



**KONSTRUKSI KONSEP DIRI PENGGUNA AKUN GANDA
PENGGEAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (ANALISIS ISI
KUALITATIF PADA AKUN INSTAGRAM @nana_noona9
DAN @nadiaamalianj)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Nama : Qurota Aini

NIM : 1706015314

Peminatan : Hubungan Masyarakat



Uhamka
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA, 2021

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qurota Aini

NIM : 1706015314

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Judul Skripsi :Konstruksi Konsep Diri Pengguna Akun Ganda Penggemar K-Pop di Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @nana_noona9 dan @nadiaamaljanj)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29 Desember 2021

Yang menyatakan



Qurota Aini

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR. HAMKA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Konstruksi Konsep Diri Pengguna Akun Ganda Penggemar
K-Pop Di Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun
Instagram @nana_noona9 Dan @nadiaamalianj)
Nama : Qurota Aini
NIM : 1706015314
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh :

★ Pembimbing I

Pembimbing II


Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom.

Tanggal : 25 November 2021


Dra. Tellys Corliana, M.Hum

Tanggal : 25 November 2021

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Konstruksi Konsep Diri Pengguna Akun Ganda Penggemar K-Pop Di Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @nana_noona9 Dan @nadiaamalianj)
Nama : Qurota Aini
NIM : 1706015314
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 4 Desember 2021, dan dinyatakan
LULUS

Penguji I



Tanggal : 24 Desember 2021

Dini Wahdiyati, S.Sos, M.I.Kom
Pembimbing I

Tanggal : 4 Januari 2022

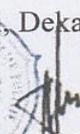
Penguji II

Tanggal : 29 Desember 2021

Dra. Tellys Corliana, M.Hum
Pembimbing II

Tanggal : 4 Januari 2022

Mengetahui, Dekan


Dra. Tellys Corliana, M.Hum

ABSTRAK

Judul Skripsi : Konstruksi Konsep Diri Pengguna Akun Ganda Penggemar K-Pop di Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @nana_noona9 dan @nadiaamalianj)
Nama : Qurota Aini
NIM : 1706015314
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Halaman : 106 + xi halaman + 2 gambar + 5 tabel + 7 lampiran
Kata Kunci : Konsep Diri, Akun Ganda, Media Sosial Instagram

Budaya Korea berkembang pesat dan meluas secara global. Keberadaannya cenderung diterima publik dari berbagai kalangan, termasuk di Indonesia. Pengaruh K-Pop terasa dalam kehidupan sehari-hari generasi milenial. Perkembangan media sosial salah satunya Instagram, bisa menjadikan seseorang membuat akun serta mengakses informasi dan melakukan komunikasi terhadap kegemaran atas budaya K-Pop. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana konstruksi konsep diri pengguna akun ganda penggemar K-Pop di Instagram.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme serta teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead, Charles Horton Cooley, dan Herbert Blumer. Paradigma dan teori interaksionisme simbolik digunakan untuk mengetahui konsep diri manusia, konstruksi konsep diri dalam akun ganda penggemar K-Pop, dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi konstruksi tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif, dan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data didapatkan dari dokumentasi, observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis data. Adapun teknik analisis datanya menggunakan analisis isi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @nana_noona9 awalnya hanya akun pribadi yang digunakan untuk iseng, tetapi karena banyak orang yang suka dengan unggahan yang ditampilkan akun tersebut maka akun tersebut digunakan sebagai akun fanbase edit. Sedangkan pada akun @nadiaamalianj tidak memperlihatkan adanya unggahan tentang K-Pop sama sekali bahkan di akun tersebut tidak memiliki unggahan sama sekali dan akun tersebut di *private* (kunci). Faktor yang melatarbelakangi konsep diri tersebut didasari atas pribadi pengguna. Yang berawal ingin menggunakan akun ganda karena dengan akun tersebut pengguna dapat bebas mengunggah hal yang disukainya tetapi pengguna juga tidak ingin mengganggu orang lain terkait dengan unggahannya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

COVER.....	ii
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Kontribusi Penelitian.....	9
1.5.1. Kontribusi Akademis.....	9
1.5.2. Kontribusi Metodologis.....	9
1.5.3. Kontribusi Sosial.....	10
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penulisan.....	10
1.7. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
KERANGKA TEORI.....	13
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Paradigma Penelitian.....	14
2.3. Hakekat Komunikasi.....	16
2.3.1. Pengertian Komunikasi.....	16
2.3.2. Fungsi Komunikasi.....	18
2.3.3. Model Komunikasi.....	20

