

202210040311031
Asri Anandya Putri
Prodi Ilmu Komunikasi

**STRATEGI KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN
FITUR *CLOSE FRIENDS* INSTAGRAM UNTUK MENJAGA EKSPRESI
DIRI DAN PRIVASI**

**(Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas
Muhammadiyah Malang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Nama : Asri Anandya Putri

NIM : 202210040311031

Dosen Pembimbing : Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

TAHUN 2026

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN FITUR
CLOSE FRIENDS INSTAGRAM UNTUK MENJAGA EKSPRESI DIRI DAN
PRIVASI**

**(Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas
Muhammadiyah Malang)**

Diajukan Oleh :

ASRI ANANDYA PUTRI

NIM: 202210040311031

Telah disetujui

Rabu / 03 Juni 2026



Pembimbing I

Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si

Wakil Dekan I



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR KETERANGAN LULUS

SKRIPSI




Dipersiapkan dan disusun oleh :

Asri Anandya Putri
202210040311031

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S I) Ilmu Komunikasi
Rabu, 03 Juni 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si** ()
2. **Isnani Dzuhrina M. Adv** ()
3. **Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si** ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dr. Joko Susilo, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN		
	Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2026		
	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:		
	Nama	: Asri Anandya Putri	
	No. Induk Mahasiswa	: 202210040311031	
	Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
	Judul Skripsi	: "Strategi Komunikasi Generasi Z Dalam Menggunakan Fitur Close Friends Instagram Untuk Menjaga Ekspresi Diri Dan Privasi (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)"	
	Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji . Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih		
	Malang, 05 Mei 2026		
	Dosen Pembimbing		
			
	(Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si)		
	Kampus I Jl. Sarung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 351 253 (Hunting) F. +62 341 480 425	Kampus II Jl. Bendungan Sulaim No 108 Malang, Jawa Timur P. +62 341 321 149 (Hunting) F. +62 341 282 950	Kampus III Jl. Raya Tigoporan No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 219 (Hunting) F. +62 341 485 425 E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2026
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:
	NAMA : Asri Anandya Putri NIM : 202210040311031 Program Studi : Ilmu Komunikasi
	Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan BEBAS KULIAH
	Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.
	Malang, 05 Mei 2026
	Ketua Program Studi
	
	(Novin Farid Styo Wibowo, M.Si)
	Kampus I Jl. Rejowiningsih 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 480 435
	Kampus II Jl. Bawakuningri Sukawi No 108 Malang, Jawa Timur P: +62 341 301 148 (Hunting) F: +62 341 582 080
	Kampus III Jl. Raya Tigapeman No 248 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 480 435 E: webmaster@uivm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Asri Anandya Putri
NIM : 202210040311031
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Generasi Z Dalam Menggunakan Fitur Close Friends Instagram Untuk Menjaga Ekspresi Diri Dan Privasi (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)

Disetujui,
Pembimbing

(Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

(Novin Farid Styo Wibowo, M.Si)




Kampus I
Jl. Rengas 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 660 435

Kampus II
Jl. Bendungan Suci No 156 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 351 149 (Hunting)
F. +62 341 582 081

Kampus III
Jl. Raya Tingmas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 494 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Asri Anandya Putri
NIM : 202210040311031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

"Strategi Komunikasi Generasi Z Dalam Menggunakan Fitur Close Friends Instagram Untuk Menjaga Ekspresi Diri Dan Privasi (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)"

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.


2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.


