

20220040311259
Amalia Fatma Sagita
Prodi Ilmu Komunikasi

**PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN
AKUN KETIGA INSTAGRAM**

**(Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pemilik Akun Kedua dan
Ketiga)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Amalia Fatma Sagita

202210040311259

Dosen Pembimbing :

Nasrullah, M.Si., Ph.D

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2026

LEMBAR PENGESAHAN

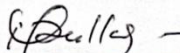
**PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN
AKUN KETIGA INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM
Pemilik Akun Kedua dan Ketiga)**

Diajukan Oleh :

Amalia Fatma Sagita
202210040311259

Telah disetujui
Rabu / 20 Mei 2026

Pembimbing I


Nasrullah, M.Si., Ph.D

Wakil Dekan I



Dr. Jogo Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR KETERANGAN LULUS

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Amalia Fatma Sagita
202210040311259

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 20 Mei 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :


1. **Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.** ()
2. **Dr. Zen Amirudin, M. Med. Kom** ()
3. **Nasrullah, M.Si., Ph.D** ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik





Dr. Joko Susilo, M.Si.

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :


Nama	: Amalia Fatma Sagita	
NIM	: 202210040311259	
Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang	

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

- Tugas Akhir dengan Judul :
PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN AKUN KETIGA INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pemilik Akun Kedua dan Ketiga)
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.
- 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.
- 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, 8 April 2026
Yang Menyatakan,


Amalia Fatma Sagita



STARS

Kampus I
Jl. Ranibero 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 651 259 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Dendungan Sulaim No. 138 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 651 189 (Hunting)
F. +62 341 582 050

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 664 919 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

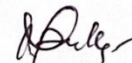
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/IV/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Amalia Fatma Sagita
No. Induk Mahasiswa : 202210040311259
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN AKUN KETIGA INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pemilik Akun Kedua dan Akun Ketiga)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 8 April 2026
Dosen Pembimbing


Nasrullah, PhD





Kampus I
Jl. Babarsari 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 591 287 (tunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Besoelangan Sidam No 188 Malang Jawa Timur
P. +62 341 591 180 (tunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 340 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (tunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG




Lembar Persetujuan Skripsi


Nama : Amalia Fatma Sagita
NIM : 202210040311259
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN AKUN KETIGA INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pemilik Akun Kedua dan Ketiga)

Disetujui,
Pembimbing


Nasrullah, PhD

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


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



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 263 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulani No.158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 511 149 (Hunting)
F. +62 341 582 050

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

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

UMM
1926

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/IV/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Amalia Fatma Sagita
NIM : 202210040311259
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (Delapan) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 8 April 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Beroeng 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 591 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Beroeng Sutarso No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 591 140 (Hunting)
F. +62 341 662 060

Kampus III
Jl. Raya Tugurejo No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN 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:

PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN AKUN KETGA
INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pemilik Akun Kedua dan Ketiga)

Oleh:

Nama : Amalia Fatma Sagita

NIM : 202210040311259

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 8 April 2026

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, PhD

NIP. 10303090338



Kampus I

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

Kampus II

Jl. Bendulung Sukani No. 138 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raja Tegalman No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 918 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada Hari : Kamis, 5 Februari 2026

Pukul 19.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

1. Nama : Amalia Fatma Sagita
2. NIM : 202210040311259
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN AKUN KETIGA INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pemilik Akun Kedua dan Akun Ketiga)
6. Dosen Pembimbing : Nasrullah, PhD
7. Dosen Penguji : Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom

Seminar Hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link

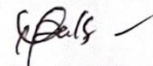
<https://us06web.zoom.us/j/87301609560?pwd=BI0OGIS479K1bcFuAWUzfayzBBiF65.1>

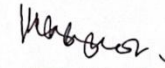
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan 16 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS.