2.3.4. Elemen Komunikasi	21
2.3.5. Konteks Komunikasi	22
2.4. Teori Peminatan (<i>Public Relations</i>)	26
2.4.1. Pengertian Public Relations	26
2.4.2. Fungsi Public Relations	27
2.4.3. Sasaran Public Relations	29
2.5. Komunikasi Antarpribadi	30
2.6. Teori Interaksionisme Simbolik	33
2.7. Psikologi Komunikasi	36
2.8. Konsep Diri	38
2.8.1. Definisi Konsep Diri	38
2.8.2. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsep Diri.....	39
2.9. K-Pop.....	40
2.9.1. Konsep K-Pop	40
2.9.2. Sejarah dan Perkembangan K-Pop.....	41
2.10. Instagram	43
2.10.1. Konsep Instagram.....	43
2.10.2. Sejarah dan Perkembangan Instagram	44
2.10.3. Fungsi dan Manfaat Instagram.....	47
2.11. Akun Ganda.....	48
2.12. Bagan Pemikiran	50
BAB III	51
METODOLOGI PENELITIAN.....	51
3.1. Pendekatan, Jenis Penelitian, dan Metode Penelitian	51
3.1.1. Pendekatan Kualitatif	51
3.1.2. Jenis Penelitian.....	52
3.1.3. Metode Penelitian.....	53
3.2. Penentuan Media.....	56
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	58
3.3.1. Dokumentasi	58
3.3.2. Observasi Partisipatif	59
3.3.3. Wawancara Mendalam.....	59
3.4. Metode Analisis Data.....	62
3.6. Media Penelitian dan Jadwal Penelitian	66

3.6.1. Media Penelitian.....	66
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	66
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Deskripsi Subjek Penelitian.....	68
4.1.1. Akun Instagram @nana_noona9 dan @nadiaamalianj.....	68
4.1.2. Sejarah Instagram.....	69
4.1.3. Makna Logo Instagram.....	70
4.1.4. Personifikasi Penggemar K-Pop.....	72
4.2. Deskripsi Objek Penelitian.....	73
4.2.1. Akun Instagram @nana_noona9 Dan @nadiaamalianj.....	73
4.3. Hasil Penelitian.....	74
4.4. Pembahasan.....	86
4.4.1. Konstruksi Konsep Diri Penggemar K-Pop Dalam Akun Ganda Instagram @nana_noona9 Dan @nadiaamalianj.....	87
4.4.2. Faktor Yang Melatarbelakangi Konstruksi Konsep Diri Penggemar K-Pop Yang Memiliki Akun Ganda.....	89
4.4.3. Teori Interaksionisme Simbolik Dalam Konstruksi Konsep Diri Penggemar K-Pop Dalam Akun Ganda Instagram @nana_noona9 Dan @nadiaamalianj.....	89
BAB V.....	93
PENUTUP.....	93
5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

2.1.	Kajian Penelitian Terdahulu	13
3.1.	Jadwal Penelitian	67
4.1.	Screenshot Instagram Akun @nana_noona9 dan @nadiaamalianj	74
4.2.	Analisis Konsep Diri Pengguna Akun Ganda @nana_noona9 dan @nadiaamalianj	83



DAFTAR GAMBAR

2.1.	Model Komunikasi Willbur Schramm	20
4.1.	Logo Instagram.....	70



DAFTAR BAGAN

2.1.	Bagan Pemikiran	50
3.1.	Bagan Alur Penelitian.....	65



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Klasifikasi umur manusia dibagi menjadi 4 kelompok dan salah satunya adalah remaja. Walaupun usia remaja saat ini masih menjadi perbincangan, *World Health Organization* (WHO) mengungkapkan bahwa masa remaja awal adalah umur 10-19 tahun, sedangkan masa remaja akhir adalah umur 17-25 tahun. Kategori orang yang berada dalam usia remaja adalah orang yang sedang berada dalam masa transisi yakni belum menikah, atau belum memiliki tanggungan apapun.

