

**REPRESENTASI POSTINGAN PRODUK “GENERASI Z”
MELALUI MEDIA SOSIAL (STUDI NETNOGRAFI INSTAGRAM
@RATUALFAUZIAH & TIKTOK @WILDANEVANDONUHGZ)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

ALIFAH RAHMADHANI

210900094

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2025

***REPRESENTATION OF “GENERATION Z” PRODUCT POSTS
ON SOCIAL MEDIA (A NETNOGRAPHIC STUDY OF
INSTAGRAM @RATUALFAUZIAH AND TIKTOK
@WILDANEVANDONUHGZ)***

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor’s Degree

in Communication Science



Complied by :

ALIFAH RAHMADHANI

210900094

FACULTAS OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2025

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Alifah Rahmadhani

NIM : 210900094

JUDUL : Representasi Postingan Produk “Generasi Z”

Melalui Media Sosial (Studi Netnografi Instagram

@ratualfauziah & TikTok @wildanevandonuhgz)

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 25 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom) (Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)



(Fahlesa Munabari., M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Alifah Rahmadhani
NIM : 210900094
JUDUL : Representasi Postingan Produk “Generasi
Z” Melalui Media Sosial (Studi Netnografi
Instagram @ratualfauziah & TikTok

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 25 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji
(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.kom)

(.....)

Anggota Penguji I
(Helen Olivia, M.I.kom)

(.....)

Anggota Penguji II
(Fitri Sarasati, M.Sc)

(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

(Fahlesa Munabari., M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Alifah Rahmadhani
NIM : 210900094
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat
Representasi Postingan Produk “Generasi Z” Melalui Media Sosial (Studi Netnografi Instagram @ratualfauziah & TikTok @wildanevandonuhgz)
Jumlah Halaman : xiii + 128 halaman + lampiran
Bibliografi : 11 buku + 10 jurnal + 2 internet

ABSTRAK

Media sosial kini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang utama bagi Generasi Z dalam mengekspresikan diri dan membangun identitas digital. Fenomena ini menimbulkan permasalahan tentang bagaimana mereka merepresentasikan diri: apakah murni ekspresi autentik atau justru konstruksi citra yang sengaja dirancang untuk mendapatkan pengakuan sosial dari audiens.

Penelitian ini berfokus pada representasi Generasi Z melalui akun Instagram @ratualfauziah dan TikTok @wildanevandonuhgz. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman, yang membedakan panggung depan (frontstage) dan panggung belakang (backstage), serta teori identitas sosial Henri Tajfel dan John Turner. Kedua teori ini membantu menjelaskan bagaimana Generasi Z mengelola kesan dan membentuk identitas sosial di ruang digital.

Metode penelitian yang digunakan adalah netnografi, melalui observasi konten serta wawancara mendalam dengan pemilik akun. Fokus analisis diarahkan pada unggahan foto, caption, gaya berpakaian, hingga interaksi dengan pengikut, untuk melihat strategi komunikasi yang mereka gunakan dalam membentuk personal branding dan citra diri di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi diri Generasi Z bukanlah sesuatu yang spontan, melainkan hasil dari proses pengelolaan kesan yang terencana. Baik Ratu Alfauziah maupun Wildan Evandono menampilkan sisi “frontstage” yang ideal untuk membangun citra publik, sementara sisi “backstage” muncul dalam interaksi yang lebih spontan melalui fitur seperti story dan live.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa identitas digital Generasi Z terbentuk melalui strategi representasi yang kompleks, di mana media sosial berfungsi sebagai panggung utama untuk memperkuat citra diri sekaligus memperoleh validasi sosial.

Kata Kunci : Representasi Diri, Generasi Z, Identitas Digital
Pembimbing I : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom
Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Alifah Rahmadhani

NIM : 210900094

STUDY PROGRAM : Communication Science

INTEREST : Public Relation

Representation of “Generation Z” product posts on social media (A netnographic study of Instagram @ratualfauziah & TikTok @wildanevandonuhgz)

Number of page : xiii + 128 pages + appendices

Bibliography : 11 books, 10 journals, and 2 internet sources

ABSTRACT

Social media today is not only a means of entertainment but also a primary space for Generation Z to express themselves and construct their digital identities. This phenomenon raises the problem of how they represent themselves: is it an authentic expression, or rather a constructed image deliberately designed to gain social recognition from their audience?

This study focuses on the self-representation of Generation Z through the Instagram account @ratualfauziah and the TikTok account @wildanevandonuhgz. The analysis applies Erving Goffman’s dramaturgical theory, which distinguishes between the frontstage and backstage, as well as Henri Tajfel and John Turner’s social identity theory. These frameworks are used to explain how Generation Z manages impressions and shapes social identity in digital spaces.

The research employs a netnographic method, involving content observation and in-depth interviews with the account owners. The analysis emphasizes photos, captions, fashion style, and interactions with followers to examine the communication strategies they use in building personal branding and digital self-image.

The findings indicate that the self-representation of Generation Z is not spontaneous, but rather the result of a deliberate impression management process. Both Ratu Alfauziah and Wildan Evandono present an “ideal frontstage” to build their public image, while the “backstage” appears in more spontaneous interactions through features such as stories and live streams.

Thus, the study concludes that the digital identity of Generation Z is shaped through complex representational strategies, where social media functions as the main stage for reinforcing self-image and gaining social validation.

Keywords : Self-Representation, Generation Z, Digital Identity

Advisor I : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom

Advisor II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom