

**PENGELOLAAN KESAN DALAM PRAKTIK *GRID ZERO* PADA MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN GENERASI Z**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**DWINA RAHMADITYA AZZAHRA  
NPM 2216031008**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

## ABSTRAK

### PENGELOLAAN KESAN DALAM PRAKTIK *GRID ZERO* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN GENERASI Z

OLEH

DWINA RAHMADITYA AZZAHRA

Perkembangan media sosial Instagram telah menghadirkan perubahan signifikan dalam cara individu menampilkan diri di ruang publik digital. Di kalangan generasi Z muncul fenomena yang disebut *grid zero*, yaitu praktik mengosongkan *feed* Instagram secara sadar meskipun akun tetap aktif digunakan. Praktik *grid zero* pada generasi Z di Instagram menunjukkan adanya perubahan dalam cara mengelola kesan diri di mana pengguna secara sadar mengontrol bagaimana diri mereka dipersepsikan di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana generasi Z mengelola kesan melalui praktik *grid zero* dengan menggunakan perspektif manajemen kesan Erving Goffman dan komponen pengelolaan kesan Leary dan Kowalski. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi pada lima informan generasi Z di Bandar Lampung, sedangkan analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *grid zero* merupakan bentuk pengelolaan kesan yang bersifat reflektif, preventif, dan strategis. Seluruh informan memaknai *feed* Instagram sebagai ruang yang permanen, terbuka, dan rawan penilaian sosial, sehingga mereka melakukan praktik *grid zero*. Dari sisi motivasi, nilai yang paling konsisten dikejar merupakan kenyamanan emosional, rasa aman, dan konsistensi identitas. Dari sisi konstruksi, konsep diri masing-masing informan menjadi pedoman utama dalam menentukan batas representasi diri, di mana kelima informan tetap mengonstruksi identitas secara selektif melalui fitur yang dianggap lebih aman seperti *story*, *highlights*, dan foto profil. Temuan ini memperluas pemahaman bahwa pengelolaan kesan dapat berwujud pengurangan representasi di ruang publik digital.

**Kata kunci:** *grid zero*, kesan, Instagram

## **ABSTRACT**

### **IMPRESSION MANAGEMENT IN GRID ZERO PRACTICES ON INSTAGRAM AMONG GENERATION Z**

**By**

**DWINA RAHMADITYA AZZAHRA**

*The rise of Instagram has brought about significant changes in how individuals present themselves in the digital public sphere. Among generation Z a phenomenon known as grid zero has emerged the practice of intentionally clearing one's Instagram feed while still actively using the account. This grid zero practice among Generation Z on Instagram reflects a shift in how users manage their public image, as they consciously control how they are perceived on social media. This study aims to understand how Generation Z manages impressions through the practice of grid zero by applying Erving Goffman's perspective on impression management and the components of impression management proposed by Leary and Kowalski. This study employs a qualitative approach, with data collection conducted through interviews, observations, and documentation of five Generation Z informants in Bandar Lampung, while data analysis involves data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research findings indicate that the grid zero practice is a form of image management that is reflective, preventive, and strategic. All informants perceive Instagram feeds as a permanent, open space that is vulnerable to social judgment, which is why they engage in the grid zero practice. In terms of motivation, the values most consistently pursued are emotional comfort, a sense of security, and identity consistency. From a construction perspective, each informant's self-concept served as the primary guide in determining the boundaries of self-representation, with all five informants continuing to construct their identities selectively through features they considered safer, such as stories, highlights, and profile photos. This finding expands our understanding that impression management can take the form of reduced self-representation in digital public spaces.*

**Key words:** *grid zero, impression, Instagram*

**PENGELOLAAN KESAN DALAM PRAKTIK *GRID ZERO* PADA MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN GENERASI Z**

**Oleh**

**DWINA RAHMADITYA AZZAHRA**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

Judul Skripsi

: **PENGELOLAAN KESAN DALAM PRAKTIK  
GRID ZERO PADA MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DI KALANGAN GENERASI Z**

Nama Mahasiswa

: **Dwina Rahmaditya Azzahra**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2216031008

Jurusan

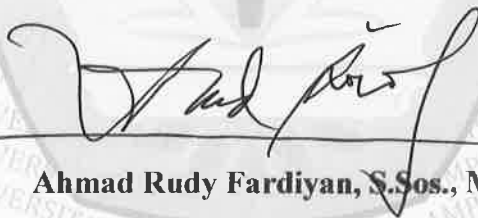
: Ilmu Komunikasi

Fakultas

: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**MENYETUJUI**

1. **Komisi Pembimbing**



**Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si**

NIP. 198105022008121002

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si**

NIP. 198109262009121004

**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si**



Penguji : **Dr. Abdul Firman Ashaf, S.IP., M.Si**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si**

NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 April 2026

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwina Rahmaditya Azzahra  
NPM : 2216031008  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jalan Angsana Blok A6 No.1/39, Beringin Raya,  
Kemiling, Bandar Lampung  
No. Handphone : 0895640662465

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengelolaan Kesan dalam Praktik *Grid Zero* Pada Media Sosial Instagram di Kalangan Generasi Z”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 27 April 2026  
Yang membuat pernyataan,



Dwina Rahmaditya Azzahra  
NPM 2216031008

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Dwina Rahmaditya Azzahra. Penulis merupakan anak ke-2 dari Bapak Hartono dan Ibu Titik Nurhalimah. Penulis dilahirkan di Bandar Jaya pada 28 Oktober 2003. Penulis mengawali pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Nurul Huda, Terusan Nunyai, Lampung Tengah dan lulus pada tahun 2010. Kemudian pendidikan Sekolah Dasar (SD) diselesaikan oleh penulis pada tahun 2016 di SDN 2 Bandar Agung, Terusan Nunyai, Lampung Tengah. Dilanjutkan dengan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang diselesaikan oleh penulis pada tahun 2019 di SMPIT Bustanul Ulum Lampung Tengah. Kemudian pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) diselesaikan oleh penulis pada tahun 2022 di SMAN 7 Bandar Lampung. Selanjutnya, penulis terdaftar sebagai mahasiswi S1 Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung pada tahun 2022 melalui jalur SNMPTN.

Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi Universitas Lampung selama 2 (dua) periode di bidang *Research and Development*. Selain itu, penulis juga berkesempatan mengikuti kegiatan MSIB (Magang dan Studi Independen Bersertifikat) dalam program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) di Bakrie Center Foundation pada divisi *Program Development*. Penulis juga telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada bulan Januari tahun 2025 di Desa Baru Ranji, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan.

## MOTTO

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”*

**(Q.S Al Baqarah: 286)**

*La ilaha illa anta subhanaka inni kuntu minaz-zhalimin*

Tidak ada Tuhan selain Engkau, Maha Suci Engkau, sesungguhnya aku adalah termasuk orang-orang yang zalim.

*You've got no reason to be afraid. You're on your own, kid. You can face this.*

**(Taylor Swift, *You're on Your Own Kid*)**

*“I will no longer go full throttle. Instead, I will walk slowly enjoying every steps of the journey. At my own pace, following my own rhythms”.*

**(Mark Lee)**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah rabbil'alamin. Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat, karunia, serta kemudahan yang diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Setiap proses yang dilalui tidak terlepas dari pertolongan dan izin-Nya. Penulis mempersembahkan karya ini kepada:

### **Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Mama**

Yang senantiasa menjadi sumber doa, kekuatan, dan motivasi terbesar dalam hidup penulis. Terima kasih atas kasih sayang yang tulus, pengorbanan yang tidak terhitung, serta kepercayaan yang selalu diberikan kepada penulis.

### **Untuk Diriku, Dwina Rahmadiyah Azzahra**

Yang telah berusaha, bertahan, dan menyelesaikan tanggung jawab ini hingga akhir. Terima kasih karena selalu berjuang dan tetap melangkah meskipun tidak selalu mudah.

### **Para Guru dan Dosen**

Yang telah membimbing, mendidik, dan memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga. Terima kasih atas kesabaran, arahan, serta dedikasi yang telah diberikan, sehingga penulis dapat sampai pada titik ini.

### **Serta, Almamater Tercinta, Universitas Lampung**

## SANWACANA

*Alhamdulillah* *rabbil'alamin*. Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT., atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “Pengelolaan Kesan dalam Praktik *Grid Zero* pada Media Sosial Instagram di Kalangan Generasi Z”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung dan selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan waktu, ilmu, dan membimbing penulis melalui kritik, saran, dan masukan yang membantu penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Abdul Firman Ashaf, S.IP., M.Si., selaku dosen penguji skripsi yang senantiasa terus memberikan saran dan masukan yang membangun kepada penulis untuk memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini agar lebih baik lagi.
6. Bapak Prayoga Ardhi Pratama, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing akademik penulis. Terima kasih telah senantiasa membimbing penulis dalam proses perkuliahan ini.

7. Kepada seluruh dosen, staff, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung yang telah banyak membantu penulis dalam proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Kepada Bapak dan Mama tercinta, tersayang, dan terkasih. Terima kasih telah senantiasa hadir di dalam tiap langkah kecil penulis. Doa-doa yang tak pernah putus, dukungan yang tak pernah surut, serta pelukan hangat yang selalu tersedia adalah kekuatan yang membuat penulis mampu berdiri dan melangkah lagi. Terima kasih karena telah percaya padaku, bahkan ketika aku sendiri masih belajar untuk percaya pada diriku. Terima kasih sudah selalu mendoakanku di setiap langkah yang aku tempuh. Kalian adalah alasan penulis berani melangkah lebih jauh, bermimpi lebih tinggi, dan tetap bertahan ketika keadaan tidak selalu sesuai keinginan. Setiap nasihat dan dukungan yang diberikan menjadi bekal berharga dalam setiap proses yang dijalani. Semoga Allah senantiasa menjaga Bapak dan Mama dalam kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan. Semoga setiap pencapaianku kelak selalu menjadi bagian kecil dari kebahagiaan yang bisa kuberikan untuk membalas cinta kalian.
9. Kepada Kakakku tersayang, Mbak Fira. Terima kasih sudah menjadi bagian penting dalam setiap proses hidup penulis. Hadirmu sangat berarti sebagai teman bertumbuh dan tempat berbagi cerita. Terima kasih untuk selalu ada, mendukung, menjaga, dan mendoakanku. Serta kepada Kakakku, Mas Nando. Terima kasih telah hadir dan menjadi bagian dari keluarga ini dengan begitu hangat. Terima kasih atas kebaikan, perhatian, dan dukungan yang selalu diberikan.
10. Kepada Keponakanku, Adek Ania. Terima kasih sudah hadir dan membawa kebahagiaan yang begitu tulus. Senyummu yang polos, tawamu yang kecil, dan tatapan matamu yang penuh rasa ingin tahu selalu berhasil membuat hari-hari terasa lebih ringan.
11. Kepada Keluargaku yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang selalu mengalir tanpa pernah terasa kurang.