Di masa remaja ini kondisi fisik dan cara berfikir seseorang akan berubah secara bertahap, karena itu juga masa remaja juga disebut merupakan masa krusial bagi seseorang. Menurut Santrock (2012:26), masa remaja merupakan masa dimana seseorang mengalami transisi biologis, kognitif, maupun sosial. Karena itu pada masa remaja ini seseorang akan mulai mencari jati dirinya. Menurut Erikson (dalam Burns, 1993:67), konsep diri merupakan suatu penelitian terhadap identitas pada masa remaja. Penelitian ini khususnya menaruh perhatian pada bagaimana cara seseorang mempersepsikan diri sendiri. Konsep diri seseorang tersebut berbeda-beda dan tidak bisa disamakan.

Menurut Books dan Emert (dalam Rakhmat, 2007: 105), mengungkapkan bahwa terdapat perbedaan karakteristik antara seseorang

dengan konsep diri positif dan konsep diri negatif. Dalam hal ini konsep diri merupakan keyakinan, pandangan, atau suatu penilaian terhadap dirinya sendiri. Konsep diri negatif merupakan seseorang yang merasa tidak percaya diri, tidak berani untuk mencoba hal yang baru, takut gagal, merasa dirinya bodoh, rendah diri, pesimis, dan memiliki pikiran negatif lainnya terhadap dirinya. Sedangkan konsep diri yang positif adalah seseorang yang selalu berpikiran optimis, percaya diri, selalu berani mencoba hal-hal yang baru, antusias, dan merupakan seseorang yang selalu memiliki pikiran yang positif.

Konsep diri seseorang terbentuk dalam waktu yang cukup lama. Konsep diri bukanlah bawaan sejak lahir tetapi konsep diri berkembang melalui tahap-tahap tertentu. Konsep diri penggemar K-Pop juga sebagaimana artis K-Pop sebagai idola memberikan pengaruh besar terhadap proses sosialisasi seseorang.

Idola K-Pop tersebut juga dapat membantu seseorang untuk mengenal dirinya sendiri dengan lebih baik. Peran idola K-Pop tersebut sangat penting dalam pembentukan konsep diri seseorang. Hal ini juga dapat disebut dengan *significant others*. Idola K-Pop dapat dianggap sebagai inspirator bagi penggemarnya.

Significant others menurut Woelfel dan Haller (dalam Horton dan Hunt, 1991:110) adalah orang-orang yang berpengaruh pada sikap seseorang. Karena peran orang tersebut berpengaruh terhadap orang lain, seseorang

tersebut akan dianggap penting. Sehingga sesuatu yang ditunjukkan tersebut akan menjadi nilai-nilai tersendiri bagi kita.

Kemajuan teknologi internet yang sangat cepat menjadikan masyarakat hidup dalam era globalisasi. Masyarakat hidup berdampingan dengan teknologi internet, itu sebabnya teknologi internet tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia sehari-hari. Kemudahan dalam menggunakan teknologi internet ini setiap orang dapat melakukan apa saja dan dimana saja, hal ini menjadikan penggunaan internet yang terus-menerus mengalami peningkatan pemakaian pada setiap harinya. Jika menggunakan internet dengan baik dan benar, maka akan banyak manfaat yang dapat diperoleh dari menggunakan internet.

Dari perkembangan teknologi yang semakin canggih, kemudahan dalam mengakses internet juga semakin memudahkan orang mengetahui perkembangan di dunia, kita bisa mengetahui apa saja yang sedang terjadi di dunia melalui media sosial. Efek yang ditimbulkan dari media sosial tersebut secara langsung menimbulkan perubahan dalam masyarakat. Pengaruh globalisasi semakin menguat saat banyak budaya luar negeri masuk ke dalam budaya dalam negeri dan membuat banyak orang menggemari budaya luar negeri tersebut. Budaya asing yang masuk tidak semuanya memberikan dampak yang positif.

Kebudayaan sangat erat kaitannya dengan masyarakat karena kebudayaan dapat berpepengaruh terhadap tingkat pengetahuan yang

mencakup suatu ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran seseorang. Sehingga kebudayaan disebut memiliki sifat yang abstrak. Salah satu budaya yang masuk akibat dari globalisasi adalah budaya Korea. Berawal dari perkembangan industri hiburan Korea yang saat ini sedang sangat maju dan digemari oleh banyak orang, budaya Korea memiliki dampak yang sangat besar mulai dari Asia hingga ke seluruh dunia.