Malang, 7 April 2026

Dosen Pembimbing,


Dosen Penguji,


Nasrullah, PhD


Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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



Kampus I
Jl. Bankung I Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 252 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sudawi No 166 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

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

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

No	NAMA	NIM	KETERANGAN
1	Tsalis Rofita Anggraini	202210040311196	Ilmu Komunikasi
2	Nazla Ro'i Dzanabila	202210040311079	Ilmu Komunikasi
3	Rahelia Cahya Wahyudi	202210040311242	Ilmu Komunikasi
4	Deviana Kartika Eka Putri	202210040311254	Ilmu Komunikasi
5	Salsabila Ananda Wijaya	202210040311255	Ilmu Komunikasi
6	Gina Al-fathin Shalsabilah	202210040311159	Ilmu Komunikasi
7	Alvia Frisca Amanda Ratnawati	202210040311235	Ilmu Komunikasi
8	Virgynenza Ayuba	202210040311434	Ilmu Komunikasi
9	Verro Bhernadi Ichmawan	202210040311257	Ilmu Komunikasi
10	Fitri Nurhafizzah Anggraeni	202210040311174	Ilmu Komunikasi
11	Lulu Thalia	202210040311172	Ilmu Komunikasi
12	Cellina Putri Larasati	202210040311161	Ilmu Komunikasi
13	Meilisa Tri Adinda P.	202210430311125	PGSD
14	Galuh Fatimah Febriana	202210140311006	Teknik Industri
15	Kirana Mauli Az-Zahra	202210410311046	Farmasi
16	Syanda Rosita	202210490311070	Fisioterapi



Kampus I
Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur
P. 651 351 351 (Honeig)

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarjo No. 138 Malang, Jawa Timur
P. 651 351 351 (Honeig)

Kampus III
Jl. Raya Thorens No. 240 Malang, Jawa Timur
P. 651 351 351 (Honeig)
E. web@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



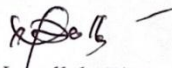
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Amalia Fatma Sagita
2. NIM : 202210040311259
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN AKUN KETIGA INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pemilik Akun Kedua dan Akun Ketiga)
6. Dosen Pembimbing : Nasrullah, PhD
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
15 Maret 2025	Pengajuan Judul "PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN AKUN KETIGA INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pemilik Akun Kedua dan Ketiga)"	✓
26 April 2025	Pengajuan BAB I-III	✓
6 Juli 2025	ACC BAB I-II	✓
15 November 2025	Pengajuan BAB IV-V	✓
28 November 2025	ACC BAB IV-V	✓
5 Desember 2025	ACC Abstrak	✓
5 Februari 2026	Seminar Hasil	✓

Malang, 8 April 2026

Dosen Pembimbing


Nasrullah, PhD



Kampus I
Jl. Berridani 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 991 292 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Berdjungan Sulardi No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 991 149 (Hunting)
F: +62 341 862 080

Kampus III
Jl. Raya Thanyamas No. 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Amalia Fatma Sagita, 202210040311259, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, **PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN AKUN KETIGA INSTAGRAM : STUDI KASUS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UMM PEMILIK AKUN KEDUA DAN KETIGA**

Dosen Pembimbing : Nasrullah, PhD

Kata Kunci : Perilaku bermedia sosial, Generasi Z, Akun Kedua, Akun Ketiga, Instagram

Media sosial yang semakin berkembang membuat Generasi Z semakin bebas dalam mengatur dan menampilkan identitas diri mereka di ruang digital. Salah satu fenomena yang muncul adalah penggunaan lebih dari satu akun instagram, yaitu akun kedua dan akun ketiga. Fenomena ini terjadi karena Generasi Z yang ingin membedakan antara kebutuhan pribadi dan kebutuhan publik mereka. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa UMM Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 22 pemilik akun kedua dan ketiga dalam bermedia sosial di instagram.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* untuk memahami bagaimana mahasiswa memilih dan menggunakan media sosial sesuai dengan kebutuhan tertentu. Selain itu, peneliti menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman sebagai pendukung untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa mengelola presentasi diri.

Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan studi dokumentasi yang melibatkan enam mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun tambahan digunakan untuk memenuhi kebutuhan mengekspresikan diri, menjaga privasi, mengatur citra diri, dan membedakan audiens. Akun utama digunakan untuk kebutuhan yang lebih formal, sedangkan akun kedua lebih santai dan akun ketiga digunakan untuk kebutuhan yang lebih privat. Motif adanya akun tambahan ini berkaitan dengan kebutuhan emosional, kebutuhan informasi, kebutuhan sosial, dan kebutuhan dalam penguatan identitas. Temuan ini memperlihatkan bahwa penggunaan akun tambahan menjadi cara Generasi Z dalam mengelola identitas di media sosial serta menyesuaikan cara bagaimana mereka tampil di hadapan audiens yang berbeda di media sosial.

Malang,
Menyetujui,

Pembimbing



Nasrullah, PhD

Peneliti



Amalia Fatma Sagita

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillahillahirabbill ‘alaimin, segenap puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta’ala atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “PERILAKU BERMEDIA SOSIAL GEN-Z MELALUI AKUN KEDUA DAN AKUN KETIGA INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pemilik Akun Kedua dan Ketiga)” untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Taala, atas karuniaNya memberikan penulis kesabaran, kesehatan, rezeki, kelancaran, dan kekuatan yang sangat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Karena tanpa bantuan-Nya memberikan kelapangan hati, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sungguh-sungguh.
2. Teruntuk Ayahanda dan Ibunda, dua permata hati yang dititipkan tuhan yang akan selalu saya cintai dan saya banggakan. Terimakasih atas segala perjuangan dan pengorbanan besar yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih telah selalu memberikan yang terbaik, baik dalam bentuk materi maupun perhatian, serta kepercayaan yang begitu besar sehingga penulis mampu menyelesaikan perjalanan pendidikan ini dan meraih gelar yang diimpikan. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa berharganya peran Ayahanda dan Ibunda dalam setiap langkah kehidupan penulis. Semoga segala pengorbanan dan kebaikan yang telah diberikan senantiasa dibalas dengan keberkahan, kesehatan, dan kebahagiaan yang berlimpah.
3. Kepada Bapak Nasrullah, PhD. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan dan petunjuk dengan penuh kesabaran dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu,

dukungan, dan perhatian yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

4. Kepada seluruh Bapak/Ibu dosen dan seluruh staff Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, penulis mengucapkan terimakasih banyak atas bantuan, dukungan serta ilmu yang diberikan kepada penulis selama awal hingga akhir perkuliahan.
5. Terimakasih kepada teman-teman yang telah menemani penulis dari awal semester hingga saat penyusunan penelitian ini, yaitu Cinta Sejati (Deviana Kartika, Salsabila Ananda, dan Rahelia Cahya). Terima kasih karena telah berjalan bersama selama bertahun-tahun, melewati berbagai fase perkuliahan. Di tengah segala kesibukan, kalian selalu hadir sebagai tempat untuk berbagi cerita, bertukar pikiran, dan saling menguatkan. Kehadiran kalian telah memberikan warna, makna, dan kebahagiaan yang membuat setiap proses terasa lebih ringan untuk dijalani. Penulis menyadari bahwa perjalanan ini tidak akan terasa sama tanpa keberadaan kalian. Terima kasih karena selalu percaya, mendukung, dan kebersamai penulis hingga berada di titik ini. Semoga persahabatan yang telah terjalin tidak hanya menjadi bagian dari cerita selama masa kuliah, tetapi juga terus bertahan dan tumbuh meskipun nantinya kita akan melangkah ke arah kehidupan yang berbeda.
6. Sagara Creative (Deviana, Tsalis, Verro, Nanda, Rahel, dan Fifi). Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini, yang selalu kebersamai dalam setiap proses, baik suka maupun duka. Terima kasih atas kerja sama, kebersamaan, serta semangat yang saling diberikan selama menjalani praktikum hingga menyelesaikan perkuliahan. Kalian bukan hanya sekadar teman satu kelompok, tetapi juga menjadi tempat berbagi cerita, bertukar pikiran, dan saling menguatkan di tengah berbagai tantangan. Semoga kebersamaan ini tidak berhenti sampai di sini, dan semoga kita semua dapat meraih kesuksesan di jalan masing-masing.
7. Terimakasih untuk Meilisa, Syanda, dan Kirana yang senantiasa hadir menemani setiap langkah peneliti selama menjalani masa perkuliahan.