12. Kepada Alhamdulillah Genk (Tika, Flo, Ripka, Pia, Kevin, Woko, Ridho, Tio, Kenan, Nick, Halim), teman semasa perkuliahan penulis yang terus mendukung penulis hingga saat ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan akademik yang penuh cerita, proses, dan pembelajaran. Terima kasih telah menjadi sumber tawa bagi penulis ketika dunia penulis terasa berat. Terima kasih telah menjadi teman seperjuangan sejak hari-hari pertama kita duduk sebagai mahasiswa. Terima kasih sudah menjadi tempat penulis berkeluh kesah. Perjalanan kuliah ini menjadi terasa lebih ringan dan bermakna.
13. Kepada Warga Venuz (Intan, Tata, Nanda, Adis, Nomeh), teman penulis dari masa SMP hingga saat ini yang sudah penulis anggap seperti keluarga sendiri. Kalian bukan hanya saksi perjalanan tumbuh penulis, tetapi juga bagian penting di dalamnya. Setiap tawa, perdebatan kecil, dan dukungan yang diberikan menjadi kenangan yang tak tergantikan. Terima kasih karena selalu ada, menjaga, dan menerima penulis apa adanya. Semoga persahabatan ini terus terjaga, semakin dewasa, dan tetap menjadi ruang pulang yang tidak lekang oleh waktu.
14. Kepada Geprek Kitha (Regina, Tatah, Halim, Tika, Flo, Woko), teman penulis yang hadir di sela semester lima penulis. Terima kasih karena datang di waktu yang mungkin tidak direncanakan, tetapi menjadi salah satu bagian yang berkesan dalam perjalanan ini. Terima kasih atas waktu dan candaan kalian yang tidak pernah terlupakan. Semoga kalian selalu dikelilingi oleh kebaikan.
15. Kepada Pasien Niki (Zavira, Aya, Regina), teman penulis yang hadir di sela semester empat penulis. Terima kasih karena selalu mendengarkan menguatkan, dan mendukung setiap langkah penulis dengan penuh perhatian. Semoga persahabatan ini tetap terjaga, tetap saling menguatkan, dan terus menjadi ruang yang hangat untuk bertumbuh bersama.
16. Kepada Ruang Pemimpi, terutama batch 11 (Isa, Naput, Natul, Nazar, Angel, Dea, Joy, Bang Azmi, Ratu, Shiva, Faiz, Evan, Ali, Grey, Latifah, Ashila, dan seluruh fasilitator lain), terima kasih atas tawa, tangis, cerita, dan kehangatan yang kita bagi bersama. Terima kasih telah menjadi

keluarga kecil yang hadir di tengah proses penyusunan skripsi ini dan mengajarkan arti kehangatan dan kebersamaan. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan singkat menggapai mimpi di dinginnya lereng selatan Gunung Pesawaran. Semoga Ruang Pemimpi selalu menjadi rumah bagi lahirnya mimpi-mimpi besar dan batch 11 tetap menjadi bagian dari cerita indah yang selalu penulis kenang dengan hangat.

17. Kepada Teman-Teman Bidang *Research and Development* 2023 & 2024, terima kasih telah memberikan pengalaman dan pembelajaran penuh bagi penulis. Terima kasih atas seluruh waktu candaan yang kita ukir selama periode pengurusan. Semoga kalian selalu mengukir jejak lebih tinggi dan dapat menggapai mimpi kalian masing-masing.
18. Kepada Teman-Teman MSIB Bakrie Center Foundation, terutama divisi *Program Development* yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kerja sama yang telah diberikan selama magang dan terima kasih atas canda tawa yang membersamai hari-hari penulis selama magang.
19. Kepada KKN Baru Ranji Periode I 2025 (Elvina, Anjani, Rachman, Eka, Tegar, Corry), terima kasih atas seluruh kenangan yang telah kita ciptakan bersama dan tawa penuh candaan yang muncul di tengah lelah. Empat puluh hari merupakan perjalanan yang mengajarkan banyak hal tentang kebersamaan.
20. Kepada Angkatan Ilmu Komunikasi 2022, terima kasih atas seluruh kebersamaan yang diberikan selama menjalani perkuliahan. Terutama kepada Oriza, Uci, Judith, Vrily, terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan penulis di semester akhir ini. Semoga kalian bahagia selalu.
21. Kepada seluruh pihak yang telah terlibat dan memberikan dukungan. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bentuk bantuan, doa, perhatian, serta kontribusi yang diberikan selama proses ini berlangsung. Setiap dukungan, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat, memiliki peran penting dalam membantu penulis menyelesaikan setiap tahapan dengan baik.

22. *Last but not least*, kepada diriku sendiri, Dwina Rahmaditya Azzahra. Terima kasih kepada diri ini yang telah berproses panjang dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena tidak menyerah selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena tetap berusaha, tetap belajar, dan tetap berjalan sampai akhirnya bisa sampai di titik ini. Terima kasih atas ketekunan, kesabaran, serta keberanian untuk terus melangkah. Perjalanan ini bukanlah hal yang mudah, namun diri ini memilih untuk tidak menyerah. Semua usaha, waktu, dan tenaga yang diberikan akhirnya membawa penulis sampai pada penyelesaian skripsi ini. Pada akhirnya semua kerja keras yang diberikan telah terbayarkan. *You did great, tya!*

Bandar Lampung, 28 Maret 2026

Penulis

Dwina Rahmaditya Azzahra

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Kerangka Pikir .....	7
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Pustaka.....	13
2.2.1 Media Baru .....	13
2.2.2 Media Sosial .....	14
2.2.3 Instagram dan <i>Feed</i> .....	16
2.2.4 Perilaku Generasi Z di Instagram .....	17
2.2.5 <i>Grid Zero</i> .....	19
2.3 Kajian Teori .....	20
2.3.2 Manajemen Kesan.....	20
2.3.3 Komponen Pengelolaan Kesan .....	22
2.3.3.1 Motivasi Pengelolaan Kesan .....	23
2.3.3.2 Konstruksi Pengelolaan Kesan.....	27
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	33
3.2 Fokus Penelitian .....	33
3.3 Lokasi Penelitian.....	34
3.4 Penentuan Informan .....	34
3.5 Sumber Data.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36

3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.8 Uji Keabsahan Data.....	38
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Profil Informan.....	40
4.2 Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Pola Penggunaan Instagram Generasi Z dalam Praktik <i>Grid Zero</i> .....	44
4.2.2 Manajemen Kesan dalam Praktik <i>Grid Zero</i> .....	53
4.2.3 Motivasi Pengelolaan Kesan dalam Praktik <i>Grid Zero</i> .....	67
4.2.4 Konstruksi Pengelolaan Kesan dalam Praktik <i>Grid Zero</i> .....	92
4.3 Pembahasan.....	139
4.3.1 Konseptualisasi <i>Grid Zero</i> dalam Penggunaan Instagram Generasi Z	140
4.3.2 Manajemen Kesan dalam Praktik <i>Grid Zero</i> pada Media Sosial Instagram .....	143
4.3.3 Praktik <i>Grid Zero</i> dalam Komponen Pengelolaan Kesan.....	149
4.3.3.1 Dinamika Motivasi dalam Pengelolaan Kesan Pengguna Instagram dalam Praktik <i>Grid Zero</i> .....	150
4.3.3.2 Praktik <i>Grid Zero</i> sebagai Bentuk Konstruksi Pengelolaan Kesan .....	157
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>165</b>
5.1 Kesimpulan .....	165
5.2 Saran.....	166
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>167</b>

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	9
<b>Tabel 3. 1</b> Informan Penelitian .....	37

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1. 1</b> Kerangka Pikir .....	8
<b>Gambar 2. 1</b> Tampilan <i>Grid Zero</i> .....	19
<b>Gambar 4. 1</b> Tampilan Akun Instagram ANR.....	41
<b>Gambar 4. 2</b> Tampilan Akun Instagram SF .....	41
<b>Gambar 4. 3</b> Tampilan Akun Instagram MA.....	42
<b>Gambar 4. 4</b> Tampilan Akun Instagram SW .....	43
<b>Gambar 4. 5</b> Tampilan Akun Instagram FD .....	43
<b>Gambar 4. 6</b> Bagan Pola Penggunaan Instagram dalam <i>Grid Zero</i> .....	52
<b>Gambar 4. 7</b> <i>Screenshot</i> Profil Instagram MA .....	70
<b>Gambar 4. 8</b> <i>Screenshot</i> Profil Instagram FD .....	73
<b>Gambar 4. 9</b> Bagan Pemaknaan Informan Terhadap Tujuan Praktik <i>Grid Zero</i> . 74	
<b>Gambar 4. 10</b> Komentar pada Unggahan FD .....	80
<b>Gambar 4. 11</b> Bagan Nilai atau Hasil yang Diinginkan Praktik <i>Grid Zero</i> .....	81
<b>Gambar 4. 12</b> <i>Screenshot</i> Profil Instagram ANR .....	83
<b>Gambar 4. 13</b> Unggahan <i>Story</i> SW .....	87
<b>Gambar 4. 14</b> Unggahan <i>Tagged Post</i> FD.....	90
<b>Gambar 4. 15</b> Bagan Kesenjangan Citra Sosial.....	91
<b>Gambar 4. 16</b> Unggahan <i>Story</i> ANR.....	94
<b>Gambar 4. 17</b> <i>Highlight</i> ANR .....	95
<b>Gambar 4. 18</b> Hasil <i>Repost</i> dan <i>Tagged Posts</i> SW.....	100
<b>Gambar 4. 19</b> Bagan Konsep Diri sebagai Dasar Praktik <i>Grid Zero</i> .....	103
<b>Gambar 4. 20</b> Bagan Bentuk Identitas yang Dipertahankan dan yang Dihindari dalam Praktik <i>Grid Zero</i> .....	114
<b>Gambar 4. 21</b> Hasil <i>Repost</i> SF .....	117
<b>Gambar 4. 22</b> Bagan Pembatasan Peran dalam Praktik <i>Grid Zero</i> .....	122

<b>Gambar 4. 23</b> Bagan Pertimbangan Nilai dan Harapan Audiens .....	131
<b>Gambar 4. 24</b> Pemaknaan Citra Sosial Saat Ini atau Potensial .....	139
<b>Gambar 4. 25</b> Bagan Motivasi Pengelolaan Kesan .....	157
<b>Gambar 4. 26</b> Bagan Konstruksi Pengelolaan Kesan .....	164

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media sosial semakin populer akhir-akhir ini dan menjadi kebutuhan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Kehadirannya melahirkan dimensi baru dalam kehidupan sosial di masyarakat, di mana setiap orang dapat terhubung satu sama lain, menyampaikan pendapat, dan mengekspresikan dirinya dengan bebas. Dalam konteks ini, media sosial telah menjadi ruang publik baru di dunia maya di mana individu dapat menunjukkan dirinya kepada orang lain dengan mudah. Dewasa ini, platform media sosial yang berkembang populer dan banyak digunakan oleh generasi Z yaitu Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang berfungsi bagi para penggunanya untuk dapat membagikan informasi mereka kepada para pengikutnya dan menjadi lebih dekat dengan hal-hal yang mereka minati dengan mengikuti suatu akun.

Para pengguna Instagram mayoritas membuka akun Instagram miliknya untuk membagikan foto atau video yang mereka miliki untuk memenuhi kepuasan dirinya. Instagram memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk berekspresi dalam konten visual. Instagram merupakan platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto, mengambil foto, menerapkan efek filter, lalu dibagikan kepada para pengikutnya di layanan tersebut (Hasibuan, 2022). Dengan demikian, Instagram memberikan ruang bagi penggunanya untuk berinteraksi dan berekspresi dengan membagikan foto atau video kepada khalayak. Hal ini menarik bagi para generasi Z karena kebebasan berekspresi tersebut membuat seseorang menjadi lebih cenderung untuk menunjukkan eksistensinya kepada khalayak (Syahrul dkk., 2024).

Kebutuhan akan Instagram mengharuskan seseorang untuk mengabadikan dirinya dengan mendokumentasikan foto dan video yang disertai dengan deskripsinya. Kebutuhan tersebut akan terus tumbuh seiring dengan berbagai keinginan untuk menunjukkan eksistensinya di lingkungan sekitar. Hal ini juga berkaitan terkait eksistensi diri dan cara orang tersebut menunjukkan citra dirinya di platform populer seperti Instagram. Hadirnya platform Instagram di tengah-tengah kehidupan masyarakat menyebabkan masyarakat mengalami perubahan perilaku dalam mengekspresikan dirinya melalui konten visual yang mereka bagikan (Prasetyani, 2019).