Budaya Korea di Indonesia menghasilkan suatu peristiwa “*Korean Wave*” atau yang dikenal dengan sebutan *Hallyu*. Salah satu dampak besar terhadap *Korean Wave* yang banyak digemari oleh banyak anak muda adalah musik pop Korea atau yang biasa disebut dengan K-Pop (*Korean Pop*). K-Pop merupakan salah satu yang membuat perekonomian Korea Selatan naik. Pada sekitar tahun 1990-an banyak negara di Asia yang mengalami krisis keuangan, tetapi di saat itu Korea Selatan juga membentuk Kementerian Kebudayaan dengan departemen khusus untuk menaungi K-pop. Pemerintah Korea juga ikut andil dalam membangun auditorium konser raksasa dengan dipadukan oleh teknologi hologram agar terlihat menarik dan sempurna untuk melindungi industri K-Pop, hal ini menunjukkan bahwa pemerintah Korea Selatan sangat mendukung eksistensi K-Pop.

Indonesia menjadi salah satu negara yang menjadi tujuan pemasaran K-Pop. Di Indonesia juga terdapat banyak fanbase yang menyajikan berita tentang K-Pop yang terdapat di instagram. Orang yang menyukai K-Pop disebut juga dengan Kpopers. Biasanya Kpopers rela mengeluarkan uang yang jumlahnya tidak sedikit untuk membeli tiket konser, album, *lightstick*,

ikut melakukan voting, membeli produk yang diiklankan oleh artis favoritnya, dan merchandise lainnya. Dan hal itu tidak murah, sehingga mereka rela menabung demi mendapatkan barang tersebut.

Kemunculan artis K-Pop banyak mempengaruhi dalam kehidupan fans nya. Seperti dalam menggunakan produk-produk skincare, make up, makanan, dan gaya berpakaian. Dalam kehidupan sehari-hari juga terkadang banyak menggunakan bahasa dasar korea seperti *annyeong*, *saranghae*, *gomawo*, *hwaiting*, dan lainnya. Bukan hanya memiliki fanbase atau komunitas di sosial media, tetapi Kpopers juga memiliki fanbase di berbagai wilayah di Indonesia, biasanya fanbase merupakan tempat untuk berkumpul pada saat hari tertentu seperti mengadakan project sumbangan, project ulang tahun artis. Fanbase tersebut memiliki kepengurusan yang terstruktur agar pada saat mengadakan acara tersebut dapat berjalan dengan baik.

Pada saat ini perkembangan teknologi internet menyebabkan munculnya berbagai macam sosial media. Dari media sosial tersebutlah tercipta sarana yang membuat hubungan erat bagi semua orang. Dengan menggunakan media sosial pada saat berkomunikasi, kita tidak perlu mempermasalahkan jarak, karena kita juga bisa berkomunikasi dengan orang yang berbeda kota, bahkan sampai berbeda negara sekalipun. Bahkan pada saat ini orang mempunyai sosial media hanya dengan menggunakan ponsel pintar atau yang biasa disebut dengan *smartphone*.

Dengan menggunakan media sosial seseorang dapat menunjukkan perasaan, emosi, pemikiran, ide, atau tujuan tertentu, menyampaikan dan menjelaskan fakta, data dan informasi serta menjelaskannya, bertukar perasaan dan pikiran, saling berdebat, dan berkelahi satu sama lain dengan lewat postingan akun pribadi seseorang tersebut. Salah satu media sosial yang banyak disukai dan banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Karena Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat mudah diakses.

Instagram versi android adalah salah satu media social yang mempunyai fitur yang memungkinkan pemakainya untuk mengakses beberapa akun sekaligus dalam satu aplikasi. Dan banyak dari K-Popers yang membuat akun ganda atau yang biasa disebut dengan '*second account*' atau akun alter. Hal ini juga terkait dengan bagaimana pengguna merepresentasikan diri mereka di Instagram. Menurut Sherry Tuckle (dalam Kennedy, 2014:115) membahas tentang hubungan konstruksi identitas dan teknologi jaringan. Menurut Tuckle, identitas seseorang akan berubah menjadi lebih fleksibel dan telah diklasifikasikan.