Kehadiran kalian menjadi sumber semangat melalui tawa, kebersamaan, serta dukungan yang tulus. Terima kasih atas kesediaan untuk selalu mendengarkan, memahami, dan menguatkan peneliti dalam menghadapi berbagai permasalahan, baik dalam hal akademik, kegiatan organisasi, maupun kesibukan lainnya di lingkungan perguruan tinggi. Kalian juga menjadi bagian dari cerita indah yang memberikan warna dalam perjalanan ini. Setiap momen yang telah dilalui bersama menjadi kenangan berharga yang akan selalu dikenang.

8. Untuk Tsalis Rofita, Nesya, Frisca dan teman-teman yang telah menemani peneliti dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Terima kasih atas kehadiran, bantuan, serta dukungan yang diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga peneliti dapat melalui setiap tahap dengan lebih mudah. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan dapat berbalas, dan semoga kita semua diberikan kesuksesan di masa yang akan datang.
9. Terakhir, untuk diri saya sendiri Amalia Fatma Sagita, terima kasih telah mampu bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga sampai pada titik ini. Terima kasih atas segala usaha, kesabaran, dan kekuatan dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses perkuliahan dan penyusunan penelitian ini. Perjalanan ini tentu tidak selalu mudah, namun setiap langkah yang telah dilalui menjadi bukti bahwa diri ini mampu melewatinya. Terima kasih telah selalu berusaha, meskipun dihadapi dengan keraguan dan hambatan yang datang silih berganti. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah baik selanjutnya dan menjadi pengingat bahwa setiap proses yang dijalani tidak pernah sia-sia.

