

BAB I

PENDAHULUAN

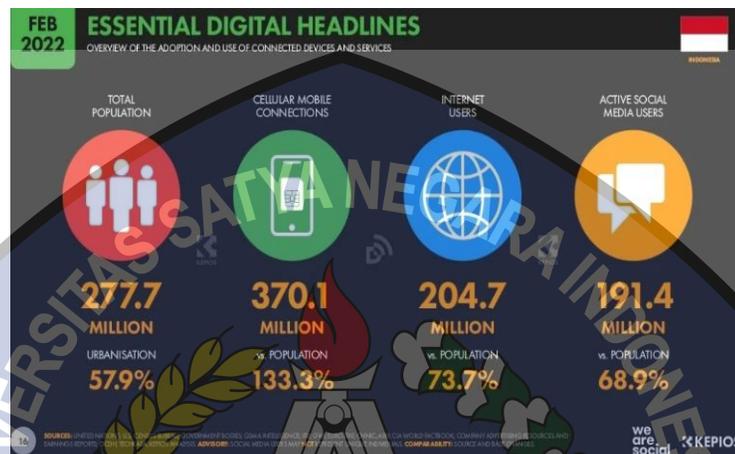
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang tak terelakan khususnya dalam bidang teknologi komunikasi membuat kini banyak orang dapat berkomunikasi secara mudah dimana dan kapan saja dengan hanya mengakses internet melalui *platform* media sosialnya, yang mana media sosial adalah bentuk dari perkembangan dari *new media*.

Media baru memiliki ciri utama yaitu adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktifitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada dimana-mana (McQuail, 2011:43).

Laman *Southeastern University* menyebutkan terdapat lima jenis media baru diantaranya adalah *blog*, *virtual reality*, *social media*, *online newspaper* dan *digital games*. Dari kelima jenis media baru tersebut, media sosial adalah yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Menurut salah satu ahli, McGraw media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar

informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Media sosial yang kini beragam memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online (Ardianto, 2011) dalam (Hidayah,2020:1)



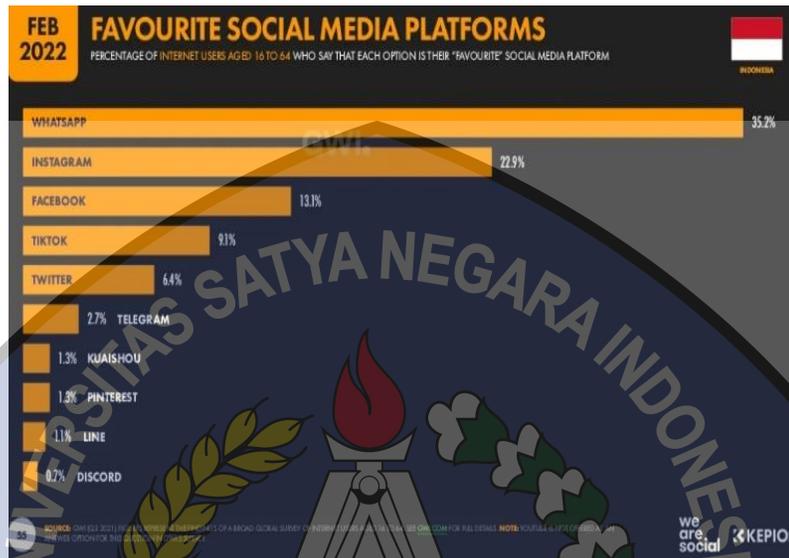
Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia.

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Berdasarkan data salah satu lembaga riset *We Are Social* disebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta jiwa sepanjang tahun 2022. Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yakni sebanyak 277,7 juta jiwa, Maka bisa dikatakan bahwa 73,7% penduduk Indonesia sudah mengakses internet. Menariknya dari 204,7 juta orang yang menggunakan internet 191,4 juta di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial mencapai 191,4 juta jiwa atau 69,8% dari populasi.