Alasan penelitian ini menggunakan Instagram sebagai media penelitian karena Instagram pun memiliki jumlah pengguna yang meningkat dengan pesat, hingga saat ini Instagram sudah memiliki kurang lebih dari 1,07 milyar pengguna. Bahkan di Indonesia Instagram saat ini memiliki 91,77 juta pengguna. Hal ini menjadikan Instagram sebagai media sosial yang sangat populer.

Pada saat ini banyak pengguna Instagram yang memiliki dua akun. Akun tersebut dibagi untuk akun representasi diri, dan akun untuk menampilkan gambaran diri yang sesungguhnya. Dalam akun yang merepresentasi diri pengguna lebih berhati-hati dalam mengunggah suatu hal karena akun representasi tersebut lebih ditujukan untuk banyak orang dan dalam hal tersebut juga banyak *likes* dan komentar mempengaruhi penggunaanya. Dalam akun representasi tersebut pengguna juga lebih memikirkan penggunaan caption yang cocok untuk mendukung konten yang diunggah tersebut. Sedangkan akun yang menampilkan imaji asli seseorang tersebut berkebalikan dengan apa yang ditampilkan di akun representasi.

Seperti pada kedua akun yang diteliti yakni akun @nana_noona9 dan @nadiaamalianj. Kedua akun tersebut memiliki perbedaan, pada akun @nana_noona9 menunjukkan tentang bagaimana pengguna tersebut menunjukkan dirinya sebagai penggemar K-Pop, sedangkan pada akun @nadiaamalianj untuk menampilkan foto bersama keluarga, teman, diri sendiri. Perbedaan tersebut dapat terlihat dari perbedaan postingan di kedua akun tersebut. peneliti juga memilih akun tersebut karena dilihat dari akun tersebut merupakan akun yang aktif, yakni akun tersebut selalu mengunggah aktifitasnya lewat Instagram *story*, dan termasuk akun yang sering mengunggah aktifitas di *feed*. Akun ganda tersebut juga rajin mengikuti *challenge* dan *giveaway*, bahkan saat ini untuk akun @nana_noona9 sudah menjadi akun fanbase K-Pop. Dan peneliti meneliti akun tersebut dilihat dari keseluruhan unggahan feed, tidak hanya 1 unggahan saja.

Dalam hal ini konsep identitas seseorang juga menjadi bagian penting bagi seseorang. Karena dengan adanya internet menunjukkan identitas lain yang sebelumnya hanya ada di dunia nyata. Meskipun identitas di dunia nyata mirip dengan identitas di dunia maya. Tetapi tetap saja dengan adanya internet memiliki suatu perubahan dalam mendefinisikan dan membangun identitas. Karena menurut peneliti konsep diri sangat penting dalam diri seseorang karena konsep diri juga merupakan inti dari kepribadian yang terdapat dalam diri seseorang, dan konsep diri juga yang menentukan bagaimana perkembangan kepribadian seseorang dalam berperilaku di lingkungan. Peneliti melakukan penelitian ini karena untuk mengetahui hal yang lebih spesifik tentang pemahaman konsep diri penggemar K-Pop di media sosial Instagram serta menambah wawasan dan pandangan tentang konsep diri penggemar K-Pop bagi mahasiswa sebagai penelitian komunikasi. Contoh kasusnya seperti pada saat ini banyak orang yang menggunakan akun ganda (alter) dalam menunjukkan jati dirinya di media sosial.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan pokok permasalahannya adalah:

1. Bagaimana konstruksi konsep diri dalam akun ganda Instagram @nana_noona9 dan @nadiaamalianj penggemar K-Pop?
2. Faktor apa saja yang melatarbelakangi konstruksi konsep diri penggemar K-Pop yang memiliki akun ganda?

1.3. Pembatasan Masalah

Terkait fokus penelitian tentang Konsep Diri Penggemar K-Pop dalam Penggunaan Akun Ganda Pada Instagram @nana_noona9 dan @nadiaamalianj, penelitian ini dibatasi pada:

- Konsep Diri
- Penggemar K-Pop
- Akun ganda Instagram @nana_noona9 dan @nadiaamalianj

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami bagaimana konstruksi konsep diri dalam akun ganda Instagram @nana_noona9 dan @nadiaamalianj penggemar K-Pop.
2. Untuk memahami faktor apa saja yang melatarbelakangi konstruksi konsep diri penggemar K-Pop yang memiliki akun ganda

1.5. Kontribusi Penelitian

1.5.1. Kontribusi Akademis

Signifikansi penelitian ini dimaksudkan untuk melihat sejauh mana penelitian memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi. Khususnya mengenai tentang konsep diri penggemar K-Pop dalam penggunaan akun ganda pada Instagram. Penelitian ini juga dilakukan melalui pengkajian teori interaksionisme simbolik.