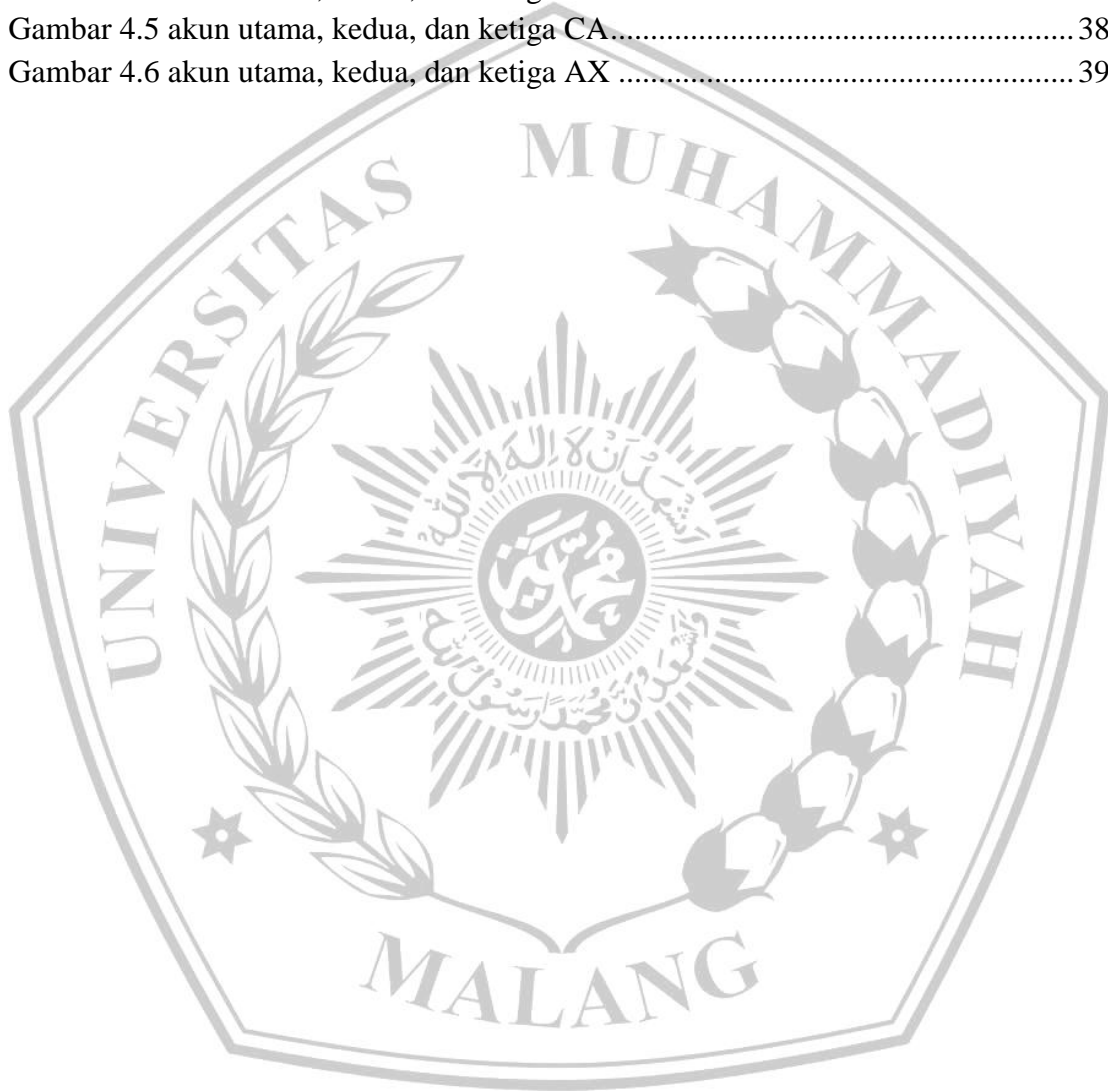
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
Daftar Gambar.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
LAMPIRAN	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	8
1.4 URGENSI PENELITIAN	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Konsep Media Sosial.....	10
2.1.1 Perilaku Bermedia Sosial.....	10
2.1.2 Fungsi Media Sosial dalam Kehidupan Sehari-hari.....	11
2.2 Platform Instagram Sebagai Media Sosial Visual	12
2.3 Gen Z dan Perilaku Digital.....	14
2.3.1 Karakteristik Generasi Z dalam konteks digital.....	14
2.3.2 Kebiasaan Bermedia Sosial Gen Z.....	15
2.4 Teori Perilaku Bermedia Sosial.....	16
2.4.1 Teori <i>Uses and Gratifications</i> (UGT).....	16
2.4.2 Teori Dramaturgi Erving Goffman	19
2.5 Fenomena Akun Kedua dan Ketiga di Instagram.....	21
2.5.1 Definisi dan karakteristik akun utama, kedua, dan ketiga	21
2.5.2 Tujuan pembuatan akun ganda.....	22
2.5.3 Perbedaan isi, audiens, dan interaksi di setiap akun	23
2.6 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III.....	27

METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Pendekatan dan Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Tipe Penelitian.....	28
3.4 Subjek Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Analisis Data.....	32
3.7 Uji Keabsahan Data.....	33
BAB IV.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Subjek.....	35
4.2 Intensitas Penggunaan Akun Tambahan.....	39
4.3 Motif Pembuatan Akun Kedua dan Ketiga.....	42
4.4 Pengelolaan Audiens dan Privasi.....	44
4.5 Kebutuhan Pengetahuan dan Informasi (<i>Cognitive Needs</i>).....	47
4.6 Kebutuhan Sosial dan Relasi (<i>Social Integrative Needs</i>).....	49
4.7 Kebutuhan Penguatan Identitas Diri.....	51
4.8 Kepuasan Emosional dan Pelepasan Tekanan.....	52
4.8 Pengelolaan Identitas Dalam Perspektif Dramaturgi.....	54
4.9 Perilaku Bermedia Sosial Pengguna Akun Tambahan.....	55
BAB V.....	64
KESIMPULAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
5.2.1 Saran Akademis.....	65
5.2.2 Saran Praktis.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67