Sejak lahir, generasi Z sudah dihadirkan langsung dengan dunia yang dipenuhi oleh digitalisasi teknologi. Hal ini tentu berdampak pada karakteristik kebiasaan generasi Z yang pada akhirnya menciptakan suatu budaya melalui media sosial (GoodStats, 2024). Data yang diperoleh dari We Are Social memaparkan hasil bahwa Instagram mendominasi preferensi generasi Z dalam memilih platform media sosial. Hal ini melampaui platform media sosial lain seperti WhatsApp dan juga Facebook. Instagram juga dilaporkan telah menjadi mesin pencari baru bagi generasi Z yang setara seperti mesin pencari Google. Data juga menunjukkan bahwa generasi Z merupakan pengguna jejaring sosial Instagram terbesar tahun lalu, yakni mencapai 81% dari total penggunanya. Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan semakin mudahnya akses terhadap internet, kecenderungan generasi Z dalam memanfaatkan waktu luang diperkirakan akan terus mengalami perkembangan. Media sosial tetap menjadi sarana utama bagi generasi Z untuk mencari hiburan, berinteraksi, serta memperoleh informasi (GoodStats, 2025).

Generasi Z sebagai pengguna aktif platform Instagram memperlihatkan perilaku mereka yang unik ketika mengelola akun Instagram yang mereka miliki. Perilaku unik tersebut menciptakan tren-tren baru yang berkembang di kalangan generasi Z pengguna Instagram. Sebuah tren baru-baru ini

berkembang dengan sangat pesat, di mana banyak pengguna Instagram terutama generasi Z yang mengadopsi tren “*grid zero*”, di mana akun Instagram yang mereka gunakan sebagai platform komunikasi tidak memiliki foto maupun video yang tersedia pada *feed* nya. Secara umum, pengguna cenderung enggan untuk mengikuti akun yang tidak menampilkan identitas visual seperti unggahan foto. Namun, dalam konteks yang ada, *feed* kosong justru menjadi salah satu tren berkembang cukup populer di kalangan generasi Z pengguna Instagram (Ramayanti, 2023).

Selama ini Instagram selalu dikenal sebagai situs media sosial tempat pengguna dapat mempublikasikan gambar dan video yang menggambarkan berbagai aktivitas mereka sehari-hari. Namun, hadirnya tren *grid zero* menyebabkan munculnya halaman profil pengguna yang kosong. Hal ini tentu menciptakan kesan yang berbeda dengan halaman yang kosong tersebut. Pada dasarnya, *grid zero* merujuk pada praktik mengosongkan tampilan feed di akun Instagram, sehingga yang terlihat hanyalah notifikasi “*No posts yet*”. Tindakan tersebut merefleksikan pilihan sadar pengguna untuk menghapus ataupun mengarsipkan seluruh unggahan yang pernah dipublikasikan di platform tersebut sebelumnya.

Dalam beberapa waktu terakhir, tren *grid zero* di kalangan generasi Z berkembang semakin populer. Munculnya ini mencerminkan bahwa generasi Z tengah memikirkan kembali cara mereka berinteraksi dan membangun keterhubungan di media sosial (Tempo, 2024). Tren *grid zero* sendiri dipandang sebagai suatu taktik atau cara untuk melawan tekanan sosial yang selalu menuntut kewajiban untuk tampil sempurna di media sosial. Beberapa pengguna juga menganggap bahwa tindakan mengosongkan *feed* utama dapat memberikan rasa kebebasan, khusus, dan bahkan kesan yang istimewa dan misterius (Teknologi.id, 2024).

Praktik ini sebagai bentuk ekspresi diri yang terlihat jauh berbeda dari kebiasaan umum generasi Z dalam mengunggah kontennya. Beberapa

generasi Z juga memilih untuk tidak menunjukkan foto mereka ke publik, karena mereka takut akan adanya dampak negatif di masa mendatang apabila informasi personal mereka dibagikan secara luas. *grid zero* diartikan oleh sebagian orang sebagai cara untuk mencegah pengungkapan informasi pribadi. Di sisi lain, beberapa orang menganggap menjaga tampilan *feed* yang rapi dan berisi gambar pribadi tidak lagi penting. Dibandingkan dengan *feed* utama, remaja biasanya menghabiskan lebih banyak waktu di Instagram *Stories* dan pesan langsung (DM). Kedua elemen ini menyediakan cara yang lebih langsung, sementara, dan intim bagi pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain dibandingkan *feed* permanen (Mashable, 2024).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ramayanti (2023) berjudul “Makna Penggunaan *Feed* Instagram Kosong Pada Kalangan Mahasiswa Kota Tanjungpinang” menunjukkan hasil bahwa adanya *feed* kosong di Instagram tidak hanya dianggap sebagai tren semata oleh penggunanya, tetapi merupakan ekspresi dari ketidakpercayaan diri bagi sebagian pengguna yang pernah mengalami pengalaman buruk seperti *bullying* atau penipuan *online*. Tindakan tersebut dilakukan oleh pengguna sebagai respons terhadap dampak globalisasi yang cenderung menghilangkan batas-batas privasi, sehingga menjadi upaya untuk membatasi eksposur diri dalam ruang digital yang semakin terbuka. ini mencerminkan batasan yang ditimbulkan oleh arus globalisasi terhadap kehidupan pribadi dan juga merupakan salah satu cara baru dalam membangun identitas pribadi. Tindakan untuk mengosongkan *feed* Instagram bukanlah sekadar suatu tindakan biasa atau perilaku yang tidak memiliki makna apapun. Dalam konteks komunikasi, keputusan ini memiliki makna strategi yang simbolik dan dapat ditafsirkan sebagai suatu bentuk komunikasi non-verbal yang dilakukan dengan sengaja.

Penelitian terdahulu oleh Faridah dkk (2024) yang berjudul “Studi Fenomenologi Pengguna Instagram Dengan *Zero Post* Pada *Feed* di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon” menunjukkan hasil bahwa terdapat beberapa motif di balik pengguna Instagram melakukan

tindakan mengosongkan *feed* tersebut. Motif yang pertama yakni motif penyebab. Motif ini mengungkapkan bahwa alasan utama seseorang mengosongkan *feed* nya adalah karena standar estetika, pengalaman sebagai korban *bullying*, penyalahgunaan foto pribadi, dan pernah mengalami pelecehan seksual. Sedangkan, ditinjau dari motif tujuannya, pengguna mengungkapkan bahwa mereka ingin merasa lebih nyaman saat mengekspresikan dirinya melalui akun Instagram miliknya, mereka juga mengaku ingin membebaskan diri dari opini negatif dari pengikut yang tidak mereka kenali, serta mereka ingin terhindar efek dari penyakit ‘*ain*. Studi tersebut juga menemukan bahwa *feed* kosong memiliki makna yang berbeda-beda bagi tiap penggunanya. Hal tersebut dapat berupa makna dalam mengekspresikan emosi dan perasaan, menyembunyikan masalah pribadi, perilaku pasif, atau sekadar pengguna yang menikmati aktivitas penggunaan Instagram tanpa merasa perlu untuk berbagi informasi.

Dalam konteks tersebut, praktik *grid zero* dapat dipahami dan dimaknai melalui kerangka manajemen kesan (*impression management*) yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Goffman memandang bahwa individu secara aktif mengatur informasi tentang dirinya dalam interaksi sosial untuk membentuk kesan tertentu di mata orang lain. Pendekatan manajemen kesan tersebut menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan model *impression management* dari Leary dan Kowalski (1990) yang menjelaskan bahwa pengelolaan kesan terdiri atas dua proses utama, yaitu motivasi pengelolaan kesan dan konstruksi pengelolaan kesan. Berdasarkan uraian tersebut, *grid zero* dipahami dan dimaknai sebagai strategi pengelolaan kesan yang berkaitan erat dengan proses pembentukan identitas digital generasi Z.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus permasalahan yang telah ditentukan, peneliti kemudian merumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini: “Bagaimana pengelolaan kesan dalam praktik *grid zero* yang dilakukan oleh generasi Z di media sosial Instagram?”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan memaknai secara mendalam praktik *grid zero* yang dilakukan oleh generasi Z di media sosial Instagram.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dirumuskan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam upaya peningkatan kualitas pendidikan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi. Studi ini memperluas pemahaman tentang mekanisme yang digunakan individu untuk membangun, mengekspresikan, dan bahkan menahan diri dalam penampilan diri mereka di ruang digital. Praktik *grid zero* yang belum cukup diteliti dapat menjadi kerangka acuan baru untuk penelitian tentang interaksi simbolik, komunikasi digital, dan konstruksi identitas di media sosial.

#### b. Manfaat praktis

Penelitian ini secara praktis penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pengguna media sosial, terutama pengguna Instagram di kalangan generasi Z, mengenai dampak sosial dari perilaku digital yang dilakukan, termasuk keputusan untuk mengosongkan *feed* mereka. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi praktisi di bidang komunikasi, strategis konten, dan pengelola suatu media sosial untuk memahami pola ekspresi baru pengguna dan merumuskan strategi komunikasi yang lebih sesuai dengan dinamika digital yang terus berubah.

## 1.5 Kerangka Pikir

Kerangka pikir penelitian ini berangkat dari konteks penggunaan Instagram oleh generasi Z sebagai ruang utama dalam membangun dan mengelola identitas diri di era digital. Sebagai kelompok yang tumbuh bersama media sosial, generasi Z tidak hanya menggunakan Instagram sebagai sarana berbagi informasi dan visual, tetapi juga sebagai medium untuk mengatur bagaimana diri mereka dipersepsikan oleh orang lain.

Dalam praktiknya, muncul *grid zero*, yaitu kondisi ketika pengguna secara sadar memilih untuk mengosongkan atau meminimalkan unggahan pada *feed* mereka. Praktik ini mencerminkan adanya perubahan praktik menggunakan media sosial, di mana kehadiran di media sosial tidak selalu diwujudkan melalui aktivitas unggah konten, namun melalui pengendalian terhadap apa yang ditampilkan dan apa yang tidak ditampilkan di ruang publik digital.

Untuk memahami praktik tersebut, penelitian ini menggunakan perspektif manajemen kesan (*impression management*) dari Erving Goffman sebagai pisau analisis. Dalam konteks Instagram, praktik *grid zero* dapat dilihat sebagai strategi pengelolaan informasi yang sangat selektif, yakni apa yang ditampilkan maupun apa yang sengaja tidak ditampilkan menjadi bagian dari proses membentuk kesan tertentu di hadapan audiens digital.

Kerangka ini diperdalam melalui komponen pengelolaan kesan yang dikembangkan oleh Leary dan Kowalski (1990) yaitu motivasi pengelolaan kesan dan konstruksi pengelolaan kesan. Motivasi pengelolaan kesan menjelaskan alasan mengapa individu terdorong untuk memengaruhi persepsi orang lain. Sementara itu, konstruksi pengelolaan kesan menyoroti bagaimana individu memilih, membentuk, dan menampilkan citra diri yang ingin ditunjukkan kepada publik, termasuk keputusan untuk menyembunyikan atau membatasi konten pribadi melalui praktik *grid zero*.



**Gambar 1. 1** Kerangka Pikir  
(Sumber: Diolah Peneliti, 2025)

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian-penelitian terdahulu sebagai tolak ukur dalam membantu penulis menyusun penelitian ini. Dalam penelitian ini, penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar perbandingan untuk mempermudah dalam pengumpulan data. Penelitian-penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dan pembelajaran untuk memandu peneliti dalam melakukan penelitian ini.