Lembaga riset tersebut juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar dengan media

sosialnya. Sebagian besar dari pengguna tersebut mengakses edia sosial melalui perangkat telepon genggam.



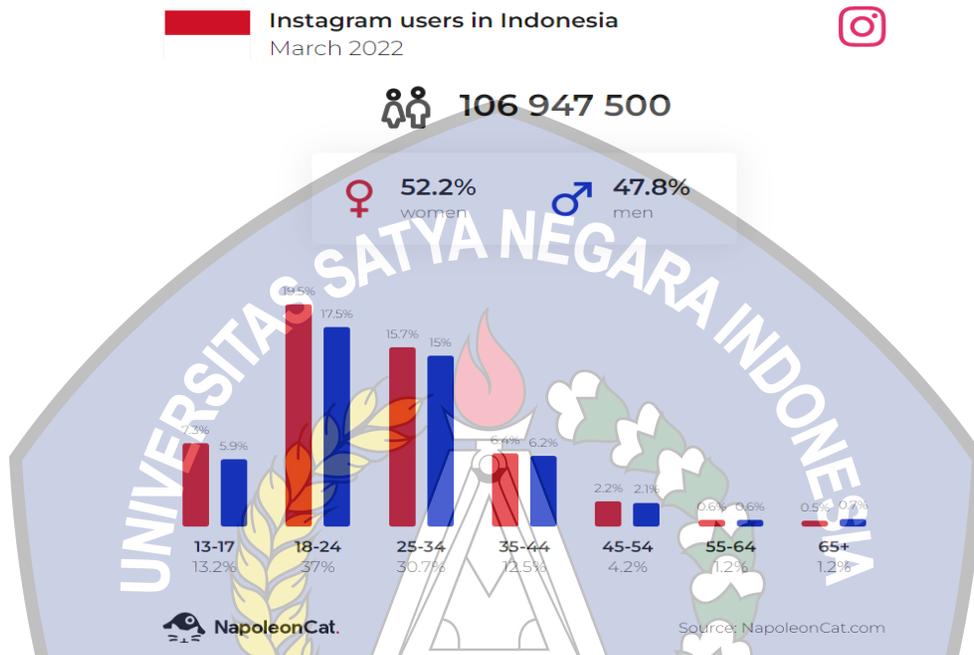
Gambar 1.2 Grafik Platform Sosial Media Terfavorit

Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Salah satu media sosial yang kini sedang populer adalah Instagram. Instagram berhasil menempati posisi kedua sebagai sosial media *favorite* setelah *whatsapp* menurut survey *we are sosial* di tahun 2022. Instagram merupakan aplikasi berbagai foto dimana para pengguna dapat mengambil, memakai efek digital dan membagikannya melalui *smartphone* mereka.

Menurut laporan terbaru NapoleonCAT, Salah satu perusahaan analis sosial media marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia tercatat hingga Maret 2022, jumlah pengguna aktif Instagram telah mencapai 106.947.500 juta jiwa dengan orang berusia

18 - 24 tahun sebanyak 37% dari populasi, dengan presentasi pengguna perempuan sebanyak 19,5% dan pengguna laki-laki sebanyak 17%.



Gambar 1.3 Grafik Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber : <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/03/>

Berdasarkan laporan survey tersebut yang menunjukkan bahwa pengguna aktif media sosial Instagram terbanyak adalah dalam rentang umur 18 - 24 tahun yang mana menandakan bahwa yang aktif dalam bermedia sosial adalah generasi Z atau yang biasa disebut dengan *I generation*. Generasi tersebut merupakan kelompok muda kelahiran 1996-2010. Mereka menjadi konsumen berpengaruh, khususnya terkait pada produk berbasis teknologi. Melek teknologi adalah hal yang identik dengan generasi ini. (Rahmawati, 2018:136)