Daftar Gambar

Gambar 4.1 akun utama, kedua dan ketiga TR.....	36
Gambar 4.2 akun utama, kedua, dan ketiga VB.....	36
Gambar 4.3 akun utama, kedua, dan ketiga TA.....	37
Gambar 4.4 akun utama, kedua, dan ketiga LA.....	38
Gambar 4.5 akun utama, kedua, dan ketiga CA.....	38
Gambar 4.6 akun utama, kedua, dan ketiga AX.....	39



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perbandingan Penggunaan Akun 61



LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara75



DAFTAR PUSTAKA

- Adiningrat, N., Albina, M., Padila, W., Tanjung, E. R., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). PENELITIAN DESKRIPTIF DALAM PENDIDIKAN DESCRIPTIVE RESEARCH IN EDUCATION. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(3), 3046–4560.
- Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103–116. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5584>
- Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8367>
- Aji, A. K., & Dwihantoro, P. (2024). Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Pengakses Akun Instagram @ ussfeed). *JURNAL AUDIENS*, 5(2), 334–348.
- Akhmad, M. A., At, M. R., & Muhammad, S. (2024). Reconstructing Generation Z's Digital Identity: Self-Presentation and Impression Management Strategies in Second Account Instagram. *Thammasat Review*, 27(2), 335–350.
- Amalia, F., Umar, F., & Zakaria, U. (2025). Penggunaan Slang dalam Komunikasi Virtual Pada Media Sosial oleh Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 5242–5254.
- Amelia, C. (2024). Dramaturgi dalam Media Sosial : Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah. *Jurnal Audiens*, 5(4), 591–606.
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). ANALISIS SELF-PRESENTING DALAM TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN PADA TAMPILAN INSTAGRAM MAHASISWA. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187.
- Andriani, Y. F., & Muchlis. (2023). DRAMATURGI DALAM PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Pada Paguyuban Ikatan Mahasiswa Labuhanbatu). *JURNAL JURNALISME*, 12(1), 64–74.
- Angga, I. K. C. W., & Nugroho, H. B. (2025). Konstruksi Sosial dan Teknologi : Fenomena Penggunaan Fitur Close Friend dalam Second Account Instagram. *JURKOM*, 8(2), 308–327.
- Anisti, A., Sidarta, V., Imran, M., & Syatir, S. (2024). Tantangan Literasi Digital Generasi Z: Kajian Sistematis Literature Review. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 30(2), 152–161. <https://doi.org/10.33751/wahana.v30i2.11870>
- Arifin, R. M. F. (2022). APLIKASI TEORI USES AND GRATIFICATIONS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI INDONESIA. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(2), 2046–2055. <https://lib.unnes.ac.id/20002/>
- Aulia, K. P., Ramadhani, S. P., & Agitashera, D. (2025). PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM SEBAGAI RUANG AMAN UNTUK PRESENTASI