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu

1.	Penulis	Nida Faridah, Ida Ri'aeni, dan Ririn Risnawati (2024)
	Judul Penelitian	Studi Fenomenologi Pengguna Instagram Dengan <i>Zero Post</i> Pada <i>Feed</i> Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan motif di balik penggunaan akun Instagram dengan <i>zero post</i> pada tampilan <i>feed</i> , khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon.
	Metode Penelitian	Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan studi fenomenologi
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa motif

		penyebab pengguna mengosongkan <i>feed</i> Instagram meliputi standar estetik, pengalaman <i>bullying</i> , kekhawatiran penyalahgunaan foto, dan pelecehan seksual. Sementara itu, motif tujuannya mencakup keinginan untuk merasa nyaman, terbebas dari opini negatif dan <i>followers</i> asing, serta keyakinan terhadap penyakit ' <i>ain</i> '.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian terdahulu menitikberatkan pada identifikasi berbagai motif di balik praktik <i>feed</i> Instagram kosong. Sementara itu, peneliti berfokus pada bagaimana pengguna gen Z mengelola kesan diri mereka melalui <i>grid zero</i> sebagai bagian dari pengelolaan kesan.
	Persamaan Penelitian	Kedua penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif dan berfokus pada praktik <i>feed</i> Instagram kosong ( <i>grid zero</i> ). Keduanya menelusuri alasan dan makna di balik tindakan tersebut yang tidak sekadar estetis, namun berkaitan dengan identitas dan pengalaman pengguna di media sosial.
	Kontribusi Penelitian	Pada penelitian ini memberikan kontribusi yang terletak pada pemetaannya terhadap alasan-alasan personal dan sosial di balik tindakan mengosongkan <i>feed</i> Instagram.
2.	Penulis	Puspita Ramayanti (2023)
	Judul Penelitian	Makna Penggunaan <i>Feed</i> Instagram Kosong Pada Kalangan Mahasiswa Kota Tanjungpinang
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk memahami

	makna simbolik di balik tren <i>feed</i> Instagram kosong yang dilakukan oleh mahasiswa di Kota Tanjungpinang.
Metode Penelitian	Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mengkaji makna penggunaan <i>feed</i> Instagram kosong pada kalangan mahasiswa kota Tanjungpinang.
Hasil Penelitian	Pada penelitian ini, simbol kekosongan pada <i>feed</i> Instagram tidak hanya dimaknai sebagai tren, tetapi merepresentasikan ketidakpercayaan diri akibat pengalaman negatif seperti <i>bullying</i> dan <i>skimming</i> . Selain itu, tindakan ini dipahami sebagai upaya membatasi dampak globalisasi yang mengaburkan privasi, serta strategi untuk membentuk citra dan identitas diri.
Perbedaan Penelitian	Penelitian terdahulu berfokus pada makna simbolik dari <i>feed</i> Instagram kosong dengan menggunakan pendekatan interaksionisme simbolik. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan komponen pengelolaan kesan dari Leary dan Kowalski yang mencakup motivasi dan konstruksi pengelolaan kesan.
Persamaan Penelitian	Kedua penelitian sama-sama membahas fenomena <i>feed</i> Instagram kosong sebagai bentuk representasi diri dan ekspresi identitas pengguna, khususnya di kalangan generasi muda, yang dipandang lebih dari sekadar tren visual.
Kontribusi Penelitian	Kontribusi penelitian ini terletak pada

		pemahamannya bahwa <i>feed</i> kosong bukan hanya tren estetika, melainkan simbol yang dimaknai secara sosial oleh pengguna.
3.	Penulis	Sarah Dwi Septiani (2023)
	Judul Penelitian	Manajemen Kesan <i>Korean Roleplayer</i> Pada Akun <i>Roleplay</i> di Media Sosial Twitter
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui melihat bagaimana <i>Korean Rolepkayer</i> membentuk manajemen kesan mereka di media sosial Twitter.
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif.
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menemukan bahwa dari komponen <i>impression motivation</i> para <i>Korean Roleplayer</i> hanya menampilkan satu fakto yaitu <i>goal-relevance impression</i> . Sedangkan, dalam komponen <i>impression construction</i> para <i>Korean Roleplayer</i> hanya ditemukan tiga faktor, yaitu <i>self concept, desired and undesired identity</i> , dan <i>role constraints</i> . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen kesan yang dilakukan oleh <i>Korean Roleplayer</i> bertujuan untuk menampilkan kesan tersendiri di mata para pengikutnya yang sesame <i>roleplayer</i> .
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menitikberatkan pada praktik manajemen Kesan <i>Korean Roleplayer</i> di Twitter. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengkaji manajemen kesan pada praktik <i>grid zero</i>

		yang dilakukan pengguna Instagram.
	Persamaan Penelitian	Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan konsep komponen manajemen kesan dari Leary dan Kowalski (1990) untuk mengkaji permasalahan yang diangkat.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini berkontribusi dalam menambah literatur mengenai manajemen kesan dari <i>Korean Roleplayer</i> dalam menggunakan media sosial Twitter.

## 2.2 Kajian Pustaka

### 2.2.1 Media Baru

Media baru memiliki karakteristik yang membedakannya dengan media konvensional, yaitu kemampuan untuk saling terhubung secara luas, kemampuan untuk menjangkau individu sebagai pengirim dan penerima pesan, memiliki tingkat interaktivitas yang tinggi, dan memiliki banyak fungsi yang beragam karena sifatnya terbuka. Selain itu, media baru juga memiliki kemampuan teknologi yang canggih, hal ini ditunjukkan dengan bagaimana media baru dapat menyampaikan informasi melalui jaringan kabel atau satelit sehingga tidak terganggu adanya hambatan komunikasi oleh pemancar siaran (McQuail, 2011).

McQuail (2011) dalam bukunya juga membagi media baru menjadi 4 kategori, yaitu:

1. Media komunikasi interpersonal yang meliputi email, *smartphone*, dan telepon.
2. Media bermain interaktif yang meliputi komputer.
3. Media pencarian informasi yang meliputi *search engine*. Media partisipasi kolektif seperti internet dapat menyebabkan banyak orang dengan mudah berbagi informasi yang dimilikinya.

Internet memiliki karakteristik yang mudah untuk digunakan dan akses

yang tidak rumit tanpa perlu lagi menggunakan komputer untuk mengaksesnya, karena saat ini dapat diakses melalui *smartphone*, perangkat android, tablet, dan lain sebagainya. Praktik *grid zero* tidak dapat dilepaskan dari karakteristik media baru yang memungkinkan pengguna mengontrol penuh jejak digital dan tampilan diri mereka. Dalam konteks ini, pengguna bukan hanya mengonsumsi media, namun aktif melakukan proses kurasi identitas secara strategis dan selektif.

### 2.2.2 Media Sosial

Menurut Qadir (2024) media sosial adalah platform berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi, berkomunikasi, dan membagikan berbagai konten yang interaktif, seperti teks, foto, video, dan musik. Media sosial sering dianggap sebagai alat komunikasi yang memungkinkan orang untuk membuat dan mengonsumsi konten. Penggunaan telepon pintar dengan koneksi internet adalah salah satu cara utama untuk mengakses media sosial. Saat ini, ada banyak sekali situs media sosial yang terkenal, meliputi Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, YouTube, dan lain-lain. Media sosial dapat memiliki berbagai bentuk, termasuk forum *online*. Dengan demikian, Rulli Nasrullah dalam (Puspitarini dan Reni, 2019) melakukan pembagian media sosial menjadi enam bagian, sebagai berikut:

#### 1. Media Jejaring Sosial (*Social Network*)

Ciri utama yang dapat dilihat dari jejaring sosial adalah setiap pengguna dapat membuat suatu hubungan pertemanan, di mana mereka dapat berinteraksi dengan pengguna yang sudah mereka kenal ataupun membuat hubungan pertemanan yang baru dan memungkinkan mereka untuk berinteraksi secara rutin di dunia nyata (di luar internet). Jejaring sosial yaitu salah satunya Facebook. Facebook sendiri merupakan sebuah platform media sosial yang berfungsi secara utama untuk membagikan konten pengguna, seperti profil pengguna, pendapat, maupun aktivitas penggunaannya.

#### 2. Blog

Rulli Nasrullah mengungkapkan bahwa blog merupakan suatu media sosial yang berfungsi untuk memposting aktivitas sehari-hari, bertukar komentar, berbagi tautan, bertukar informasi, dan lainnya.

### 3. Microblogging

Platform media sosial yang disebut “microblogging” berfungsi untuk memposting dan berbagi pemikiran dan aktivitas mereka. Kehadiran situs jejaring sosial ‘Twitter’, yang menyediakan ruang pribadi untuk menulis 140 karakter menyebabkan microblogging.

### 4. Media Berbagi (Media *Sharing*)

Media berbagi merupakan jenis platform media sosial dirancang untuk memungkinkan pengguna berbagi jenis konten, termasuk dokumen, gambar, audio, video, dan lainnya. YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok adalah beberapa situs kategori ini.

### 5. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda sosial merupakan jenis platform media sosial yang berfungsi untuk mengorganisasi, mengelola, menyimpan, serta memfasilitasi pencarian informasi atau berita tertentu secara daring.

### 6. Media Konten Bersama (Wiki)

Wiki, nama lain dari media konten bersama, adalah platform media sosial di mana kerja sama pengguna menghasilkan konten. Situs ini mirip dengan ensiklopedi atau kamus, namun wiki sendiri menyediakan definisi, informasi historis, bahkan referensi buku atau tautan mengenai satu kata tertentu kepada penggunanya.

Media sosial mengintegrasikan aspek-aspek penting dari media baru, termasuk koneksi, konvergensi, serta kemampuan penggunaannya untuk melakukan produksi dan distribusi informasi secara langsung oleh pengguna, ke dalam aktivitas sehari-hari. Media sosial adalah salah satu wujud paling relevan dari media baru yang digunakan oleh generasi Z untuk membentuk citra diri mereka, khususnya dalam praktik *grid zero*.

### 2.2.3 Instagram dan *Feed*

Instagram didirikan pada bulan Oktober 2010 oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom. Instagram adalah media sosial yang berfungsi bagi penggunanya untuk mengambil foto atau video, menambahkan filter digital, dan mengunggahnya ke Instagram dan situs media sosial lainnya. Melalui Instagram, para penggunanya dapat mempublikasikan konten dan membagikan informasi dengan cepat karena terkoneksi dengan jaringan internet (Nainggolan dkk., 2018).

Salah satu fitur Instagram yang unggul adalah *feed*. *Feed* Instagram merujuk pada foto yang ditampilkan di halaman profil pengguna yang akan muncul saat mengunjungi profil seseorang. Selain berperan sebagai wadah untuk menampilkan konten, *feed* juga memiliki fungsi strategis dalam membentuk citra diri dan identitas pengguna di ruang digital. Khususnya, *feed* membantu membangun identitas, menarik audiens, dan meningkatkan tingkat interaksi (Oktarestiyanti, 2019).

*Feed* menjadi kesan pertama bagi pengguna, karena setiap pengguna lain yang mengunjungi profil seseorang maka akan melihat tampilan *feed* yang ada pada halaman profil tersebut. *Feed* tidak hanya menarik perhatian tetapi juga membantu menyampaikan citra yang ingin dibangun dengan jelas. *Feed* bukan hanya tempat penyimpanan konten, tetapi *feed* juga memainkan peran strategis dalam beberapa aspek. Bagi sebagian pengguna, *feed* adalah sarana untuk mengekspresikan diri, mengabadikan momen dalam hidup mereka, atau cara untuk membangun identitas pribadi (Kompas, 2024).

