



**DRAMATURGI DAN JOHARI WINDOW DI MEDIA SOSIAL
(Studi Pada Pengelolaan Kesan Gen Z di Instagram)**



Disusun Oleh:

Mitha Aulia

44219010109

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Mitha Aulia
NIM	: 44219010109
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Dramaturgi dan Johari Window di Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Kesan Gen Z Di Instagram)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 16 Agustus 2025



Mitha Aulia

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Mitha Aulia
NIM : 44219010109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Dramaturgi dan Johari Window di
Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Kesan Gen
Z Di Instagram)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi/ Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Feni Fasta, M.Si
NIDN : 0306047601
Ketua Penguji : Novi Erlita, S.Sos., MA
NIDN : 0309118502
Penguji Ahli : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed
NIDN : 0316088201

()
()
()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Agustus 2025

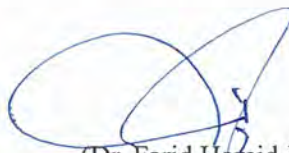
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid Umarela, M Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Mitha Aulia
NIM	: 44219010109
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Dramaturgi dan Johari Window di Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Kesan Gen Z Di Instagram)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Mitha Aulia)

ABSTRAK

Nama : Mitha Aulia
NIM : 44219010109
Program Studi : *Public Relations*
Judul Laporan Skripsi : DRAMATURGI DAN JOHARI WINDOW DI MEDIA SOSIAL
(Studi Pada Pengelolaan Kesan Gen Z di Instagram)
Pembimbing : Dr. Feni Fasta, M.Si

Media sosial Instagram kini menjadi ruang interaksi yang dimanfaatkan oleh Gen Z untuk membentuk dan mengelola kesan diri di hadapan publik. Gen Z, sebagai generasi digital, memiliki kesadaran tinggi terhadap bagaimana mereka ingin dipersepsikan secara daring, terutama melalui media visual seperti Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan kesan dilakukan oleh Gen Z di media sosial Instagram dengan menggunakan perspektif teori dramaturgi Erving Goffman dan model Johari Window.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma postpositivisme. Adapun subjek penelitian yang terdiri dari enam informan yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dan observasi terhadap akun Instagram masing-masing informan, serta studi literatur dan dokumentasi sebagai data sekunder. Teknik analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z membangun citra diri mereka di panggung depan (*front stage*) melalui unggahan yang telah dikurasi secara estetik, sementara sisi autentik mereka lebih banyak ditampilkan di panggung belakang (*back stage*), seperti melalui akun kedua (*second account*) atau fitur *close friends*. Dalam perspektif Johari Window, konten yang ditampilkan secara publik mencerminkan *open area*, sementara sisi diri yang hanya diketahui oleh pengguna termasuk *hidden area*, dan kesan yang ditangkap orang lain tetapi tidak disadari oleh pengguna termasuk dalam *blind area*. Kesimpulannya, Instagram menjadi ruang performatif tempat identitas Gen Z dinegosiasikan secara aktif antara ekspektasi publik dan keinginan untuk tampil autentik.

Kata Kunci: Instagram, Gen Z, Dramaturgi, Pengelolaan Kesan, Johari Window

ABSTRACT

Name : Mitha Aulia
NIM : 44219010109
Study Program : Public Relations
Title Internship Report : *Dramaturgy and the Johari Window in Social Media: A Study on Impression Management by Generation Z on Instagram*
Counsellor : Dr. Feni Fasta, M.Si

Instagram has become a space of interaction utilized by Generation Z to shape and manage self-presentation in the eyes of the public. As a digital-native generation, Gen Z is highly aware of how they wish to be perceived online, particularly through visual platforms like Instagram.

This study aims to explore how impression management strategies are carried out by Gen Z on Instagram, using Erving Goffman's dramaturgical theory and the Johari Window model as analytical frameworks.

The research adopts a descriptive qualitative approach within a post-positivist paradigm. The subjects of the study consist of six informants selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews and observations of each informant's Instagram account, along with literature studies and documentation as secondary sources. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The findings reveal that Gen Z constructs their self-image in the front stage through aesthetically curated posts, while their more authentic side is revealed in the back stage, such as through second accounts or the close friends feature. Within the Johari Window framework, content shared publicly reflects the open area, whereas aspects of the self known only to the user fall under the hidden area, and impressions perceived by others but unknown to the user belong to the blind area. In conclusion, Instagram functions as a performative space where Gen Z's identity is actively negotiated between public expectations and the desire for authenticity.