- DIRI GEN Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 84–93. http://repository.umt.ac.id/id/eprint/1055/1/1.BAGIAN_AWAL_SKRIPSI.pdf
- Ayundari, K. W., & Perbawani, P. S. (2021). Dinamika Online Persona Akun Anonim Twitter Penggemar KPop. *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia*, 2(1), 40–54.
- Ayuni, M. G., Khuntari, D., & Marwan, M. (2025). Penggunaan Multiple Account Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi Kualitatif Deskriptif Siswa Kelas XI Tahun Pelajaran 2022/2023 SMK Negeri Nusawungu). *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(2), 396–408. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i2.1820>
- Beatrix, J., & Binastuti, S. (2024). Motif Penggunaan Second Account Instagram Generasi Z. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisipliner*, 8(9), 41–46.
- Bhatiasevi, V. (2024). The uses and gratifications of social media and their impact on social relationships and psychological well-being. *Fronti. Psychiatry*, 15, 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2024.1260565>
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. 9–281. <https://doi.org/10.1039/b916505n>
- Evita, N., Prestianta, A. M., & Asmarantika, R. A. (2023). Patterns of media and social media use in generation z in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(1), 195–214. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1.5230>
- Fahmi, A. N., Komariah, S., & Wulandari, P. (2024). Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 13(1), 22–40. <https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.74152>
- Fahrezi, E. A., Sujarwo, & Safitri, D. (2025). ANALISIS FENOMENOLOGI PENGGUNA AKTIF INSTAGRAM BAGI GENERASI Z. *JIIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDEKIA*, 2(4), 7525–7532.
- Fikri, M. H., Murhayati, S., & Darmawan, R. (2025). Kebebasan Data dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13057–13065.
- Handayani, W. S., & Junaidi. (2024). Social Media and Mass Communication in the Digital Era: A Narrative Review. *Communica : Journal of Communication*, 2(1), 1–13.
- Heriyanto. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *ANUVA*, 2(3), 317–324.
- Hesadiwana, B., & Syafrini, D. (2022). Motif Penggunaan Akun Alter Ego di Media Sosial Instagram Pada Remaja Kota Padang. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 5(1), 27–36. <http://perspektif.ppj.unp.ac.id/index.php/perspektif/article/view/586>
- Hossain, M. A. (2019). Effects of uses and gratifications on social media use: The Facebook case with multiple mediator analysis. *PSU Research Review*, 3(1), 16–28. <https://doi.org/10.1108/PRR-07-2018-0023>
- Husna, A., Hasan, K., & Arifin, A. (2024). IDENTITAS DAN PENCIPTAAN DIRI DI ERA DISRUPSI DIGITAL. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 5(1), 45–56.
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA DALAM RISET ILMIAH. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 70–78.

- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Diri Remaja Pada Media Sosial Instagram. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 20–28. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/849>
- Jayanti, M., Amelia, S., Hilmi, M. I., Kusumaatmaja, D., Reihan, A., & Purwanto, E. (2025). Teori Uses And Gratifications Terhadap Kecenderungan Kecanduan Informasi Dan Hiburan Di Sosial Media Tiktok Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 03(01), 122–130. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/index>
- K. Yin, R. (2018). *Case Study Research and Applications*.
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, D. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kirana, N. D., & Pribadi, F. (2021). Dramaturgi Di Balik Kehidupan Akun Alter Twitter Dramaturgy Behind Twitter Alter Accounts. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 18(1), 39–47. <https://doi.org/10.36451/jisip.v18i1.65>
- M, J. S., Rakhmad, D. W. N., & Widagdo, M. B. (2024). Fenomena Second Account Oleh Mahasiswa Pada Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 12(3), 744–751. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/45548>
- Meilia, I. E. (2024). Self-Disclosure Pada Second Account Instagram Generasi Z Kabupaten Tulungagung Self-Disclosure on the second Instagram Account of Generation Z , Tulungagung Regency. *JASIMA: JURNAL KOMUNIKASI KORPORASI DAN MEDIA*, V(1), 58–77.
- Mokos, I. E. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial : Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 638–649. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4690>
- Nafisah, Y. F., & Jannah, M. (2024). Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z Use of Social Media in Generation Z. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(02), 705–713. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/60915>
- Nathania, D., & Nurhaqiqi, H. (2024). Second Account Instagram Sebagai Sarana Pengungkapan Diri pada Generasi Z Laki-Laki. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9601–9609. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5079>
- Nugraeni, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(1), 142–147. <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2247>
- Nugraha, I., Vita Sukmarini, A., & Yusuf AR, M. (2024). Second Account Instagram sebagai Identitas Digital: Fenomena Kultural dalam Ekspresi Diri pada Generasi Z. *Iapa Proceedings Conference*, 388. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1066>
- Nurfaizi, K. R., Shovmayanti, N. A., & Kurniawan, D. (2025). Perspektif Dramaturgi Pencitraan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Media Sosial. *KOMSOSPOL: Jurnal Komunikasi Sosial Dan Politik*, 5(1), 9–20.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahan Pendidikan*, 10(17), 826–833.
- Nurmala, N., & Setiawan, R. (2023). Fenomena Dramaturgi dan Konstruksi Citra Diri