*Feed* memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan Instagram karena fitur inilah yang menjadi inti dari pengalaman pengguna dalam membangun dan menampilkan identitas diri secara visual. *Feed* Instagram adalah salah satu medium yang efektif dalam menyampaikan pesan nonverbal yang kuat dan bermakna, melalui

elemen visual yang ditampilkan. Tidak seperti fitur *stories* atau video pendek yang bersifat sementara dan cepat hilang, *feed* merupakan sarana utama untuk mengekspresikan citra digital pengguna. Desain unggahan yang berpola *grid* memungkinkan setiap pengguna untuk membangun profil mereka secara estetis, strategis, dan bijaksana. Oleh karena itu, *feed* sering kali berfungsi sebagai ajang ekspresi diri yang menunjukkan bagaimana audiens ingin dipersepsikan. Dengan demikian, pengguna memilih dan mengkurasi bagian-bagian dari kehidupan mereka yang ingin untuk dibagikan kepada audiens mereka di Instagram.

#### **2.2.4 Perilaku Generasi Z di Instagram**

Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini merupakan generasi pertama yang tumbuh dan berkembang seiring pesatnya perkembangan teknologi. Generasi Z adalah generasi yang tumbuh besar dengan pesatnya digitalisasi dan tertarik pada platform seperti Instagram karena menyediakan tempat bagi mereka untuk memenuhi kebutuhan akan kelangsungan hidup, aktualisasi diri, dan pengakuan sosial. Sebagian besar generasi Z menggunakan internet untuk bermain media sosial atau aktivitas *online* lainnya. Dibandingkan dengan bermain di luar dan berinteraksi dengan orang lain, generasi Z biasanya lebih menyukai kegiatan di dalam ruangan. Hal ini dikarenakan kegemaran mereka dalam menggunakan teknologi.

Instagram menjadi platform utama yang digunakan oleh hampir seluruh generasi Z. Media ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi konten sehari-hari, tetapi juga telah menjadi ruang penting untuk membangun identitas digital dan mengekspresikan diri. Oleh karena itu, penggunaan Instagram oleh generasi Z dapat dipahami sebagai tindakan strategis dalam menampilkan citra diri di ruang digital. Selain itu, perilaku generasi Z di Instagram sangat dipengaruhi oleh estetika visual

dan umpan balik dari publik. Instagram memainkan peran sentral dalam proses pembentukan identitas diri generasi ini. Hubungan mereka dengan media sosial sangat kompleks dan saling terkait, sehingga memberikan pengaruh mendalam pada cara mereka mengenali diri sendiri dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar (Sikumbang dkk., 2024).

Menurut para peneliti, keberadaan Instagram dapat berdampak pada masyarakat, terutama generasi Z, yang menggunakan platform tersebut untuk mempublikasikan berbagai aktivitas pribadi. Generasi Z sangat menyadari kekuatan dan kelemahan mereka sendiri dalam hal mengekstensikan dirinya. Selain mengunggah banyak konten melalui Instagram, mereka juga dapat memperoleh informasi, memanfaatkan Instagram sebagai peluang bisnis, dan menjadikan Instagram sebagai sarana pengembangan diri. Selain itu, generasi ini juga secara aktif mengelola citra publik mereka dengan menjaga penampilan di ruang digital dan memanfaatkan Instagram sebagai sarana ekspresi pribadi (Tanjaya dan Agustrijanto, 2022).

Selain itu, penggunaan Instagram mengubah cara berpikir dan perilaku pengguna, terutama dalam hal pilihan gaya hidup, tren mode, dan kebiasaan konsumsi. Generasi Z sering menggunakan platform ini untuk mendapatkan saran, mengikuti tren mode dan gaya hidup yang populer, untuk mengambil keputusan, seperti tujuan perjalanan dan perencanaan acara. Sebaliknya, perilaku generasi Z di Instagram sangat dipengaruhi oleh kebutuhan akan pengakuan sosial. Hal ini terlihat dari keinginan mereka untuk mendapatkan tanggapan dari pengguna, seperti suka, komentar, dan interaksi, yang pada akhirnya membentuk kepercayaan diri dan penilaian diri mereka di lingkungan digital (Nurbaya & Arifin, 2016).

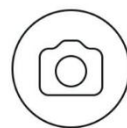
Dengan demikian, pola perilaku generasi Z di Instagram dapat

dipahami melalui beberapa kecenderungan utama, yaitu memanfaatkan platform untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas digital, membina interaksi sosial melalui fitur-fitur komunikasi yang tersedia, mengikuti tren budaya populer yang berkembang, serta mencari validasi sosial dari lingkungan digital mereka.

### 2.2.5 *Grid Zero*

Praktik *grid zero* di Instagram merujuk pada tindakan pengguna yang menghapus, mengarsipkan, atau tidak membagikan unggahan apa pun di halaman utama profil mereka, sehingga tampilan *grid* kosong. Istilah *grid zero* dikenalkan pada bulan April 2023 oleh Bobby Allyn, yaitu seorang reporter teknologi dari NPR.org. Bobby memperkenalkan istilah tersebut di Los Angeles, bersama dengan Jacob Giancola, seorang produser musik yang juga memperkenalkan *grid zero* di Instagram.

Instagram memiliki fungsi menjadi sebuah media komunikasi bagi para penggunanya, yang mana pengguna dapat berbagi pesan melalui postingan maupun melalui teks sehingga bisa terbuka dan terhubung dengan pengguna lainnya. Namun, sejak tahun 2022 praktik *grid zero* marak terjadi pada kalangan generasi Z. Praktik ini mencerminkan kesadaran individu atas ekspresi mereka di ruang digital.



**No posts yet**

**Gambar 2.1** Tampilan *Grid Zero*

Hal ini memperlihatkan bahwa aktivitas media sosial tidak selalu tentang aktivitas mengunggah yang tinggi dan paparan berlebihan. Sebaliknya, *feed* yang kosong merepresentasikan cara baru dalam mengelola kehadiran di dunia digital dan mengekspresikan identitas seseorang secara sadar. *Grid zero* menjadi simbol dari fase transisi atau reset dalam identitas digital pengguna. Tindakan ini sering dilakukan untuk menandai perubahan tertentu dalam hidup, menghapus masa lalu yang tidak relevan, atau menciptakan ruang baru yang lebih sesuai dengan citra diri saat ini.

## 2.3 Kajian Teori

### 2.3.2 Manajemen Kesan

Manajemen kesan (*impression management*) atau presentasi diri merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh individu untuk menampilkan citra diri yang mereka inginkan. Individu secara alami menginginkan agar orang lain memandang mereka secara positif saat berinteraksi dengan mereka. Berbagai upaya dilakukan oleh individu untuk membangun citra dirinya agar orang lain memandang mereka sebagai individu yang baik. Hal ini menjadi suatu proses di mana individu dapat mengendalikan aspek internalnya untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu mendapatkan penilaian positif dari orang lain (Annisa, 2024).

*Impression management* atau pengelolaan kesan adalah sebuah tindakan individu yang melakukan presentasi diri untuk mencapai kesan yang diharapkan. Dalam perspektif dramaturgi, kehidupan dipandang sebagai sebuah panggung teater, di mana interaksi sosial menyerupai pertunjukan yang menampilkan berbagai peran yang dimainkan oleh para aktor. *Impression management* secara umum diartikan sebagai presentasi diri (*self-presentation*), di mana aktor memproyeksikan citra dirinya dengan mengelola kesan sesuai tujuan

yang ingin dicapai. Proses pengelolaan kesan ini sangat penting agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Dalam kerangka dramaturgi, dunia manusia dipersamakan dengan dunia teater, di mana kehidupan dipahami sebagai serangkaian pertunjukan yang dijalankan individu melalui peran-peran yang mereka mainkan dalam interaksi sehari-hari (Minandra & Fatmawati, 2023).

Goffman mengemukakan bahwa manusia adalah aktor di panggung kehidupan, dan *setting* latar yang ingin ditunjukkan tersebut dibangun oleh individu itu sendiri. Oleh karena itu, dalam kehidupan panggungnya manusia akan menunjukkan ekspresi jati diri yang sebenarnya. Bagi Goffman, presentasi diri berkontribusi dalam memudahkan individu untuk memperoleh apa yang diinginkan dan membantu membentuk citra diri yang sesuai dengan keinginannya.

Praktik *grid zero* di Instagram, yakni kondisi ketika individu menghapus seluruh unggahan dan membiarkan *feed* kosong, dapat dipahami melalui kerangka presentasi diri. Pada satu sisi, keputusan untuk menampilkan *feed* kosong merupakan sebuah strategi simbolik yang secara tidak langsung memberikan makna tertentu. Dengan tidak menghadirkan konten visual, individu justru menegaskan presentasi dirinya melalui ketiadaan postingan sebagai bentuk komunikasi nonverbal di ruang digital.

Dalam konteks digital, *grid zero* menjadi salah satu cara gen Z merepresentasikan diri dengan memilih untuk tidak menampilkan postingan sebagai bentuk pengelolaan identitas. Meskipun terkesan pasif, tindakan mengosongkan *feed* mengandung makna karena menunjukkan bagaimana individu ingin dipersepsikan. Hal ini relevan dengan presentasi diri, sebab yang dikelola bukan hanya konten yang diunggah, tetapi juga ketiadaan konten yang diatur secara sadar untuk menghasilkan kesan tertentu.

### 2.3.3 Komponen Pengelolaan Kesan

Manajemen kesan (*impression management*) merupakan proses interpersonal yang menjelaskan bagaimana individu berupaya mengontrol kesan yang terbentuk di benak orang lain melalui perilaku, simbol, maupun strategi komunikasi tertentu. Dalam perkembangannya, Leary dan Kowalski memandang bahwa manajemen kesan terdiri atas dua proses utama yang saling berkaitan, yaitu *impression motivation* dan *impression construction*. Kedua komponen ini penting untuk memahami mengapa individu peduli terhadap kesan yang dibentuk, sekaligus bagaimana kesan tersebut diwujudkan dalam praktik sosial tertentu.

Leary & Kowalski (1990) mengatakan bahwa manajemen kesan atau juga disebut sebagai presentasi diri mengacu pada proses di mana individu berusaha untuk mengontrol kesan orang lain dari individu tersebut. Kesan yang dibuat orang lain akan berimplikasi pada bagaimana orang lain itu memandang, mengevaluasi dan memperlakukan individu tersebut, serta pandangan individu itu sendiri mengenai diri mereka sendiri. Terkadang seorang individu berperilaku dengan cara menciptakan kesan tertentu di mata orang lain (Leary & Kowalski, 1990).

Individu secara rutin memantau dampak dirinya terhadap orang lain dan berusaha menilai kesan yang dibentuk orang lain tentang dirinya. Sering kali, hal ini dilakukan sekadar untuk memastikan bahwa persona publik mereka tetap terjaga. Namun, dalam kondisi tertentu, individu menjadi termotivasi untuk mengontrol bagaimana orang lain memandang dirinya. Proses motivasi pengelolaan kesan ini berkaitan dengan keinginan untuk menciptakan kesan tertentu dalam benak orang lain, tetapi keinginan tersebut bisa saja tidak selalu terwujud dalam tindakan pengelolaan kesan yang tampak secara nyata. Dalam beberapa kasus, individu sangat termotivasi untuk mengelola kesan, tetapi

memilih untuk menahan diri dan tidak melakukannya (Leary & Kowalski, 1990).

Proses pertama, *impression motivation*, berkaitan dengan dorongan individu untuk mengelola bagaimana dirinya dipersepsikan oleh orang lain. Pada tahap ini, individu secara aktif maupun pasif memantau citra publiknya guna memastikan bahwa identitas yang tampil tidak merugikan dirinya. Motivasi ini tidak selalu diwujudkan dalam tindakan nyata, karena dalam beberapa situasi individu memilih untuk menahan diri meskipun memiliki keinginan kuat untuk mengontrol kesan. Lebih lanjut, *impression motivation* dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti relevansi tujuan dari kesan yang ingin dibentuk, nilai dari hasil yang diharapkan, serta kesenjangan antara citra diri saat ini dengan citra yang diinginkan.