3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 05 Mei 2026

Yang Menyatakan,


46ALX40166936
(Asri Anandya Putri)



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 252 (Hunting)
F: +62 341 480 435

Kampus II
J. DewiLingkar Sulani No. 100 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 310 (Hunting)
F: +62 341 480 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/ ~~TESIS~~ ~~DISERTASI~~ DENGAN JUDUL: "STRATEGI KOMUNIKASI GENERASI Z
DALAM MENGGUNAKAN FITUR CLOSE FRIENDS INSTAGRAM UNTUK MENJAGA
EKSPRESI DIRI DAN PRIVASI (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas
Muhammadiyah Malang)"

Oleh:

Nama : Asri Anandya Putri

NIM : 202210040311031

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 05 Mei 2026

Pembimbing I/Promotor

Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si

NIP. 10397060341



Kampus I
Jl. Bendang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 331 253 (Pusat)
F. +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Kulawi No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 331 149 (Pusat)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 338 (Pusat)
F. +62 341 480 435
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Asri Anandya Putri
NIM : 202210040311031

Hasil Plagiasi : $\frac{1}{5}$

BAB I	8			
BAB II	19			
BAB III	14			

BAB IV	12			
BAB V	1			
BAB VI	12			

Malang, 11 Mei 2026
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Asri Anandya Putri
2. NIM : 202210040311031
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Generasi Z dalam Menggunakan Fitur Close Friends Instagram untuk Menjaga Ekspresi Diri dan Privasi (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)
6. Pembimbing : Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

TANGGAL	KETERANGAN	PARAF PEMBIMBING
22 Februari 2025	Kelas bimbingan pertama Seminar Proposal	
01 Maret 2025	ACC judul penelitian	
05 Maret 2025	Bimbingan BAB I, II, dan III	
15 Maret 2025	Revisi BAB I, II, dan III	
25 Maret 2025	ACC proposal BAB I, II, dan III	
20 April 2026	Bimbingan BAB IV, V, dan VI	
04 Mei 2026	Seminar Hasil	

Malang, 05 Mei 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si




Kampus I
Jl. Bardilang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 400 435


Kampus II
Jl. Bendungan Sutirni No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 020

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 450 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada hari : Senin, 04 Mei 2026


Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

1. Nama : Asri Anandya Putri
2. NIM : 202210040311031
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Generasi Z dalam Menggunakan Fitur Close Friends Instagram untuk Menjaga Ekspresi Diri dan Privasi (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)
6. Dosen Pembimbing : Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si
7. Dosen Penguji : Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si

Seminar hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan:
<https://us06web.zoom.us/j/86588099552?pwd=2LZPY5fiBwxCblIaraKBVefhwM9vK.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji, dan 34 peserta dengan daftar hadir terlampir.
Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS


Dosen Pembimbing



(Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si)


Malang, 05 Mei 2026

Dosen Penguji




(Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Suci No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 340 (Hunting)
F. +62 341 587 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 245 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 316 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LAMPIRAN DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL

NO.	NAMA	NIM	ASAL UNIV	PROGRAM STUDI
1.	Intan Ayu Lestari	202210040311041	UMM	Ilmu Komunikasi
2.	Chinta Salsabila	215110701111026	Universitas Brawijaya	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
3.	Nabil Satria Firdaus	202510040110045	UMM	Ilmu Komunikasi
4.	Fauzan Satria Hibrizi	202210040311209	UMM	Ilmu Komunikasi
5.	Ida Fauziah	202210040311046	UMM	Ilmu Komunikasi
6.	Sitti Muthiah Fakoubun	202210040311127	UMM	Ilmu Komunikasi
7.	Benneth Aulia Ghozali	202310140311134	UMM	Teknik Industri
8.	Sulthon Aziz Effendi	202210040311016	UMM	Ilmu Komunikasi
9.	Vony Murfidatul Laili	202210040311258	UMM	Ilmu Komunikasi
10.	Ramadantyo Nirantara	10254886	Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi	Hukum
11.	Ananda Bayu Firdaus	202210040311132	UMM	Ilmu Komunikasi




