP Angkatan VI* 4, no. 1 (Januari 2015): 103.

Gabriela, Cyndi. "Impression Management Generasi Z di Media Sosial Instagram di Tinjau dari Teori Dramaturgi." *Universitas Pelita Harapan*, 11 Januari 2021, 4.

Ghazali, Miliza. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House, 2016.

Ghobadi, Gani. "Sejarah dan Perkembangan Internet di Indonesia." *Microsost Word* 5, no. 2 (2013): 70.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Haenlein, Michael. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, 2010.

Haraningsih dkk, Dian. "Anonimitas Netizen di Media Sosial" 5, no. 3 (November 2021): 78.

Haryono, Suneki Sri. "Paradigma Teori Dramaturgi terhadap Kehidupan Sosial." *Jurnal Ilmiah CIVIS 2*, no. 2 (Juli 2012).

Hendika Permana, I Putu, dan I Dewa Made Sutedja. "Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram." *Jurnal Inovasi Penelitian 2*, no. 4 (1 September 2021): 1195.

Karman. "Media Sosial: Antara Kebebasan dan Eksploitasi." *Jurnal studi Komunikasi dan Media 18*, no. 1 (Juni 2014): 82.

Kountur, Ronny. *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit PPM, 2007.

Mahendra, Bimo. "Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi)" 16 (t.t.): 10.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.

Mukhoyyaroh, Tatik. "Anonimitas dan Deindividuasi pada Remaja Pengguna Sosial Media." *Jurnal Penelitian Psikologi 11*, no. 1 (April 2020): 27.

Mulyadi, Mohammad. "Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media 15*, no. 1 (26 Agustus 2013): 128. doi:10.31445/jskm.2011.150106.

Mulyati, Rina, Fathul Himam, Bagus Riyono, dan Fendy Suhariadi. "Model Work Engagement Angkatan Kerja Generasi Millennial dengan Meaningful Work sebagai Mediator." *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP) 5*, no. 1 (22 Juli 2019): 34. doi:10.22146/gamajop.47964.

Mutia, Tika. "Generasi Milenial, Instagram dan Dramaturgi: Suatu Fenomena dalam Pengelolaan kesan ditinjau dari Perspektif Komunikasi Islam." *Jurnal Pemikiran Islam 41*, no. 2 (Desember 2017): 242.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.

Nasution. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, t.t.

Ningsih, Yustia, dan Andi Fitriani Djollong. "Pengaruh penggunaan Instagram terhadap Pembentukan karakter," t.t., 13.



Nolanda Destiano Lestari, Shawila, Nurru Alfi Fazri Furau'ki, Ferry Dermawan, dan Nurrahmawati. "Perilaku Self Disclosure Mahasiswa Kota Bandung melalui Instagram." *Jurnal Spektrum Komunikasi* 9, no. 1 (Juni 2021): 66–77.

Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2018.

Pamungkas, Intris Restuningrum, dan Nuriyatul Lailiyah. "Presentasi diri pemilik dua akun Instagram di akun utama dan akun alter." *Interaksi Online* 7, no. 4 (26 September 2019): 371–76.

Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi." *Media Tor* 9, no. 1 (t.t.).

Prabowo, Agung. "Media sosial Instagram sebagai saran sosialisasi kebijakan penyiaran digital." *Jurnal ASPIKOM* 3, no. 2 (Januari 2017): 256–69.

Prihatiningsih, Witanti. "Motif penggunaan media sosial Instagram di Kalangan Remaja ." *Communication* 8, no. 1 (1 April 2017): 51. doi:10.36080/comm.v8i1.651.

Purnomo dkk, Agus. "Pengembangan Pembelajaran Blanded Learning pada Generasi Z." *Jurnal Teori dan Praksis Pembelajaran IPS* 1, no. 1 (April 2016): 71.

Puspita, Sari. "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau." *Jom Fisip* 4, no. 2 (Oktober 2017): 6.

Putra, Yanuar Surya. "Theoretical Review: Perbedaan Generasi." *Among Makarti* 9, no. 2 (3 Mei 2017). doi:10.52353/ama.v9i2.142.

Rahmani, Thea. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016.

Rastati, Ranny. "Media Literasi bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta." *Jurnal Teknologi Pendidikan* 6, no. 1 (Juni 2018): 65.