Proses kedua, yaitu *impression construction*, merujuk pada cara individu membentuk dan menampilkan kesan setelah munculnya motivasi pengelolaan kesan. Proses ini mencakup pemilihan jenis kesan yang ingin ditampilkan serta strategi konkret yang digunakan untuk mewujudkannya. *Impression construction* dipengaruhi oleh konsep diri, identitas yang diinginkan maupun dihindari, batasan peran sosial, nilai-nilai audiens, serta persepsi individu terhadap bagaimana dirinya saat ini dipandang.

### **2.3.3.1 Motivasi Pengelolaan Kesan**

Menurut Leary dan Kowalski (1990), individu memiliki berbagai cara dimana mereka dengan sengaja mengelola kesan mereka untuk suatu pencapaian dan keberhasilan dalam suatu situasi. Adapun tiga faktor utama dalam penentuan motivasi pengelolaan kesan yaitu:

1. Relevansi Tujuan dari Kesan (*Goal-Relevance Impression*)

Pada faktor pertama, individu akan berusaha semaksimal mungkin dalam mengelola kesannya agar tujuannya tercapai. Semakin

penting tujuannya, semakin yakin mereka untuk mencapai tujuannya, maka individu akan semakin termotivasi dalam mengelola kesannya. Adapun hal yang mampu meningkatkan relevansi tujuan yang kedua adalah tingkat ketergantungan pada target. Karakteristik pribadi dan target mempengaruhi seberapa relevan manajemen kesan untuk mencapai tujuan tertentu.

Individu cenderung lebih termotivasi untuk mengelola kesan ketika kesan yang mereka tampilkan memiliki kaitan langsung dengan tujuan tertentu, seperti memperoleh penerimaan sosial, menjaga harga diri, atau membangun identitas diri. Sebaliknya, apabila kesan yang ditampilkan tidak berdampak signifikan terhadap tujuan-tujuan tersebut, dorongan untuk melakukan pengelolaan kesan menjadi lebih rendah.

Salah satu aspek penting yang menentukan relevansi tujuan dari kesan adalah tingkat keterbukaan perilaku atau publisitas. Semakin besar kemungkinan suatu perilaku dilihat atau diketahui oleh banyak orang, semakin besar pula perhatian individu terhadap kesan yang ditimbulkan. Perilaku yang bersifat publik umumnya dianggap lebih berisiko karena berpotensi memengaruhi penilaian sosial secara luas, sehingga memicu motivasi yang lebih kuat untuk mengelola kesan. Meskipun demikian, motif pengelolaan kesan tidak hanya berlaku pada perilaku yang tampak secara langsung, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku privat, misalnya ketika individu mempersiapkan diri untuk tampil di ruang publik.

Relevansi tujuan juga dipengaruhi oleh tingkat ketergantungan individu terhadap pihak lain. Ketika seseorang bergantung pada orang lain untuk memperoleh hasil yang bernilai, seperti pengakuan atau kesempatan, maka kesan yang dibentuk terhadap pihak tersebut menjadi semakin penting. Dengan demikian, individu

cenderung lebih berhati-hati dan strategis dalam membangun kesan kepada pihak yang memiliki peran penting dalam hidupnya.

Selain itu, relevansi kesan meningkat ketika individu memperkirakan adanya interaksi berkelanjutan di masa depan. Harapan akan hubungan jangka panjang mendorong individu untuk menjaga konsistensi dan kehati-hatian dalam membangun citra diri. Beberapa individu secara alami lebih peka terhadap kesan sosial dan lebih melihat kesan sebagai alat untuk mencapai tujuan pribadi.

## 2. Nilai atau Hasil yang Diinginkan (*Value of Desired Goals*)

Pada faktor *value of desired goals*, individu akan memiliki prinsip motivasi dimana semakin tinggi nilai yang diberikan individu pada tujuannya, maka akan semakin kuat usahanya mengejar dan merealisasikan tujuannya.

Nilai suatu hasil cenderung meningkat ketika kesempatan untuk memperolehnya terbatas. Dalam kondisi persaingan yang tinggi, individu menjadi lebih sadar akan pentingnya kesan sosial dan lebih aktif mengelola citra diri. Selain itu, karakteristik pihak yang menjadi sasaran interaksi juga memengaruhi nilai pembentukan kesan. Individu umumnya lebih termotivasi untuk membangun kesan positif di hadapan orang yang memiliki status sosial tinggi, kekuasaan, daya tarik, atau tingkat penerimaan sosial yang tinggi.

Penilaian dari pihak-pihak tersebut dianggap lebih bermakna karena berpotensi memengaruhi peluang, harga diri, serta posisi sosial individu. Selain itu, target interaksi tertentu juga berperan dalam pembentukan identitas diri. Kesan yang dibangun di hadapan pihak yang relevan dengan identitas yang ingin dikembangkan akan dianggap lebih penting dibandingkan kesan yang dibangun di hadapan pihak yang kurang relevan. Perbedaan individual juga

memengaruhi nilai kesan sosial. Individu dengan kebutuhan tinggi akan penerimaan dan persetujuan sosial cenderung lebih sensitif terhadap penilaian orang lain dan menunjukkan motivasi pengelolaan kesan yang lebih kuat secara umum.

3. Perbedaan Citra Sosial yang Diinginkan dengan yang Dimiliki  
(*Discrepancy between Desired and Current Image*)

Faktor ketiga yang mendorong pengelolaan kesan adalah adanya kesenjangan antara citra diri yang ingin ditampilkan dengan citra diri yang diyakini telah terbentuk di mata orang lain. Individu memiliki batasan tertentu mengenai citra apa yang masih dianggap dapat diterima. Ketika seseorang merasa bahwa kesan yang terbentuk berada di luar batas tersebut, dorongan untuk mengelola kesan akan meningkat.

Kondisi ini sering muncul dalam situasi yang dianggap mengancam citra diri, seperti pengalaman kegagalan atau rasa malu. Dalam situasi tersebut, individu menjadi lebih termotivasi untuk memperbaiki kesan yang rusak atau mencegah terbentuknya penilaian negatif. Upaya ini dapat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti menonjolkan sisi positif diri, membatasi eksposur diri, atau menghindari situasi yang berpotensi menimbulkan kesan yang tidak diinginkan.

Selain memengaruhi citra sosial, kesenjangan antara citra yang diinginkan dan citra yang dirasakan juga berkaitan dengan harga diri dan identitas personal. Ketika identitas diri merasa terancam, individu dapat menggunakan pengelolaan kesan sebagai cara untuk mempertahankan harga diri dan menjaga konsistensi identitas yang ingin ditampilkan, baik di hadapan orang lain maupun terhadap dirinya sendiri.

Motivasi pengelolaan kesan dipengaruhi oleh tiga faktor utama yang saling berkaitan, yaitu relevansi tujuan dari kesan yang dibentuk, nilai dari hasil yang diharapkan, serta kesenjangan antara citra diri yang diinginkan dan citra diri yang dirasakan. Ketiga faktor ini membantu menjelaskan mengapa individu dalam konteks tertentu sangat berhati-hati dalam menampilkan diri, sementara dalam konteks lain memilih untuk membatasi atau bahkan meniadakan ekspresi diri di ruang publik. Dalam konteks media sosial, kondisi ini menjadi landasan penting untuk memahami praktik-praktik pengelolaan kesan yang bersifat selektif dan minimalis, termasuk *grid zero*.

#### 2.3.3.2 Konstruksi Pengelolaan Kesan

Leary & Kowalski (1990) menyatakan bahwa manajemen kesan dapat disebut juga sebagai presentasi diri (*self presentation*) yang mengacu pada bagaimana seorang individu berusaha untuk mengontrol kesan yang ingin diperlihatkan oleh orang lain dan kesan ini juga menjadi pandangan individu tersebut tentang diri mereka sendiri. Mengonstruksi kesan tidak hanya berdasarkan pada pernyataan positif orang lain pada individu, melainkan mengikuti penentu isi kesan atau bagaimana kesan dikonstruksi. Leary dan Kowalski (dalam Dubrin 2011: 9) mengembangkan sintesis penentu isi kesan yaitu,

1. Konsep Diri (*Self-Concept*)

Konsep diri merupakan penentu yang utama dalam pengelolaan kesan. Hal tersebut dikarenakan individu seringkali merasa bangga dengan aspek-aspek dalam dirinya sebagai konsep diri mereka. Jika individu menampilkan aspek tersebut pada situasi yang tepat, mereka akan lebih mudah mengelola kesan dan mencapai tujuannya. Individu cenderung menampilkan aspek-aspek diri yang dianggap positif dan bernilai, serta menghindari citra yang terlalu bertentangan dengan konsep dirinya. Konsep diri juga berfungsi sebagai pembatas. Konsep diri menjadi sumber bagi aspek-aspek

positif yang ingin ditonjolkan kepada orang lain. Konsep diri juga berfungsi sebagai pedoman realistis yang membantu individu menentukan citra seperti apa yang dipertahankan. Kemudian, konsep diri juga berperan sebagai kendali moral yang mencegah individu menampilkan citra yang terlalu jauh dari kenyataan.

Pemahaman ini menjadi relevan dalam konteks penggunaan media sosial, khususnya Instagram, yang menyediakan ruang bagi individu untuk mengelola kesan secara selektif. Ketika individu merasa bahwa representasi diri yang bersifat permanen, seperti unggahan *feed*, tidak lagi selaras dengan konsep diri atau tujuan personalnya, maka pengelolaan kesan dapat dilakukan melalui pembatasan eksposur. Dalam konteks inilah praktik *grid zero* dapat dipahami sebagai bentuk pengelolaan kesan yang tetap berakar pada konsep diri, di mana individu memilih untuk tidak menampilkan citra tertentu demi menjaga kenyamanan, konsistensi identitas, dan kontrol atas representasi dirinya di ruang publik digital.

## 2. Identitas yang Diinginkan dan Tidak Diinginkan (*Desired and Undesired Identity Image*)

Dalam pengelolaan kesan, cara individu menampilkan dirinya tidak hanya dipengaruhi oleh bagaimana ia memandang dirinya saat ini, tetapi juga oleh gambaran tentang diri seperti apa yang ingin ia capai dan yang ingin ia hindari. Schlenker (1985) memperkenalkan istilah *desirable identity image* untuk merujuk pada citra identitas yang diinginkan, yaitu gambaran tentang diri yang ingin dicapai dan diyakini mungkin untuk diwujudkan. Sejalan dengan itu, individu cenderung membentuk kesan publik yang mengarah pada citra identitas yang diinginkannya.

Upaya menampilkan citra identitas yang diinginkan ini sebagian terjadi melalui proses simbolisasi diri, sebagaimana dijelaskan

dalam teori *symbolic self-completion*. Individu cenderung menampilkan versi diri yang diinginkan melalui simbol-simbol tertentu, namun tetap menjaga agar citra tersebut tidak sepenuhnya bertentangan dengan konsep dirinya.

Di sisi lain, individu juga mengelola kesannya untuk menghindari citra identitas yang tidak diinginkan (*undesired identity images*), yaitu gambaran diri yang tidak ingin dilekatkan padanya. Secara umum, individu berusaha menjaga keseimbangan antara menampilkan diri secara jujur dan menonjolkan citra terbaiknya. Oleh karena itu, kesan publik yang terbentuk merupakan hasil dari interaksi antara konsep diri, citra identitas yang diinginkan, dan citra identitas yang dihindari. Proses ini menunjukkan bahwa pengelolaan kesan bukan sekadar upaya menampilkan diri secara ideal, tetapi juga strategi untuk memastikan bahwa identitas yang tidak diinginkan tidak melekat pada diri individu di hadapan orang lain.