Generasi Z atau *I generation* adalah peralihan generasi Y saat teknologi sedang berkembang. Pola pikir generasi z cenderung serba ingin instan. Namun masih belum banyak yang dapat disimpulkan karena usia mereka saat ini masih menginjak remaja, berada di masa- masa sekolah tingkat akhir, kuliah atau baru saja memasuki dunia kerja. Kehidupan mereka cenderung bergantung pada teknologi dan mementingkan popularitas dari media sosial yang digunakan. (Rahmawati, 2018:16)

Terkait Instagram merupakan media sosial Instagram merupakan media sosial kegemaran generasi Z dalam perkembangannya, Instagram telah membuat langkah yang berbeda, ketika pertama kali muncul, Instagram hanya menyediakan fitur unggah foto. Namun, pada 2013, Ia meluncurkan fitur yang memungkinkan pengguna mengunduh video. Tidak berhenti sampai di situ, Instagram kemudian meluncurkan fitur Instagram *story* pada Agustus 2016. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video. (Hidayah, 2022:2)

Untuk pertama kali pada Desember 2018, Instagram merilis Fitur *Close Friends*. Fitur ini dihadirkan oleh Instagram bagi penggunanya yang ingin membagikan konten privasi dalam bentuk *stories* yang hanya dapat dilihat oleh para pengikut yang sudah dijadikan teman dekat. Instagram *stories* yang diunggah menggunakan fitur *close friend* memiliki ciri lingkaran berwarna hijau muda pada foto profil pengikutnya.

Fitur *close friends* sering digunakan untuk berbagi hal-hal yang lebih pribadi yang hanya dapat dilihat oleh pengguna yang telah ditambahkan ke daftar fitur *close friends*, tanpa sepengetahuan pengguna lain karena pengguna dapat mengaturnya

sendiri. Berbeda dengan fitur Instagram *stories*, fitur *close friends* banyak digunakan orang untuk berbagi masalah pribadi, terkadang juga digunakan sebagai cara untuk berbagi mengenai cerita sehari-hari, perasaan emosi sedih keluhan, kisah cinta yang penuh gairah, *selfie* yang tidak terkendali, tangkapan layar obrolan grup atau pribadi, foto memalukan, gosip, bahkan hal-hal vulgar dan banyak lagi. Hal tersebut merupakan bentuk pengungkapan diri atau *self disclosure*. Pengungkapan diri adalah komunikasi yang disengaja melalui perilaku verbal yang menjelaskan tentang pengalaman atau perasaan seseorang. *Self disclosure* dapat terjadi jika seseorang dapat membuka dirinya kepada orang lain. Pengungkapan diri ini dapat berupa berbagai topik informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang sesuai dan terdapat dalam diri seseorang. Taylor (Dalam Gainau 2009:5) mengemukakan lima aspek dalam *Self Disclosure* yaitu ketepatan, motivasi, keintensifan, kedalaman dan keluasaan.

Perilaku *Self Disclosure* dapat menjadi salah satu alasan yang sangat berpengaruh terhadap relasi antar manusia. Menurut (DeVito, 2011:69) tanpa pengungkapan diri, hubungan yang bermakna dan mendalam tidak mungkin terjadi. Pengungkapan diri biasanya dilakukan kepada orang yang terbilang paling dekat dan bisa dipercaya. Orang akan melakukan pengungkapan dirinya kepada orang – orang yang dianggap mendukungnya. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa orang yang berhubungan dengan pengungkapan diri tersebut mungkin akan merasa terganggu.

Peneliti menemukan fenomena yang sering terjadi di kalangan masyarakat umum saat menggunakan fitur *close friends*. Pengguna fitur ini merasa aman karena hanya pengikut tertentu yang dapat melihat setiap unggahan, tetapi pada kenyataannya,

unggahannya yang terlalu berlebihan dan terlalu banyak dapat menyebabkan hal-hal negatif seperti kebocoran informasi.