Kampus I
Jl. Rongrong 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (Kuring)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulani No 100 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 148 (Kuring)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Topomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Kuring)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  				
12.	Davin Agustyan Nugroho	202210040311026	UMM	Ilmu Komunikasi
13.	Sresandro Gelar Abdullah	202210040311025	UMM	Ilmu Komunikasi
14.	Muhammad Naufal Rahmatullah	202310160311502	UMM	Manajemen
15.	Chairul Annam	202210040311030	UMM	Ilmu Komunikasi
16.	Rari Rizky Dwi Alfarizy	22551051054	Universitas Islam Malang	Teknik Sipil
17.	Devan Ridwan Maulana	202210040311029	UMM	Ilmu Komunikasi
18.	Delvin Fahrul Stevani	202210040311078	UMM	Ilmu Komunikasi
19.	Salma Faticha	202210040311120	UMM	Ilmu Komunikasi
20.	Armefia Maharani Zella	202210040311033	UMM	Ilmu Komunikasi
21.	Nailu Dzaky	202210040311114	UMM	Ilmu Komunikasi
22.	Muhammad Azmi Maulana	22301081172	Universitas Islam Malang	Manajemen
23.	Muhammad Galih Priya	202210040311488	UMM	Ilmu Komunikasi
24.	Affan Nur Izza	202110040311090	UMM	Ilmu Komunikasi

  	Kampus I Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 250 (Hunting) F. +62 341 400 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 562 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 404 318 (Hunting) F. +62 341 400 435 E. webmaster@umm.ac.id
---	---	--	--



UNIVERSITAS
 MUHAMMADIYAH
 MALANG



25.	Wendy Arta Yogi	202210040311164	UMM	Ilmu Komunikasi
26.	Verlanda Putri Asparingga	202210040311358	UMM	Ilmu Komunikasi
27.	Rani Puspita Sari	202210040311453	UMM	Ilmu Komunikasi
28.	Firmansyah Alvian	202110040311377	UMM	Ilmu Komunikasi
29.	Muhammad Maftuh Choiron	202210040311126	UMM	Ilmu komunikasi
30.	Novi Puspita Ramadani	202210040311367	UMM	Ilmu Komunikasi
31.	Fajar Bima Satria	20221004031129	UMM	Ilmu Komunikasi
32.	Tita Puspa Puji Asih	202210040311083	UMM	Ilmu Komunikasi
33.	Fitri Nurhafizzah Anggraeni	202210040311174	UMM	Ilmu Komunikasi
34.	Maulidya Nurul Fadhilah	202210040311036	UMM	Ilmu Komunikasi



Kampus I
 Jl. Bendang 1 Malang, Jawa Timur
 P. +62 341 551 253 (Hunting)
 F. +62 341 480 435

Kampus II
 Jl. Bendungan Sukawi No 188 Malang, Jawa Timur
 P. +62 341 551 149 (Hunting)
 F. +62 341 562 080

Kampus III
 Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
 P. +62 341 464 318 (Hunting)
 F. +62 341 480 435
 E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Asri Anandya Putri, NIM. 202210040311031. Strategi Komunikasi Generasi Z dalam Menggunakan Fitur *Close Friends* Instagram untuk Menjaga Ekspresi Diri dan Privasi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2026.

Penelitian ini membahas strategi komunikasi Generasi Z dalam menggunakan fitur *Close Friends* Instagram untuk menjaga ekspresi diri dan privasi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan media sosial sebagai ruang ekspresi diri sekaligus kebutuhan untuk mengelola batas antara ruang publik dan ruang privat. Penelitian ini menggunakan teori *Communication Privacy Management (CPM)* untuk memahami bagaimana individu mengatur, membatasi, dan menegosiasikan informasi pribadi yang dibagikan kepada audiens tertentu di media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan Generasi Z dalam memanfaatkan fitur *Close Friends* serta faktor-faktor yang memengaruhi pemilihannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap lima informan yang dipilih secara purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur *Close Friends* digunakan sebagai strategi komunikasi selektif untuk membatasi audiens, menjaga privasi, dan menciptakan ruang ekspresi diri yang lebih autentik. Strategi tersebut dilakukan melalui pemilihan audiens berdasarkan kedekatan dan kepercayaan, penyampaian pesan yang lebih personal, serta pengelolaan konten sesuai konteks sosial yang diinginkan. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa praktik penggunaan *Close Friends* sejalan dengan teori CPM, yaitu individu memiliki hak atas informasi pribadinya, mengatur batas akses melalui aturan privasi, dan menghindari pelanggaran batas privasi dalam komunikasi digital.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Generasi Z, *Close Friends*, Ekspresi Diri.

Malang, 03 Juni 2026

Dosen Pembimbing



(Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si)

Penulis



(Asri Anandya Putri)

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, karunia, dan anugerah-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Generasi Z dalam Menggunakan Fitur *Close Friends* Instagram untuk Menjaga Ekspresi Diri dan Privasi (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)" dengan baik. Tanpa pertolongan, bimbingan, serta penyertaan-Nya, penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak akan pernah berjalan dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini adalah salah satu bentuk tanggung jawab akademik sekaligus syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa tidak sedikit kendala dan tantangan yang dihadapi. Namun, berkat bantuan, dukungan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak, segala hambatan tersebut dapat dilalui dengan penuh kesabaran dan ketekunan. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan dan kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, kesehatan, serta kekuatan baik fisik maupun mental kepada penulis, sehingga proses penyelesaian skripsi ini dapat berjalan dengan baik hingga selesai. Segala puji hanya untuk-Mu, atas setiap napas dan setiap langkah yang Engkau berikan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memimpin institusi ini dengan dedikasi yang tinggi dan mengeluarkan kebijakan yang mendukung keberhasilan akademik semua mahasiswa, termasuk penulis.

3. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Malang, atas arahan, kebijaksanaan, serta fasilitas yang telah diberikan selama penulis menjalani pendidikan di fakultas tercinta ini.
4. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberikan motivasi, dukungan administratif, serta kebijakan akademik yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan keikhlasan telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta hati untuk membimbing, mengarahkan, memberikan ilmu pengetahuan, serta saran-saran yang konstruktif sejak awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua penulis, Ayah Anton Sujarwo dan Ibu Eria Erawati yang namanya akan selalu menjadi doa pertama dalam setiap sujud. Terima kasih atas kasih sayang yang tanpa syarat, doa yang tak pernah berhenti di setiap waktu, tetes keringat, air mata, serta pengorbanan yang tak terhitung nilainya. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk cinta dan perjuangan kalian yang mulia.
7. Saudara kandung penulis, Alike Raissa Samudra yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta perhatiannya selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap doa yang dipanjatkan, atas kebersamaan yang hangat.
8. Seseorang yang tak kalah penting dalam perjalanan ini, Akbar Pratama Alviansyah. Terima kasih yang paling tulus karena selalu menemani dan menjadi *support system* terbaik bagi penulis di setiap harinya. Terima kasih telah mendengarkan setiap keluh kesah serta berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan ini hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan

memberikan doa, dukungan moral, maupun bantuan teknis dalam proses penyusunan skripsi ini.

10. Diri sendiri, terima kasih telah memilih untuk terus berjuang dan bertahan dalam menyelesaikan tanggung jawab perkuliahan hingga akhir. Terima kasih telah berhasil mengatasi rasa malas dan *overthinking* setiap hari untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena selalu berpikir positif, tidak menyimpan kesedihan seorang diri, serta selalu memprioritaskan kesehatan mental dan jiwa. Terima kasih atas semua usaha dan kerja keras yang telah dilakukan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan dan memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi digital, strategi komunikasi Generasi Z, serta pengelolaan privasi di media sosial.

Malang, 05 Mei 2026

Penulis

(Asri Anandya Putri)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR KETERANGAN LULUS	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL.....	xi
ABSTRAK	xiv
KATA PENGANTAR.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teoritis	7
2.1.1 Strategi Komunikasi Generasi Z.....	7
2.1.2 Media Sosial	12
2.1.3 Teori Communication Privacy Management (CPM).....	15
2.1.4 Ekspresi Diri dan Privasi di Media Sosial.....	17
2.1.5 Komunikasi Digital.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	26