Individu cenderung membangun kesan yang mendekati versi diri yang diharapkan, yaitu citra tentang siapa dirinya ingin menjadi dan diyakini masih realistis untuk diwujudkan. Proses ini dilakukan melalui pemilihan perilaku dan simbol-simbol yang merepresentasikan identitas tersebut. Di sisi lain, individu juga secara aktif menghindari kesan yang berkaitan dengan identitas yang tidak diinginkan.

### 3. Batasan Peran (*Role Constraints*)

Peran yang dimainkan oleh individu dapat menjadi kendala dalam penetapan batasan yang dibuatnya. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar peran menuntut agar individu terlihat memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan peran yang dipilih oleh individu. Setiap peran sosial membawa ekspektasi tertentu mengenai bagaimana individu seharusnya bertindak dan citra apa

yang harus ditampilkan. Individu yang menempati peran tertentu, seperti pemimpin, pendidik, atau figur publik, dituntut untuk mempertahankan citra yang sesuai dengan nilai dan norma peran tersebut. Individu cenderung menyesuaikan pengelolaan kesannya agar tetap selaras dengan peran yang dijalani.

Peran sosial disertai dengan ekspektasi tertentu mengenai cara individu bersikap dan menampilkan dirinya di hadapan orang lain. Peran juga menuntut individu untuk menunjukkan karakter dan citra diri yang dianggap sesuai dengan posisi yang dijalani. Apabila individu gagal menampilkan kesan yang sejalan dengan peran tersebut maka efektivitasnya dalam menjalankan peran dapat menurun, bahkan berpotensi kehilangan pengakuan sosial atas peran yang dimilikinya. Oleh karena itu, individu cenderung mengelola kesan dengan menjaga agar citra publiknya tetap konsisten dengan harapan peran dalam situasi sosial tertentu.

Dalam situasi yang diatur oleh peran, individu cenderung menyesuaikan cara menampilkan diri dengan gambaran ideal dari peran tersebut. Namun, citra yang ditampilkan di ruang publik tidak selalu mencerminkan diri secara keseluruhan, karena individu bisa bersikap lebih bebas di ruang yang bersifat privat. Selain itu, cara seseorang menampilkan diri juga dipengaruhi oleh norma interaksi, sehingga keterbukaan dan presentasi diri menyesuaikan dengan lawan bicaranya. Oleh karena itu, pengelolaan kesan merupakan proses yang kontekstual dan fleksibel, bergantung pada peran serta situasi sosial yang dihadapi.

Pengelolaan kesan dilakukan dengan menyesuaikan penampilan diri terhadap tuntutan peran dan situasi sosial, sementara citra di ruang publik tidak selalu mencerminkan diri secara utuh karena individu cenderung lebih bebas di ruang privat. Dalam konteks

media sosial, praktik *grid zero* dapat dipahami sebagai strategi untuk membatasi peran yang ditampilkan di ruang publik digital, sehingga individu tidak terikat pada ekspektasi peran tertentu dan memiliki kontrol lebih besar atas bagaimana dirinya diakses dan dimaknai oleh orang lain.

#### 4. Nilai Sasaran (*Target Values*)

Pembentukan kesan sangat dipengaruhi oleh nilai, preferensi, dan harapan pihak yang menjadi sasaran interaksi. Individu cenderung menyesuaikan citra dirinya dengan apa yang dianggap dihargai atau diharapkan oleh audiens tertentu. Terkadang individu akan menampilkan diri dengan kesan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang diharapkan oleh targetnya. Dengan mengelola kesan yang tidak disukai target, individu akan mencapai tujuannya jika tujuannya adalah untuk mengganggu target.

Individu cenderung membentuk dan menampilkan citra diri dengan mempertimbangkan nilai serta preferensi pihak lain yang dianggap penting dalam konteks sosial tertentu. Penyesuaian ini dilakukan agar kesan yang muncul selaras dengan harapan audiens dan berpotensi menghasilkan respons yang diinginkan. Terkadang individu akan menampilkan diri dengan kesan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang diharapkan oleh targetnya. Dengan mengelola kesan yang tidak disukai target, individu akan mencapai tujuannya jika tujuannya adalah untuk mengganggu target.

Namun, penyesuaian terhadap nilai audiens tidak selalu berarti individu menampilkan citra yang tidak autentik. Dalam banyak kasus, pengelolaan kesan dilakukan melalui pemilihan aspek diri yang sebenarnya ada, tetapi ditampilkan secara selektif. Individu memilih dari berbagai kemungkinan representasi diri yang dimilikinya, lalu menunjukkan aspek yang paling sesuai dengan

nilai audiens.

Dalam kondisi tertentu, individu dapat berupaya membangun kesan yang selaras dengan nilai audiens meskipun tidak sepenuhnya mencerminkan konsep dirinya. Situasi ini mendorong individu untuk lebih memperhatikan karakteristik audiens dan menyesuaikan informasi yang disampaikan. Penyesuaian tersebut umumnya dilakukan dengan cara membatasi atau menghilangkan informasi yang dianggap tidak sesuai, dibandingkan dengan memberikan informasi yang tidak benar.

Di sisi lain, individu juga dapat secara sengaja menampilkan citra yang bertentangan dengan nilai audiens. Hal ini dapat terjadi ketika individu ingin menjaga jarak sosial, menghindari keterlibatan lebih lanjut, atau mempertahankan kebebasan diri. Dengan demikian, pengelolaan kesan tidak selalu bertujuan untuk memperoleh penerimaan sosial, tetapi juga berfungsi sebagai strategi untuk mengatur relasi dan posisi diri dalam interaksi sosial.

5. Citra Sosial Saat Ini atau Potensial (*Current or Potential Social Image*)

Kesan yang dibangun untuk sosial atau publik dianggap menjadi suatu kesan dan citra diri yang akan dianggap oleh orang lain hingga di masa depan. Individu akan mempertahankan kesan positifnya sehingga enggan untuk menampilkan karakternya yang dianggap tidak sesuai dan merugikan di masa depan. Terkadang cara individu mengelola kesan saat ini dipengaruhi oleh bagaimana pemikiran orang lain saat ini dan pada kemudian hari. Dengan demikian, individu kemungkinan akan mempelajari suatu informasi tentang citra dan kesan dirinya yang dapat mempengaruhi presentasi diri.

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai pendekatan penelitian dengan fokus pada pemahaman yang mendalam. Menurut Moleong (2022), penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan holistik mengenai suatu fenomena yang dialami oleh subjek penelitian termasuk tindakan, pelaku, motivasi, dan persepsi, melalui pemanfaatan teori serta telaah pustaka yang relevan sebagai dasar analisis. Landasan teori yang ada dalam penelitian kualitatif berfungsi sebagai landasan yang mendukung, sehingga membantu peneliti dalam menafsirkan temuan di lapangan (Fiantika, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menyajikan gambaran rinci serta menjelaskan fenomena secara sistematis berdasarkan fakta dan data empiris yang ditemukan di lapangan. Penelitian fenomenologi adalah suatu penelitian ilmiah yang mengkaji dan menyelidiki suatu peristiwa yang dialami oleh seorang individu, sekelompok individu, atau sekelompok makhluk yang hidup. Dengan menggambarkan praktik ini secara menyeluruh, maka peneliti dapat mengungkap bagaimana mereka mengelola citra diri mereka di ruang digital dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk memberikan pemahaman secara mendalam terkait makna praktik *grid zero* pada media sosial Instagram di kalangan generasi Z.

#### 3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini diarahkan pada bagaimana generasi Z mengelola kesan melalui praktik *grid zero* di Instagram. Pengelolaan kesan tersebut dianalisis

menggunakan manajemen kesan (*impression management*) yang dikemukakan oleh Erving Goffman sebagai kerangka utama, yang memandang bahwa individu secara aktif mengatur informasi tentang dirinya untuk membentuk kesan tertentu di mata audiens. Dalam konteks *grid zero*, pengelolaan informasi tidak dilakukan melalui representasi visual, melainkan melalui pembatasan, penghapusan, atau ketiadaan unggahan sebagai bentuk kontrol terhadap citra diri di ruang digital.

Untuk memperdalam analisis, penelitian ini juga menggunakan konsep pengelolaan kesan dari Leary dan Kowalski (1990) yang menekankan dua proses utama, yaitu motivasi pengelolaan kesan dan konstruksi pengelolaan kesan. Motivasi pengelolaan kesan digunakan untuk memahami alasan generasi Z memilih menerapkan praktik *grid zero*, seperti keinginan menjaga privasi, menghindari tekanan sosial, atau mengontrol persepsi orang lain. Sementara itu, konstruksi pengelolaan kesan digunakan untuk mengkaji bagaimana keputusan mengosongkan *feed*, meminimalkan unggahan, atau menghapus konten lama dalam membentuk citra diri yang diinginkan.

### **3.3 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada minimnya kajian yang secara spesifik meneliti *grid zero* di wilayah Kota Bandar Lampung. Selain itu, didasarkan pada aksesibilitas bagi peneliti untuk menjangkau informan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menggali data secara lebih mendalam.

### **3.4 Penentuan Informan**

Peneliti menetapkan kriteria khusus ketika memilih informan yang dianggap memenuhi syarat untuk memberikan informasi yang detail dan relevan sesuai dengan tujuan utama penelitian.

Kriteria informan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Individu berasal dari kalangan generasi Z, yaitu individu yang lahir dari tahun 1997 sampai tahun 2012.
2. Berdomisili di Kota Bandar Lampung, sebagai lokasi fokus penelitian

yang membantu peneliti untuk memfokuskan penelitian dan memudahkan peneliti dalam proses pengumpulan data.

3. Memiliki akun Instagram, sehingga memiliki pengalaman dalam membentuk dan menampilkan identitas digital di platform tersebut.
4. Individu merupakan pelaku *grid zero*, yakni individu yang mengosongkan *feed* Instagramnya.
5. Bersedia menjadi informan dan memberikan informasi secara terbuka terkait alasan, proses, dan makna di balik praktik *grid zero* yang dilakukan.

Pemilihan informan didasarkan pada kesesuaian mereka dengan yang diteliti, yaitu individu dari generasi Z yang pernah melakukan praktik *grid zero* di Instagram. Selain itu, pemilihan informan juga mempertimbangkan keberagaman latar belakang pendidikan dan sosial untuk memperkaya sudut pandang serta makna yang muncul dalam praktik *grid zero* tersebut.

**Tabel 3. 1** Informan Penelitian

No.	Informan	Usia	Alasan
1.	SF	27 Tahun	Informan dipilih karena dapat memberikan pandangan dari individu generasi Z yang telah menjalani kehidupan berumah tangga dan bekerja.
2.	SW	21 Tahun	Informan mewakili generasi Z yang telah bekerja, namun belum memiliki tanggung jawab keluarga, sehingga dapat memberikan perspektif berbeda.
3.	MA	24 Tahun	Informan merupakan <i>fresh graduate</i> yang dapat mewakili generasi Z yang berada pada masa transisi dari dunia akademik ke dunia kerja.
4.	FD	21 Tahun	Informan merupakan mahasiswa yang

			menjadi bagian aktif dari generasi Z dan memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media sosial.
5.	ANR	16 Tahun	Informan mewakili generasi Z usia remaja yang sedang menempuh pendidikan menengah atas.

(Sumber: Diolah Peneliti, 2025)

Keberagaman latar belakang ini dipilih untuk menggambarkan pemaknaan *grid zero* secara komprehensif dari berbagai sudut pandang dan pengalaman hidup dalam kelompok generasi Z. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini mampu menangkap makna manajemen kesan melalui praktik *grid zero* dari individu yang berada dalam fase hidup dan konteks sosial yang berbeda.

### 3.5 Sumber Data

Data primer dan sekunder adalah dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam menjawab rumusan masalah penelitian dan memperkuat proses analisis peneliti, kedua bentuk data ini saling melengkapi.