1.5.2. Kontribusi Metodologis

Hasil penelitian ini secara metodologis dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dengan metode penelitian analisis isi kualitatif, yang diharapkan penelitian ini dapat memperoleh hasil data

berupa tulisan yang berasal dari penelitian melalui pentuan media Instagram dengan melakukan pengamatan pada akun ganda Instagram penggemar K-Pop @nana_noona9 dan @nadiaamalianj.

1.5.3. Kontribusi Sosial

Hasil penelitian kontribusi sosial dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi manfaat dan memberi kontribusi tentang bagaimana penelitian ini akan memberikan kesadaran dan pemahaman baru berupa informasi bagaimana pengguna akun ganda media sosial mengkonstruksikan konsep diri mereka sebagai identitas yang bukan sebenarnya, sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam bermedia sosial.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penulisan

Pada setiap penelitian pasti akan ada kelemahan yang disebabkan keterbatasan data dan informasi pendukung. Kelemahan dan keterbatasan penulisan pada penelitian ini antara lain :

1. Peneliti kurang cakap dalam memaparkan hasil penelitian.
2. Akun yang diteliti hanya 2.
3. Keterbatasan pada saat melakukan wawancara. Pada awalnya peneliti sudah memiliki kesepakatan dengan narasumber untuk melakukan wawancara tatap muka secara langsung. Akan tetapi pada saat itu keluarga narasumber ada yang terkena Covid-19, sehingga narasumber tidak diizinkan untuk keluar rumah dalam waktu yang

cukup lama. Sehingga wawancara dilakukan secara online melalui video panggilan Whatsapp.

4. Pada saat peneliti melakukan wawancara tersebut. Dari *handphone* ternyata tidak keluar suaranya. Sehingga peneliti meminta izin untuk mengirimkan jawaban dalam bentuk *voice note*.

1.7. Sistematika Penulisan

Agar mudah dalam menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun skripsi ini secara sistematis yang dibagi dalam lima (5) bab dengan susunan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menerangkan pendahuluan yang akan penulis teliti mulai dari latar belakang masalah, permasalahan, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, kelemahan dan keterbatasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Dalam bab ini peneliti menjelaskan mengenai kajian penelitian terdahulu, paradigma konstruktivisme, hakekat komunikasi, hubungan masyarakat, komunikasi antarpribadi, pengertian akun ganda, teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti, yaitu pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitian kualitatif deskriptif, metode penelitian analisis isi kualitatif, penentuan media, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan serta memaparkan hasil penelitian dengan hal penting berupa data-data atau unggahan di Instagram yang didapatkan melalui pengamatan terhadap penggunaan akun ganda @nana_noona9 dan @nadiaamalianj. Dalam bab ini juga berkaitan dengan hasil analisis sesuai teori yang digunakan yakni teori interaksionisme simbolik.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Butterick, Keith. 2014. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Daryanto & Muljo Rahardjo. 2016. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Emzir. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hanani, Silfia. 2017. *Komunikasi Antarpribadi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Khairani, Makmun. 2018. *Psikologi Komunikasi Dalam Pembelajaran*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Martha, Evi & Sudarti Kresno. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Bidang Kesehatan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murtiadi & Dwi Prasetya Danarjati & Ari Ratna Ekawati. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Psikosain.
- Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi (Ilmiah Dan Populer)*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Roudhonah. 2019. *Ilmu Komunikasi*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Roesma, Joy & Nadia Mulya. 2018. *Media Sosialita: Eksis Narsis Jadi Daring Darling*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Sari, Aninditha. 2017. *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CAPS.
- Suwatno. 2018. *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

JURNAL

<http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/manasa-old/article/view/585> (diakses pada tanggal 18 Maret 2021, pukul 00.46 WIB)

<https://media.neliti.com/media/publications/199560-none.pdf> (diakses pada tanggal 19 Maret 2021, pukul 21.57 WIB)