Keywords: Instagram, Gen Z, Dramaturgy, Impression Management, Johari Window

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1), Prodi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Adapun judul dari proposal skripsi ini yaitu : **“Dramaturgi dan Johari Window di Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Kesan Gen Z di Instagram)”**.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada orang-orang terdekat yang sangat penulis sayangi dan hormati. Ucapan terima kasih secara khusus ditujukan kepada kedua orang tua yaitu Bapak Syafei dan Ibu Nursiyah, atas kasih sayang yang telah mereka curahkan sejak penulis masih kecil hingga saat ini. Doa yang tidak pernah putus serta dukungan penuh yang selalu mereka berikan menjadi kekuatan terbesar dalam proses penyusunan skripsi ini. Tanpa cinta dan doa dari keluarga, mungkin skripsi ini tidak akan diselesaikan dengan baik.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa semangat, saran, masukan serta bimbingan yang berharga bagi penulis. Melalui rangkaian kata dalam skripsi ini sebagai bentuk ucapan terima kasih yaitu kepada yang terhormat:

1. Dr. Feni Fasta, M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dorongan kepada penulis sehingga penyusunan tugas akhir ini berjalan dengan baik.
2. Seluruh informan yang telah bersedia menyediakan waktu serta pemikirannya dalam proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M. Si selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
4. Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Untuk seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti studi.
6. Untuk seluruh Bapak dan Ibu Tata Usaha FIKOM UMB yang sudah membantu dalam mengurus dokumen keperluan tugas akhir ini.
7. Keluarga besar Bapak Syafei dan Ibu Nursiyah yang selalu menjadi orang pertama yang memberikan dukungan materil, moral, motivasi dan tidak pernah henti mendoakan yang terbaik untuk anaknya dalam penulisan tugas akhir ini
8. Fikri Raihan Alrasyid yang telah setia menemani, menjadi tempat berbagi keluh kesah selama proses penulisan serta selalu menjadi penyemangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Kehadiranmu benar-benar berarti.
9. Teman-teman seperjuangan: Andrisa Shaliara, Achmad Romadhoni, Arfan Marselindo, dan Aldi Maulana yang selalu memberikan dukungan semangat dan kebersamaan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
10. Ayyu Febriyani, Dwi Meri Anggraini, dan Havieria Chaesya teman rumah sejak kecil hingga saat ini yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan suasana yang menyenangkan selama proses penulisan tugas akhir ini.
11. Rekan-rekan Mahasiswa Jurusan *Public Relations* angkatan 2019, atas segala bantuan dan kerjasamanya.
12. Semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pastinya tidak henti-henti penulis sampaikan semoga amal baik semua pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari sang pencipta yang pengasih dan penyayang Allah SWT. Aminn.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Jakarta, Juli 2025

Mitha Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTENGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	15
2.2.1. Dramaturgi dalam Media Sosial	15
2.2.2. Interaksi Simbolik.....	17
2.2.3. Pengelolaan Kesan di Media Baru.....	19
2.2.4. Konsep Diri dalam Johari Window	20
2.2.5. Generasi Z.....	23
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1. Paradigma Penelitian	26
3.2. Metode Penelitian	27

3.2.1. Periodisasi Penelitian	28
3.3. Subjek Penelitian	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1. Data Primer	30
3.4.2. Data Sekunder.....	31
3.5. Teknik Analisis Data	31
3.6. Teknik Keabsahan Data	33
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	34
4.2. Hasil Penelitian.....	37
4.3. Pembahasan	77
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	86
5.2.1. Saran Teoritis.....	86
5.2.2. Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. 2 Model Johari Window	22
Tabel 3. 1 Identitas Informan.....	29
Tabel 4. 1 Data Umum Informan Penelitian.....	36
Tabel 4. 2 Perbandingan <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> Informan	69
Tabel 4. 3 Pengelolaan Kesan dalam Model Johari Window Berdasarkan Dramaturgi Panggung Depan & Panggung Belakang	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Penggunaan Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial di Indonesia Tahun 2024	2
Gambar 4. 1 Profil Akun Instagram @ayusyahn	38
Gambar 4. 2 Tampilan Feeds Instagram @ayusyahn	40
Gambar 4. 3 Postingan Instagram @ayusyahn	41
Gambar 4. 4 Profil Akun Instagram @initaufiqq	42
Gambar 4. 5 Tampilan Feeds Instagram @initaufiqq	43
Gambar 4. 6 Profil Akun Instagram @shaniamelisa_	44
Gambar 4. 7 Tampilan Feeds Instagram @shaniamelisa_	45
Gambar 4. 8 Highlight Instagram @shaniamelisa_	46
Gambar 4. 9 Profil Akun Instagram @cayeesa	47
Gambar 4. 10 Tampilan Feeds Instagram @cayeesa	48
Gambar 4. 11 Profil Akun Instagram @adi___i	49
Gambar 4. 12 Tampilan Feeds Instagram @adi___i	50
Gambar 4. 13 Profil Akun Instagram @andinidwiputrx	51
Gambar 4. 14 Tampilan Feeds Instagram @andinidwiputrx	53
Gambar 4. 15 Postingan Instagram @ayusyahn	54
Gambar 4. 16 Caption Promosi Produk di Reels Ayu	55
Gambar 4. 17 Postingan Instagram @initaufiqq	56
Gambar 4. 18 Postingan Instagram @shaniamelisa_	58
Gambar 4. 19 Postingan Instagram @cayeesa	59
Gambar 4. 20 Postingan Instagram @adi___i	61
Gambar 4. 21 Postingan Instagram @andinidwiputrx	62

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Obeservasi	91
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	92
Lampiran 3 . Surat Izin Penelitian	137
Lampiran 4 . Dokumentasi Wawancara.....	143
Lampiran 5. Curriculum Vitae (CV).....	149

