

## ABSTRACT

**Name** : **Jhimshy Simonigar**  
**Study Program** : **Communications Sciences**  
**Title** :

### **THE FORMATION PROCESS OF SELF-CONCEPT AMONG GENERATION Z ON INSTAGRAM AMID THE FEAR OF OTHER PEOPLE 'S OPINIONS (FOPO) PHENOMENON**

(xiv + 116 pages; 3 figures; 1 table)

This research aims to examine the self-concept formation process among Generation Z on Instagram within the context of the Fear of Other People's Opinions (FOPO) phenomenon. Using a qualitative approach and phenomenological method, the study explores how Generation Z constructs their digital identity through social media platforms, particularly Instagram. Generation Z, referring to individuals born between 1997 and 2012, utilizes Instagram to shape their self-concept in alignment with social and cultural expectations. This process of self-concept formation is dynamic and complex, where Generation Z highlights positive aspects such as aesthetics, lifestyle, and achievements while avoiding negative ones. The FOPO phenomenon amplifies the need for validation, measured through likes and comments, which creates anxiety about social perceptions. This results in strict control over self-image and emotional exhaustion. Drawing on Identity Management Theory (Imahori & Cupach, 1989) and the Presentation of Self Theory (Goffman, 1959), the study reveals that Generation Z employs strategies to navigate their self-concept formation amidst FOPO pressures and to foster healthier relationships with the platform. Overall, while Instagram provides a space for self-expression, the challenge of balancing authenticity with social expectations continues to influence the self-concept formation process of Generation Z.

**Keywords:** *Self-concept, Generation Z, Fear of Other People's Opinions (FOPO)*

**References:** 60 (2014-2024)

## ABSTRAK

**Nama** : Jhimshy Simonigar  
**Program Studi** : Communications Sciences  
**Judul** :

### **PROSES PEMBENTUKAN KONSEP DIRI GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI TENGAH FENOMENA FEAR OF OTHER PEOPLE OPINION (FOPO)**

(xiv + 116 halaman: 3 gambar; 1 tabel)

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses pembentukan konsep diri Generasi Z di Instagram dalam konteks fenomena Fear of Other People's Opinions (FOPO). Dengan pendekatan kualitatif dan metode fenomenologis, penelitian ini menggali bagaimana Generasi Z membangun identitas digital mereka melalui platform media sosial, khususnya Instagram. Generasi Z, yang merujuk pada individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, menggunakan Instagram untuk memproses pembentukan konsep diri yang selaras dengan ekspektasi sosial dan budaya. Proses pembentukan konsep diri ini bersifat dinamis dan kompleks, di mana Generasi Z mengelola konsep diri dengan menonjolkan aspek positif seperti estetika, gaya hidup, dan pencapaian, serta menghindari aspek negatif. Fenomena FOPO memperkuat kebutuhan akan validasi, yang diukur melalui likes dan komentar, sehingga menimbulkan kecemasan terhadap persepsi sosial. Hal ini menyebabkan kontrol ketat terhadap citra diri dan kelelahan emosional. Berdasarkan Identity Management Theory (Imahori & Cupach, 1989) dan Presentation of Self Theory (Goffman, 1959), penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z menggunakan strategi untuk proses pembentukan konsep diri mereka di tengah tekanan FOPO dan menciptakan hubungan yang lebih sehat dengan platform tersebut. Secara keseluruhan, meskipun Instagram menyediakan ruang ekspresi diri, tantangan dalam menyeimbangkan otentisitas dan ekspektasi sosial tetap mempengaruhi proses pembentukan konsep diri Generasi Z.

**Kata Kunci:** *Konsep Diri, Generasi Z, Fear of Other People's Opinions (FOPO)*

**Referensi:** 60 (2014-2024)