Salah satu kasus *self disclosure* di media sosial yang sempat viral yaitu kasus Zara JKT48 gadis kelahiran tahun 2003 di kota Bandung yang terhitung juga sebagai generasi Z mengunggah berbagai foto jalinan asmara yang cukup pribadi di dalam fitur *close friends* dan unggahan tersebut tersebar akibat salah satu pengikut yang masuk dalam daftar *close friend* menyebarkan foto tersebut.



Gambar 1.4 Skandal fitur *Close Friends* Zara JKT48 di Instagram

Sumber : <https://kuyou.id/homepage/read/24283/fakta-terbaru-adhistry-zara-dan-niko-al-hakim-diduga-bobo-bareng-tak-hanya-ciuman-gaes>

Namun, terdapat pula beberapa kasus dikalangan masyarakat yang berawal curhat berlebihan di fitur *close friends* berujung pada tindak penyebaran informasi karena pada dasarnya pengungkapan diri yang berlebihan tidak sepatutnya disebar dan diceritakan di sosial media.

Munculnya jejaring sosial seringkali mendorong pengguna untuk mulai menggunakan berbagai layanan yang tersedia di jejaring sosial tersebut. Secara psikologis, orang merasa bahagia ketika melihat dirinya di media sosial sebagai bentuk pengakuan dan harga diri. Secara keseluruhan, jejaring sosial telah menjadi media yang memberikan ruang terbesar bagi setiap individu untuk berkreasi dan berbagi. Terlebih lagi adanya fitur *close friends* yang memungkinkan penggunanya merasa mereka dapat mengunggah hal apapun kepada orang-orang sudah dianggap sebagai teman dekat.

Dengan semakin banyaknya kasus pengungkapan diri yang dilakukan oleh generasi Z di media sosial Instagram, terutama maraknya membuat unggahan yang berlebihan. Penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Satya Negara Indonesia Kampus B yang mana peneliti melihat adanya fenomena Mahasiswa/i yang melakukan *self disclosure* pada media sosial Instagramnya dalam fitur *close friends*. Hal tersebut memunculkan keinginan peneliti untuk mengkaji bagaimana fitur *close friends* mempengaruhi mereka untuk membuka diri dan motif apa yang mempengaruhi mereka melakukan *self disclosure* menggunakan fitur *close friends*. Hal ini terlihat karena generasi Z adalah generasi yang aktif menggunakan jejaring sosial, terutama Instagram, dan cenderung melakukan *self disclosure* berlebihan di Instagram. Mengacu pada rumusan masalah tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“SELF DISCLOSURE PADA PENGGUNA FITUR CLOSE FRIEND DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH GENERASI Z DI UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA KAMPUS B ANGKATAN 2018 ”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat disusun rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *self disclosure* pengguna fitur *close friends* di media sosial Instagram oleh generasi Z di Universitas Satya Negara Indonesia Kampus B Angkatan 2018?
2. Apa motivasi pengguna fitur *close friends* pada media sosial Instagram oleh generasi Z Universitas Satya Negara Indonesia Kampus B Angkatan 2018?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan-tujuan dari penelitian yang dilakukan, yaitu :

1. Mengetahui *self disclosure* pengguna fitur *close friends* di media sosial Instagram oleh generasi Z di Universitas Satya Negara Indonesia Kampus B Angkatan 2018
2. Mengetahui motivasi pengguna fitur *close friends* pada media sosial Instagram oleh generasi Z Universitas Satya Negara Indonesia Kampus B Angkatan 2018

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan, baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk penelitian lain dibidang studi terkait. Selain itu, diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi ilmu-ilmu khususnya ilmu komunikasi, dengan mempelajari komunikasi antar manusia dalam konteks keterbukaan atau *self disclosure*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada pengguna media sosial mengenai keterbukaan diri ketika berinteraksi dan berbagi konten mengenai kehidupan pribadi agar lebih bijak dalam hal penggunaannya. Serta sebagai bahan acuan bagi peneliti lainnya untuk melakukan riset mengenai penelitian terkait.