Reza Prasetya, Mohammad. "Self-presentation dan Kesadaran Privacy Micro-influencer di Instagram." *Jurnal Studi Komunikasi* 4, no. 1 (2020): 239–58.

RI, Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.





Riyanto, Andi Dwi. "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021."

2021. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>.

Rustam, Muhammad. "Internet dan Penggunaannya." *2017* 21, no. 1 (19 Oktober 2021): 16.

Sembiring, Kembaren Dianelia Reginanta. "Hubungan antara kesepian dan kecendrungan narsistik pada pengguna jejaring sosial media Instagram."

*Jurnal Psikologi* 16, no. 2 (17 November 2017): 147. doi:10.14710/jp.16.2.147-154.

Sugiono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta, 2013.

suneki, sri. "Paradigma Teori Dramaturgi terhadap kehidupan sosial." *Jurnal Ilmiah CIVIS II*, no. 2 (Juli 2012): 2.

Surahmad, Winarto. "Pengantar Penelitian Ilmiah," t.t.

"The Generation Guide - Millennials, Gen X, Y, Z and Baby Boomers.," 2015.

<http://fourhooks.com/marketing/the-generation-guide-millennials-gen-x-y-z-and-baby-boomers-art5910718593/>.

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014.

Walidaini, Birrul, dan Ali Murtadha Muhammad Arifin. "Pemanfaatan Internet untuk belajar pada Mahasiswa." *Jurnal Penelitian Bimbingan dan Konseling* 3, no. 1 (31 Maret 2018). doi:10.30870/jpbk.v3i1.3200.

Wicaksono, Ari, dan Irwansyah Irwansyah. "Fenomena deindividuasi dalam akun anonim berita gosip selebriti di Media Sosial Instagram." *Profetik: Jurnal Komunikasi* 10, no. 2 (13 Desember 2017): 34. doi:10.14421/pjk.v10i2.1335.

Wihardit, Kuswaya. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Zakirah, Almas. "Mahasiswa dan Instagram." *Jurnal SI Sosiologi Fisip Universitas Airlangga*, 2018, 5.

## LAMPIRAN

Wawancara bersama Informan Hawa Millenia Maghfirah Mahasiswi angkatan  
2018 jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Wawancara bersama Informan Wirda Tuljannah Mahasiswi angkatan 2018  
jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara bersama Informan Octavia Gustiana Putri Mahasiswi angkatan 2019  
jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara bersama Informan Syarifah Aini Mahasiswi angkatan 2019 jurusan  
Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara dan observasi bersama Informan Resti Marlinda angkatan 2020 Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Wawancara dan observasi bersama Informan Mutia Selmi angkatan 2020 Mahasiswi  
jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nur Saputrian lahir di Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau pada tanggal 02 Mei 2000. Nur Saputrian merupakan anak ke-1 dari 3 bersaudara. Ayahanda bernama Syaipul Anwar, dan Ibunda bernama Yana (Almh). Memiliki 2 orang adik bernama M. Maulana Saputra dan Nur Amelia Saputri.

Penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-kanak di TK Pertiwi 1 tepatnya di Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau, kemudian melanjutkan pendidikan di daerah yang sama, di SDN 004 Tembilahan dan menyelesaikannya pada tahun 2012, selanjutnya melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 01 Tembilahan Hulu dan menyelesaikannya pada tahun 2015, lalu penulis melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 01 Tembilahan dan lulus pada tahun 2018.

Pada tahun yang sama yaitu tahun 2018 alhamdulillah atas berkat rahmat Allah Subhanahu WaTa'ala serta do'a dan dukungan orang tua penulis diterima sebagai mahasiswi jurusan ilmu komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada masa perkuliahan penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan dari dosen maupun teman-teman sekitar. Pada tanggal 03 Desember 2021 penulis telah melakukan seminar proposal penelitian. kemudian Ujian Munaqasah pada tanggal 6 Juni 2022, dan dinyatakan lulus ujian sarjana dibawah bimbingan ibu Febby Amelia Trisakti, M. Si, dan di uji oleh ibu Titi Antin, S.sos, M.si, bapak Edison, S.sos, M.I.Kom, bapak Firdaus Elhadi, S.sos, M.sos, DC dan ibu Rohayati, M.I.kom.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.