#### 1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari informan sebagai sumber utama, yakni individu atau perseorangan yang memberikan informasi. Data primer yang dimaksud meliputi catatan hasil wawancara dengan informan, hasil observasi di lapangan, serta data informan yang relevan dengan fokus penelitian.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi pendukung yang diperoleh dari berbagai sumber literatur dan dokumen, seperti buku ilmiah, jurnal penelitian, artikel, serta situs web tepercaya yang berkaitan dengan praktik *grid zero*. Data sekunder digunakan untuk memperkaya analisis hasil temuan yang ada di lapangan.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan

cara sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2019), wawancara didefinisikan sebagai suatu bentuk interaksi antara dua pihak, yaitu peneliti dan informan, yang dilakukan dalam bentuk tanya jawab untuk bertukar informasi dan gagasan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur berdasarkan panduan wawancara yang telah disusun. Panduan wawancara ini dirancang untuk membantu peneliti menggali dan mengumpulkan informasi secara sistematis. Kemudian, peneliti juga menyiapkan beberapa pertanyaan yang bersifat penyelidikan (*probing questions*) untuk mendapatkan jawaban yang lebih mendalam dari para informan.

2. Observasi

Observasi dilakukan sebagai salah satu teknik pengumpulan data guna melengkapi hasil wawancara yang diperoleh dari informan. Penelitian ini menggunakan observasi non partisipan. Observasi non-partisipatif dilakukan peneliti dengan mengamati subjek atau fenomena tanpa ikut terlibat secara aktif dalam kegiatan yang diamati. Peneliti hanya mencatat perilaku, interaksi, dan kejadian, seperti mengamati interaksi sosial di ruang publik atau perilaku konsumen, tanpa mempengaruhi dinamika alami yang terjadi.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data wawancara dan observasi dengan mengumpulkan bukti-bukti visual maupun tertulis terkait fenomena *grid zero*.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019), analisis data merupakan proses mengolah dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini mengacu pada model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994), yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan cenderung berjumlah besar, sehingga memerlukan pencatatan yang cermat dan terstruktur. Reduksi data dilakukan melalui proses penyaringan, peringkasan, dan pengidentifikasian informasi pokok yang memiliki keterkaitan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Melalui reduksi ini, data yang terkumpul menjadi lebih terfokus dan terorganisir, sehingga memudahkan peneliti dalam memahami konteks secara lebih mendalam serta dalam menelusuri kembali data tertentu apabila dibutuhkan di tahap analisis berikutnya (Sugiyono, 2019).

## 2. Penyajian Data

Setelah kegiatan reduksi data, tahap selanjutnya yakni menyajikan data. Ada beberapa cara untuk menyajikan data, antara lain dengan bagan, tabel, grafik, pictogram, dan sejenisnya. Uraian singkat, *flowchart*, dan alat bantu visual sejenisnya yang biasanya digunakan untuk menampilkan data dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2019).

## 3. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir yakni menarik dan memverifikasi kesimpulan. Kesimpulan yang diambil sifatnya masih sementara. Kesimpulan tersebut dapat berubah jika peneliti tidak menemukan informasi atau temuan baru di lapangan yang mendukung kesimpulan. Dalam penelitian, kesimpulan merupakan deskripsi atau penjelasan dari apa yang sebelumnya masih belum jelas, berupa teori, hipotesis atau hubungan yang telah dianalisis lebih mendalam.

### 3.8 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data berupaya mengevaluasi kesesuaian antara temuan penelitian dan objek yang diteliti, serta memastikan bahwa prosedur penelitian dilakukan sesuai dengan kaidah-kaidah ilmiah. Salah satu teknik keabsahan data yang digunakan peneliti dalam menguji keabsahan data adalah uji kredibilitas (*credibility*) melalui metode triangulasi. Dalam konteks penelitian kualitatif, terdapat tiga bentuk triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan triangulasi teknik. Triangulasi teknik atau metode dilakukan dengan membandingkan data yang didapatkan melalui berbagai teknik pengumpulan data dalam satu penelitian. Melalui proses ini, peneliti dapat menguji konsistensi dan keakuratan informasi dari berbagai sudut pendekatan, sehingga meningkatkan validitas dan keandalan data yang diperoleh, terutama ketika ditemukan adanya potensi ketidaksesuaian atau perbedaan antar data.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *grid zero* merupakan proses pengelolaan diri yang kompleks di ruang publik digital. Seluruh informan menunjukkan bahwa keputusan *grid zero* muncul dari pemaknaan pribadi atas *feed* Instagram sebagai ruang yang terlalu terbuka dan rawan memunculkan penilaian sosial yang tidak dapat sepenuhnya dikendalikan. *Feed* dipersepsikan berbeda dari fitur lain seperti *story*, *highlights*, foto profil, atau bio. *Feed* dinilai lebih berisiko, lebih membebani, dan tidak sesuai dengan cara mereka dalam menampilkan diri. Seluruh informan mengalihkan ekspresi diri dan tetap mengonstruksi identitas secara selektif melalui fitur yang dianggap lebih aman dan terkontrol. Praktik *grid zero* di Instagram pada generasi Z kemudian mencerminkan bentuk pengelolaan kesan yang dilakukan secara sadar, reflektif, dan kontekstual. Praktik ini mencerminkan peran individu dalam menyeleksi identitas diri.

Temuan ini memperluas pemahaman konsep manajemen kesan Goffman dan komponen pengelolaan kesan Leary dan Kowalski dalam konteks digital. Dalam kerangka manajemen kesan Goffman, pola ini mencerminkan cara individu secara sadar memilih apa yang ditampilkan dan apa yang disembunyikan dari audiens. Selanjutnya, dalam konsep pengelolaan kesan Leary dan Kowalski, informan memandang *feed* lebih berisiko secara sosial, sehingga membatasi eksposur untuk menjaga kenyamanan, rasa aman, dan konsistensi identitas. Sedangkan, dari sisi konstruksi, konsep diri masing-masing informan menjadi pedoman utama dalam menentukan batas representasi diri di ruang digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan

kesan dipengaruhi oleh dampaknya terhadap tujuan personal dan harga diri.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bagaimana generasi Z secara sadar mengatur kehadiran diri mereka di ruang digital. *Grid zero* menjadi cara relfektif sebagai pengelolaan kesan untuk merespons tekanan penilaian sosial yang terus hadir di media sosial. Melalui praktik ini, generasi Z memilih cara yang lebih selektif dan terkontrol dalam menampilkan diri dengan batasan yang disesuaikan dengan kenyamanan, rasa aman, dan identitas yang ingin dipertahankan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan sebelumnya, berikut adalah saran dari peneliti mengenai kajian terkait:

1. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam pengaruh praktik *grid zero* terhadap aspek lain seperti stres, *self-esteem*, dan rasa aman digital. Hal ini relevan dengan temuan penelitian ini yang menunjukkan bahwa *grid zero* digunakan sebagai strategi pengelolaan citra diri untuk menghindari penilaian negatif yang berkaitan dengan kondisi *self-esteem* pengguna.
2. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan informan yang tidak menerapkan *grid zero* sebagai kelompok pembanding. Pendekatan ini memungkinkan analisis perbedaan motivasi dan strategi pengelolaan kesan antara pengguna yang memilih *grid zero* dan yang tetap aktif memposting sehingga hasilnya lebih komprehensif.
3. Bagi pendidik, akademisi, dan praktisi komunikasi digital, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar dalam menyusun literasi media terhadap isu privasi, tekanan sosial, dan keberagaman strategi ekspresi diri di media sosial.
4. Bagi pengelola platform media sosial, penelitian ini dapat menjadi refleksi bahwa pengguna tidak selalu menginginkan visibilitas maksimal. Penyediaan fitur yang mendukung kontrol audiens dan pengelolaan jejak digital menjadi penting untuk kebutuhan pengguna yang mengutamakan keamanan dan kenyamanan dalam bermedia sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Fiantika, dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- McQuail, Denis. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publication.
- Moleong, Lexy J. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Ed. Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Schlenker, B. R. (1985). *Identity and self-identification*. In B. R. Schlenker (Ed.), *The self and social life* (pp. 65-99). New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research dan Development*. Bandung: Alfabeta.

### Jurnal

- 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.
- Amalia, R. (2025). The Zero-Grid Instagram Trend Among Gen Z in Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisplin Indonesia*, 4(6).
- Swari, N. K. E. P., & Tobing, D. H. (2024). Dampak perbandingan sosial pada pengguna media sosial: sebuah kajian literatur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 853-863.
- Faridah, N., Ri'aeni, I., & Risnawati, R. (2024). Studi Fenomenologi Pengguna Instagram Dengan Zero Post Pada Feed di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon. *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek* 8(1), 32–47.
- Hasibuan, M. R. A. (2022). Media Sosial Instagram sebagai Eksistensi Sosial pada Remaja. *CARAKA : Indonesia Journal of Communication*, 3(1), 62–67.
- Leary & Kowalski. (1990). *Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model*. *Psychological Bulletin*, 107(1).
- Nainggolan, V., Randonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial

- dan Politik Unsrat Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 7(4), 1–15.
- Prasetyani, M. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Bentuk Eksistensi Diri Mahasiswa FTIK Universitas Semarang. *Universitas Semarang*, 1–7.
- Prastiwi T. P. (2024). Kepercayaan Diri dan Kecemasan Komunikasi Interaktif pada Siswi yang Tinggal di Asrama. *Studi Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2).
- Qadir, A. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.

### **Skripsi**

- Oktarestiyanti, S. (2019). *Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. Skripsi. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ramayanti, Puspita. (2023). *Makna Penggunaan Feed Instagram Kosong Pada Kalangan Mahasiswa Kota Tanjungpinang*. Skripsi. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Septiani, S. D. (2022). *MANAJEMEN KESAN KOREAN ROLEPLAYER PADA AKUN ROLEPLAY DI MEDIA SOSIAL TWITTER*. Skripsi. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Wahyuni & Heru. (2025). *Konstruksi Identitas Virtual pada Akun Instagram dengan Feed Kosong di Kalangan Mahasiswa Program Sarjana Fisipol Universitas Gadjah Mada*. Skripsi. Universitas Gadjah Mada.
- Wijaya, A. I. (2022). *Impression Management Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau Pada Media Sosial Instagram*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### **Internet**

- GoodStats. (2025). Mayoritas Generasi Z Menghabiskan Waktu Luang dengan Media Sosial. <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z->

[menghabiskan-waktu-luang-dengan-media-sosial-KT9NM](#). (Diakses pada 22 Mei 2025 pukul 20.53 WIB).

GoodStats. (2024). Bukan Google, Gen Z Pilih Media Sosial Sebagai Alat Pencari Informasi Brand. <https://goodstats.id/article/google-tak-lagi-relevan-51-gen-z-lebih-memilih-media-sosial-sebagai-alat-pencari-informasi-brand-jYFtd>. (Diakses pada 22 Mei 2025 pukul 21.09 WIB).

Mashable Indonesia. (2024). Fenomena Grid Zero di Instagram yang Disuka Gen Z, Apa itu?. <https://id.mashable.com/tech/5100/fenomena-grid-zero-di-instagram-yang-disuka-gen-z-apa-itu>. (Diakses pada 23 Mei 2025 pukul 17.04 WIB).

Teknologi.id. (2024). Mengenal Grid Zero, Tren Mengosongkan Feed Instagram di Kalangan Gen Z. <https://teknologi.id/insight/mengenal-grid-zero-tren-mengosongkan-feed-instagram-di-kalangan-gen-z>. (Diakses pada 23 Mei 2025 pukul 17.19 WIB).

Tempo.co. (2024). Populer di Kalangan Gen Z, Apa Itu Tren Grid Zero?. <https://www.tempo.co/digital/populer-di-kalangan-gen-z-apa-itu-tren-grid-zero--1163954>. (Diakses pada 23 Mei 2025 pukul 10.17 WIB).