- Pengguna Second Account Instagram Pada Kalangan Mahasiswa FKIP UNTIRTA. *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(1), 345–356.
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). ANALISIS PERILAKU PENGGUNA AKUN KEDUA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195–1204.
- Permanda, N., & Nirmala, S. (2025). PERSPEKTIF TEORI USES AND GRATIFICATIONS DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN INTERPERSONAL MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH GENERASI Z. *Jurnal Kreativitas Teknologi Dan Komputer*, 16(10), 31–35.
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13074–13086.
- Putri, I. A. (2022). Dramaturgi Penggunaan Second Account Media Sosial Instagram (Studi Pada 4 Mahasiswa Universitas Sriwijaya Pengguna Second Account). *KAGHAS: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya*, 4(1), 11–17.
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 323–331. <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/generasi-z-dan-transformasi-gaya-hidup-sehat-di-era-digital-21yfPMGhwT9/full>
- Safitri, R. I., Agustin, H., Mentari, A. F. B., & Fariha, N. F. (2024). Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Personal Branding pada Mahasiswa Fikomm di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 04(01), 26–34.
- Sari, W. P., Paramita, S., & Irena, L. (2025). SELF-DISCLOSURE OF GENERATION Z HEAVY SOCIAL MEDIA USERS IN BALI Wulan. *KOMUNIKA*, 8(1), 1–14.
- Setiawan, J. V. N., Kusmawati, M. A., & Nadia, H. L. (2024). Motif Penggunaan Second Account Media Sosial Instagram sebagai Konten Humor di Kalangan Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 3, 1067–1076. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/3836>
- Sugiyono, P. D. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN : PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(September), 110–116.
- Tandres, H., & Winduwati, S. (2024). Pengelolaan Self-disclosure Generasi Z melalui Penggunaan Multiple Accounts di Instagram. *Koneksi*, 8(1), 233–244. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.27659>
- Triananda, F. S., Dewi, D. A., & Purnamasari, Y. F. (2021). Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 5(No. 3), 9106–9110.
- Watuseke, C., Warouw, D. M. D., & Mingkid, E. (2023). Motif Generasi Z Dalam Berekspresi Diri Melalui Second Account di Instagram. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, 5(3), 1–7.
- Widodo, T. F., Wangi, M. S., & Rizqi, F. M. (2024). ANALISIS SELF DISCLOSURE PADA PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SLAMET RIYADI (UNISRI). *Solidaritas*, 8(1).

- Winduwati, S., & Irena, L. (2024). Dramaturgy and the Phenomenon of Instagram Multi-Account Usage Among Gen Z in Bali. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 525–537. <https://doi.org/10.24912/jk.v16i2.32190>
- Yuliasuti, M. (2024). Ketika TikTok ‘Mengkhianati’ Kepercayaan Gen Z: Studi Uses & Gratification Penggunaan TikTok di Surabaya. *Scriptura*, 14(1), 82–94.
- Zahrah, N., Suhasman, & Akbar, M. (2025). PENGARUH SECOND ACCOUNT INSTAGRAM TERHADAP PENGUNGKAPAN DIRI DAN MANAJEMEN PRIVASI GENERASI Z. *AI-KALAM JURNAL KOMUNIKASI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 12(1), 85–106.



HASIL CETAK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Amalia Fatma Sagita

NIM : 202210040311259

Hasil Plagiasi : 13/4

BAB I	5			
BAB II	1			
BAB III	6			

BAB IV	1			
BAB V	6			
BAB VI				



Malang, 13 April 2026
Admin Plagiasi Prodi
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