<http://eprints.unm.ac.id/9871/1/JURNAL%20FRIES%20MAULHAYAT.pdf> (diakses pada tanggal 20 Maret 2021, pukul 01.11 WIB)

<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmntsb1ebd5f9d32full.pdf> (diakses pada tanggal 20 Maret 2021, pukul 01.27 WIB)

<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekomm/article/download/1180306/256> (diakses pada tanggal 21 Maret 2021, pukul 00.29 WIB)

<http://jurnal.unpad.ac.id/protvf/article/view/20940> (diakses pada tanggal 3 Juni 2021, pukul 11.01 WIB)

<http://repository.maranatha.edu/id/eprint/23689> (diakses pada tanggal 3 Juni 2021, pukul 11.58 WIB)

<http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif/article/view/86> (diakses pada tanggal 3 Juni 2021, pukul 12.14 WIB)

<http://e-journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/quanta/article/view/1641/911> (diakses pada tanggal 7 Juni 2021, pukul 10.31)

<http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/viewFile/2374/1691> (diakses pada tanggal 7 Juni 2021, pukul 11.13 WIB)

<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/harmonia/article/download/2210/2272> (diakses pada tanggal 7 Juni 2021, pukul 14.29 WIB)

<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/download/219/179> (diakses pada tanggal 7 Juni 2021, pukul 17.44 WIB)

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/22478/22170> (diakses pada tanggal 7 Juni 2021, pukul 18.00 WIB)

<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/download/219/179#:~:text=Subjek%20penelitian%20adalah%20informan%2C%20yang,Moloeng%2C%202010%3A%20132> (diakses pada tanggal 7 Juni 2021, pukul 18.42)

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/24960/22245> (diakses pada tanggal 09 Juni 2021, pada pukul 02.32 WIB)

<http://jkom.upnjatim.ac.id/index.php/jkom/article/view/12/10> (diakses pada tanggal 09 Juni 2021, pukul 02.57)

<http://herususilofia.lecture.ub.ac.id/files/2013/01/jendela-jauhari.pdf> (diakses pada tanggal 22 Juni 2021, pada pukul 14.21 WIB)

<https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-354ac9fe354379b1bde4e479f67a6ecc>
(diakses pada tanggal 22 Juni 2021, pada pukul 14.29 WIB)

<https://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/download/155/108/>
(diakses pada tanggal 22 juni 2021, pada pukul 15.12 WIB)

http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/JUR._PEND._GEOGRAFI/197210242001121-BAGJA_WALUYA/MEDIA_PEMBEL.GEOGRAFI/Teknik_pemilihan_Media_Pembelajaran.pdf (diakses pada tanggal 22 Juni 2021, pada pukul 15.51 WIB)

<http://e-journal.uajy.ac.id/9478/> (diakses pada tanggal 1 Juli 2021, pada pukul 10.55 WIB)

<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jne/article/download/5316/4226> (diakses pada tanggal 1 Juli 2021, pada pukul 12.23 WIB)

SKRIPSI

http://digilib.uinsgd.ac.id/5961/5/5_BAB%20II.pdf (diakses pada tanggal 19 Maret 2021, pukul 20.37 WIB)

<http://digilib.uinsby.ac.id/15072/5/Bab%202.pdf> (diakses pada tanggal 20 Maret 2021, pukul 12.23 WIB)

<https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/download/5671/5264>
(diakses pada tanggal 22 Juni 2021, pada pukul 16.36 WIB)

<http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/14848> (diakses pada tanggal 23 Juni 2021, pada pukul 14.28 WIB)

Nazihah, Amirah Fithri. 2020. Gaya Hidup Penggemar K-Pop *Boyband* EXO. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Jakarta.

INTERNET

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI%20MASSA%20full.pdf>
(diakses pada tanggal 19 Maret, pukul 20.46 WIB)

https://www.academia.edu/download/46507967/Penelitian_Deskriptif.ppt_Compatibility_Mode_.pdf (diakses pada tanggal 3 Juni 2021, pukul 10.22 WIB)

<https://www.dosenpendidikan.co.id/analisis-isi> (diakses pada tanggal 7 Juni 2021, pukul 20.10 WIB)

https://www.researchgate.net/publication/331556677_Metoda_Wawancara
(diakses pada tanggal 17 juli 2021, pukul 18.05 WIB)