3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Pendekatan Penelitian.....	26
3.3 Tipe dan Dasar Penelitian.....	26
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.5 Sumber Data.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	29
3.8 Uji Keabsahan Data.....	31
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	32
4.1 Universitas Muhammadiyah Malang (UMM).....	32
4.2 Program Studi Ilmu Komunikasi.....	33
4.3 Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2022.....	34
4.4 Data Relevan Lain yang Mendukung Objek Penelitian.....	35
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
5.1 Hasil Penelitian.....	38
5.1.1 Tahap Perencanaan Strategi Komunikasi: Penggunaan Instagram dan Latar Belakang Pemanfaatan Fitur Close Friends.....	40
5.1.2 Tahap Seleksi Audiens dan Penetapan Tujuan Pesan dalam Penggunaan Fitur Close Friends.....	45
5.1.3 Tahap Encoding Pesan: Bentuk Ekspresi Diri dalam Fitur Close Friends.....	50
5.1.4 Tahap Seleksi Audiens dan Pengelolaan Privasi.....	54
5.1.5 Tahap Evaluasi: Dampak Penggunaan Close Friends terhadap Ekspresi Diri dan Kenyamanan Psikologis.....	58
5.2 Pembahasan.....	62
5.2.1 Analisis Temuan dengan Lima Asumsi Teori Communication Privacy Management (CPM).....	67
BAB VI PENUTUP.....	70
6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Strategi Komunikasi	9
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.3 Tabel Kerangka Konseptual	24
Tabel 3.1 Tabel Teknik Analisis Data.....	28
Tabel 5.1 Ringkasan Strategi Komunikasi Penggunaan Fitur Close Friends oleh Informan	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Wawancara dengan Informan.....	83
Gambar 2 Wawancara dengan Informan.....	83
Gambar 3 Wawancara dengan Informan.....	83
Gambar 4 Wawancara dengan Informan.....	84
Gambar 5 Wawancara dengan Informan.....	84



DAFTAR PUSTAKA

- Acquisti, A., & Gross, R. (2006). Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on Facebook. In *Privacy Enhancing Technologies* (pp. 36–58). Springer.
- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of Social Media Marketing on Instagram Towards Purchase Intention: Evidence From Indonesia's Ready-to-drink Tea Industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4, 91–104. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan Interaksi. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 41–51. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Amalia, K. (2023). *Course Review: Kemampuan Komunikasi di Era Digital*. <https://codemi.co.id/kemampuan-komunikasi-di-era-digital/>
- Angga, I. K. C. W., & Nugroho, H. B. (2025). Konstruksi Sosial dan Teknologi: Fenomena Penggunaan Fitur Close Friend dalam Second Account Instagram. *JURKOM: Jurnal Riset Komunikasi*, 8(2), 308–327.
- Annabillah, F. A., & Boer, K. M. (2023a). Fitur *Close Friends* Instagram sebagai keterbukaan diri mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Informatika Komputer*.
- Annabillah, F. A., & Boer, K. M. (2023b). Fitur *Close Friends* Instagram sebagai Keterbukaan Diri Mahasiswa yang Mengalami Kecemasan Bermedia Sosial. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1550–1565.
- Aripardono, H. W. (2020). Penerapan komunikasi digital storytelling pada media sosial Instagram. *Teknika*, 9(2), 121–128.
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Maria, H. D., Adhichandra, I., Nuraini, R., & Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital*.
- Asmayulia, A. (2023). Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Ditinjau dari Teori CPM. *EJournal Ilkom FISIP-UNMUL*.
- Asyari, K. (2021). *Penggunaan Instagram Dalam Ekspresi Diri (Fenomena Sosial di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin)*.
- Azzahra, F., Handayani, L., & Mahdalena, V. (2022). Manajemen Privasi Komunikasi Mahasiswa UPN Veteran Jakarta pada Fitur *Close Friend* di Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(2), 318–330.
- Bahari, S. (2023). Analisis strategi komunikasi bisnis efektif di era digital: Studi kasus dari berbagai industri. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 74–79.
- Bahijah, I. (2022). Wasathiyah Islam di era disrupsi digital: Pendidikan nilai-nilai wasathiyah Islam dalam bersosial media di kalangan generasi milenial dan generasi Z. *Jurnal Pendidikan Islam*, 11(4), 1–20.
- Bolang, J. (2024). Mengapa memiliki dua akun atau fitur *Close Friends* penting bagi Gen Z. *Manado Post*.
- Boyd, D. (2023). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. *Cambridge, MA: MIT Press*, 1–26.
- Budury, S., & Fitriyani, A. (2019). Penggunaan media sosial terhadap kejadian depresi, kecemasan dan stres pada mahasiswa: use of social media on events

