

***TREND OUTFIT OF THE DAY* PADA INSTAGRAM SEBAGAI
CITRA DIRI DALAM GAYA HIDUP KONSUMTIF GEN-Z**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh:

RANGGA RAMADHAN

190900063

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2025

***TREND OUTFIT OF THE DAY* PADA INSTAGRAM SEBAGAI
CITRA DIRI DALAM GAYA HIDUP KONSUMTIF GEN-Z**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh:

RANGGA RAMADHAN

190900063

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2025

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penulisan saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 22 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Rangga Ramadhan

190900063

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Rangga Ramadhan
NIM : 190900063
JUDUL : *Trend Outfit of The Day Pada Instagram Sebagai
Citra Diri Dalam Gaya Hidup Konsumtif Gen-Z*
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 22 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKom)

Anggota Penguji I

(Helen Olivia, S.I.kom, M.I.kom)

Anggota Penguji II

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKom)



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

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Rangga Ramadhan
NIM : 190900063
JUDUL : *Trend Outfit of The Day* Pada Instagram Sebagai
Citra Diri dalam Gaya Hidup Konsumtif Gen-Z
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang seminar proposal.

Jakarta, 25 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

(Fitri Sarasati, M.Sc)

Pembimbing I

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKom)

Dekan FISIP



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

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Rangga Ramadhan
NIM : 190900063
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Trend Outfit of The Day Pada Instagram Sebagai Citra Diri Dalam Gaya Hidup Konsumtif Gen-Z

Jumlah halaman : xiii + 106 Halaman + Lampiran
Bibliografi : 17 Buku; 14 Jurnal; 1 Skripsi

ABSTRAK

Fenomena OOTD di Instagram berkembang menjadi tren populer di kalangan generasi Z. Melalui unggahan ini, generasi Z menampilkan citra diri ideal, menjadikan Instagram sebagai ruang visual yang strategis dalam membangun citra diri.

Landasan teori yang digunakan adalah teori dramaturgi Erving Goffman yang membahas front stage, back stage, impression management, dan stigma. Selain itu, landasan konseptual penulisan ini juga mengangkat budaya visual media sosial dan gaya hidup generasi Z dalam menggunakan Instagram sebagai ruang presentasi diri.

Penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode wawancara mendalam. Informan penulisan berjumlah lima orang generasi Z yang aktif membagikan OOTD di akun Instagram pribadi mereka.

Hasil penulisan menunjukkan informan secara sadar mengelola outfit, lokasi, dan tampilan feed untuk membangun citra ideal. Di sisi lain, mereka menyembunyikan realitas keseharian yang tidak sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan.

Kesimpulan penulisan ini menunjukkan bahwa konstruksi citra diri generasi Z melalui OOTD di Instagram merupakan praktik manajemen kesan yang strategis, sejalan dengan ekspektasi audiens dan budaya visual media sosial.

Kata Kunci : OOTD, Dramaturgi, Citra Diri, Gaya Hidup, Konsumtif
Pembimbing I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKom,
Pembimbing II : Fitri Sarasati, M.Sc.

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : *Rangga Ramadhan*

NIM : *190900063*

STUDY PROGRAM : *Communication Studies*

SPECIALIZATION : *Public Relations*

The Trend of Outfit of The Day on Instagram as Self-Image in the Consumptive Lifestyle of Gen Z

Number of Pages : *xiii + 106 Pages + Attachment*

Bibliography : *17 Books; 14 Journals; 1 Thesis*

ABSTRACT

The Outfit of The Day (OOTD) phenomenon on Instagram has become a popular trend among Generation Z. Through these posts, they display their ideal self-image, making Instagram a strategic visual space for personal branding construction.

This research is based on Erving Goffman's dramaturgy theory, discussing front stage, back stage, impression management, and stigma. It is also supported by conceptual frameworks on visual culture and the lifestyle of Generation Z.

This study uses a descriptive qualitative approach with in-depth interviews. The informants are five Generation Z individuals who actively post OOTD content on their personal Instagram accounts.

The findings show that informants consciously manage their outfits, locations, and feed aesthetics to build an ideal self-image while concealing aspects of daily life that differ from their online persona.

The conclusion indicates that the construction of Generation Z's self-image through OOTD on Instagram is a strategic process involving impression management, audience expectations, and visual culture in digital media.

Keywords : *OOTD, Dramaturgy, Self-Image, Lifestyle, Consumptive*

Advisor I : *Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKom,*

Advisor II : *Fitri Sarasati, M.Sc.*