- of depression, anxiety and stress among university students. *Bali Medika Journal*, 6(2), 205–208. <https://doi.org/10.36376/bmj.v6i2>
- Cambridge Dictionary. (2016). *Cambridge Dictionary*. Cambridge University Press.
- Cat, N. (2020). *Napoleon Cat - Social Media Analytics*. <https://napoleoncat.com/>
- Creswell, J. W. (2022). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing A Among Five Approaches* (3, Ed.). Vicki Knight.
- Daniya, V. (2021). Management privacy dalam penggunaan fitur close friend di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5, 249–266.
- Farunik, C. G. (2023). Tantangan dan peluang bisnis dalam beradaptasi dengan pasar generasi Z. *Jurnal Prosiding: Ekonomi*, 3(1), 487–496.
- Ferdianti, A., Bahfiarti, T., & Indrayanti. (2025). Analisis Self-Disclosure Gen Z Pada Close Friend Instagram: Studi Ruang Privat Di Media Sosial. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(03), 156–165.
- Gultom, S. F., & Rohani, L. (2024). Pengaruh Aktualisasi Konsep Diri dalam Self - Disclosure Gen Z terhadap Second Account pada Aplikasi Instagram di Kota Medan. *Jurnal Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 8(April), 1–9. <https://doi.org/10.22219/satwika.v8i1.33098>
- Hansen, D. L., Shneiderman, B., & Smith, M. A. (2011). *Analyzing Social Media Networks With NodeXL - Insights from a Connected World*. Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/C2009-0-64028-9>
- Herman. (2024). Pengaruh komunikasi digital terhadap pola komunikasi pada nilai-nilai budaya masyarakat modern. *Jurnal Professional*, 11(2), 505–510.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM 2014)*.
- Jati, P. P., Nugraheni, M., Rahayu, M., Info, A., & Artikel, R. (2023). Intimate Friendship and Self Disclosure on Early Adult Instagram Second Account Users Intimate Friendship dan Self Disclosure Pada Pengguna Akun Kedua Instagram Dewasa Awal. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(3), 436–442.
- Jourard, S. M. (1971). *The Transparent Self*. Van Nostrand Reinhold.
- Juliyah, J., Siringoringo, R., Rohma, S., & Laksana, A. (2025). Tantangan Komunikasi Generasi Z dalam Perkembangan Digital di Era Teknologi 5.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, 2(1), 48–59.
- Kaplan, A. M. (2015). Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media. *JMM International Journal on Media Management*, 17(4), 197–199.
- Kavoura, A., & Stavrianeas, A. (2015). The Importance of Social Media on Holiday Visitors' Choices – The Case of Athens, Greece. *EuroMed Journal of Business*, 10(3), 360–374. <https://doi.org/10.1108/EMJB-03-2015-0016>
- Kinanti, S. P., & Putri, B. P. S. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 53–64. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.164>
- Leaver, T. (2020). Instagram Visual Social Media Cultures. In *Digital Media and Society Series*.
- Lee, K., & Attablayo, P. (2023). Examining the impacts of privacy awareness on user's self-disclosure on social media. *ArXiv Preprint ArXiv:2303.07927*, 1–14.

- Livingstone, S., Stoilova, M., & Nandagiri, R. (2019). Children's data and privacy online: Growing up in a digital age. Research findings. In *School of Economics and Political Science*. (Number January).
- Loh, J., & Walsh, M. J. (2021). Social Media Context Collapse: The Consequential Differences Between Context Collusion Versus Context Collision. *Social Media and Society*, 7(3). <https://doi.org/10.1177/20563051211041646>
- Lukum, A. (2019). Pendidikan 4.0 di era generasi Z: Tantangan dan solusinya. *Prosiding Seminar Nasional KPK*, 2(1), 1–3.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media and Society*, 13(1), 114–133.
- Miles, J. (2019). *Instagram Power - Build Your Brand and Reach More Customer With Visual Influence* (2nd ed.). McGraw Hill Education.
- Miles, J. G. (2014). *Instagram Power - Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. McGraw-Hill.
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. State University of New York Press.
- Petronio, S. (2010). Communication Privacy Management Theory: What Do We Know About Family Privacy Regulation? *Journal of Family Theory & Review*, 2(3), 175–196.
- Petronio, S. (2013). Brief Status Report on Communication Privacy Management Theory. *Journal of Family Communication*, 13(1), 6–30.
- Petronio, S. (2019). *Communication Privacy Management Theory*. (May), 1–18. <https://doi.org/doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.373>
- Pew Research Center. (2018). *Social Media Use in 2018*. Pew Research Center.
- Pradipta, E. P., & Rahman, T. (2025). Personal shopper (Jastip) and the representation of digital workers: A critical study of social media discourse in the gig economy. *Jurnal ASPIKOM*, 10(2), 275. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v10i2.1695>
- Putri, F., & Rachmawati, I. (2020). Kontruksi Diri Selebgram Di Instagram Terhadap Kecemasan Berkomunikasi Di Media Sosial. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), 555–560. <https://doi.org/10.29313/.v6i2.24037>
- Putri, K. A., Sardin, & Utami, N. F. (2025). Dinamika Pembentukan Komunikasi Digital Dan Identitas Virtual Di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 69.
- Ramadhani. (2020). Communication Privacy Management: Studi Literatur Keluarga Indonesia. *Ranah Komunikasi*.
- Ridho, M. R., & Saepudin. (2024). Komunikasi interpersonal Generasi Z dan Generasi Milenial dalam mengekspresikan diri di media sosial Instagram. *ARIMA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 239–246.
- Sarasati, F., Olivia, H., & Sudarsono, A. B. (2023). Penggunaan Fitur *Close Friends* Instagram Sebagai Media Pengungkapan Diri Pada Generasi Z. *J-Ika*, 9(2), 92–99. <https://doi.org/10.31294/kom.v9i2.14267>
- Simanungkalit, S. A., & Barus, R. K. I. (2023). Pengaruh motif penggunaan fitur *Close Friends* Instagram terhadap pengungkapan informasi pribadi. *Jurnal Ekonomi, Humaniora, Dan Sosial*, 6(3), 1286.

- Sisnawar, W. C., Karimah, K. E., & Zein, D. (2023). Penggunaan fitur closefriend Instagram sebagai bentuk self disclosure. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 134–149.
- Taddicken, M. (2014). The Privacy Paradox in the Social Web: The Impact of Privacy Concerns, Individual Characteristics, and the Perceived Social Relevance on Different Forms of Self-Disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2), 248–273.
- Ulanat, M., & Jacob, K. P. (2017). Facilitating Brand Promotion Through Online Social Media: A Business Case Study. In *Hybrid Intelligence for Social Networks* (pp. 207–225).
- We Are Social, & Hootsuite. (2020). Digital Data Indonesia 2020. In *Data Reportal*.
- Wibisono, H. E. G., & Pratisti, W. D. (2022). Self-Disclosure of Generation Z. *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH)*, (1), 282–288.
- Wulandari, I. G. A. L. T., Joni, I. D. A. S., & Pradipta, A. D. (2025). Self disclosure pengguna fitur close friend pada second account mahasiswa di Kota Denpasar. *Medium: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Udayana*, 6(1), 16–26.
- Zamzami, W. S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 25–35.

