

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial. Hal ini membuat manusia tidak bisa hidup sendiri. Maka dari itu sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan orang lain untuk bisa bertahan hidup di dunia. Adanya kebutuhan manusia terhadap manusia lain mendorongnya untuk membentuk suatu hubungan dan melakukan interaksi sosial dengan sesamanya. Soerjono soekanto (2012:55) berpendapat bahwasannya interaksi sosial merupakan sebuah dasar dari proses sosial, yang merujuk pada berbagai hubungan-hubungan sosial yang dinamis antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok atau individu dan kelompok di dalam masyarakat. Interaksi sosial ini dapat berupa saling bicara, pertikaian hingga kerjasama guna mencapai suatu tujuan bersama.

Era globalisasi yang mendorong perkembangan digitalisasi dalam setiap aspek kehidupan, di mana turut pula melahirkan berbagai macam media interaksi baru, yang mana salah satunya ialah media sosial. “Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia *virtual*. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia,” (Winda Kustiawan et al., 2022)

Media sosial hingga saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dan memiliki berbagai macam jenis media sosial yang beredar dan digunakan oleh masyarakat luas. Berbagai macam media sosial yang beredar dan digunakan oleh masyarakat secara luas yakni meliputi media sosial Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok, Kaskus dan lain sebagainya.

Adanya media sosial yang beredar, di mana media sosial telah menjadi faktor perubahan pola interaksi di dalam masyarakat. Perubahan pola interaksi di dalam masyarakat jaringan ini dapat terjadi dikarenakan

media sosial telah menjadi salah satu bagian penting yang tak akan terpisahkan dari kehidupan masyarakat di zaman sekarang. Hal ini tercermin dalam laporan digital 2024 yang diselenggarakan oleh *Hootsui* (*We are social*) yang menunjukkan data serta tren penggunaan internet dan media sosial di seluruh dunia. Laporan ini menyebutkan bahwasannya terdapat total jumlah pengguna aktif internet sebanyak 5,35 miliar dan memiliki tren kenaikan sebanyak 97 juta atau 1,8% dari tahun sebelumnya. Sedangkan dalam hal pengguna aktif media sosial disebutkan bahwasannya terdapat sebanyak 5,04 milyar dengan tren kenaikan sebanyak 266 juta atau 5,6% dari tahun sebelumnya.

Gambar 1 1 Data Pengguna Internet Seluruh Dunia



Sumber: *We are social*

Indonesia merupakan negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi serta menjadi negara keempat dengan populasi terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat. Pertumbuhan penduduk Indonesia memiliki implikasi yang cukup besar terhadap penggunaan internet dan media sosial di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini seperti yang disebutkan dalam laporan digital *we are social* 2024, bahwasannya pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta atau 77% dari total populasi yang ada saat ini. Disusul dengan data pengguna aktif media sosial di Indonesia yang mencapai 167 juta atau 60,4% dari total populasi yang ada di Indonesia.

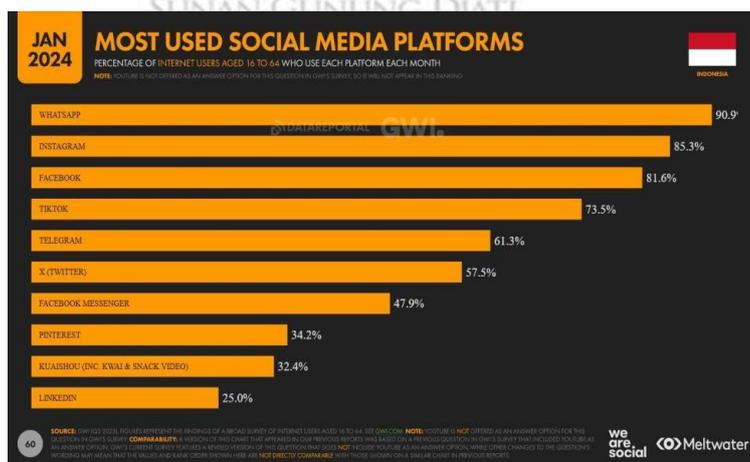
Gambar 1 2 Data Tren Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia



Sumber: *We are social*

Media sosial yang saat ini populer dan sering digunakan oleh masyarakat umumnya adalah Instagram. *Instagram* adalah salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh masyarakat umum, khususnya masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dari survey dan laporan data tren 2024 yang dilakukan oleh *We Are Social*. Data tersebut mencantumkan *Instagram* sebagai media sosial yang digandrungi dan menjadi media sosial kedua yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

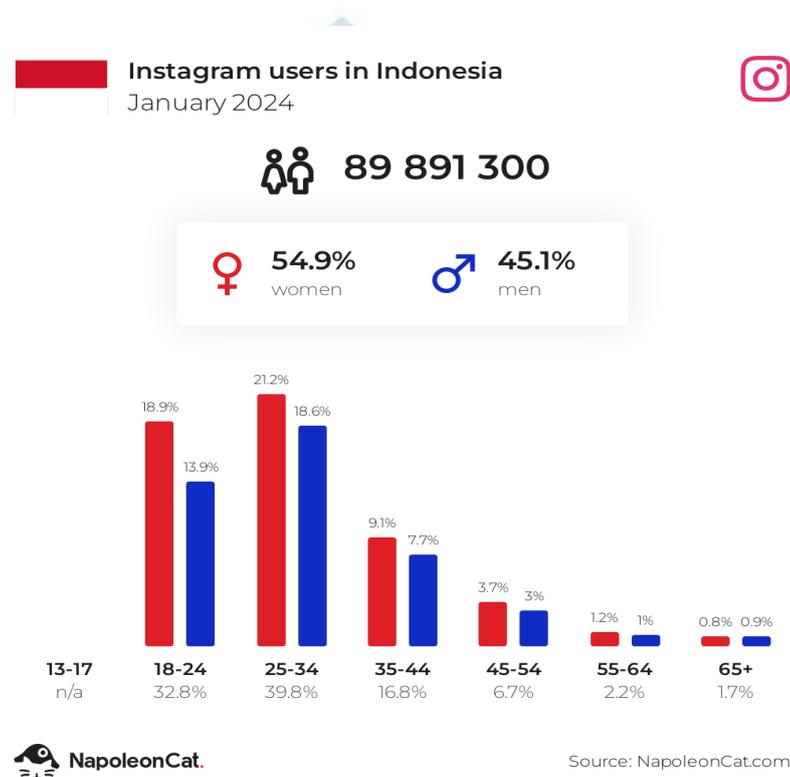
Gambar 1 3 Data Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan Di Indonesia



Sumber: *We are social*

Dilihat dari banyaknya jumlah pengguna Instagram di Indonesia yang didominasi oleh Generasi Z, di mana Generasi Z merupakan generasi dengan penguasaan teknologi yang baik (Generasi *digital native*) yang sejalan dengan laporan tentang pengguna internet di Indonesia dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), disebutkan bahwasannya pengguna internet didominasi oleh kalangan Generasi Z sebesar 34,40% dan kalangan Generasi Milenial sebesar 30,62%. Dengan komposisi gender menurut *Napoleon Cat* sebanyak 54,9% perempuan dan 45,1 % laki-laki.

Gambar 1 4 Proporsi pengguna Instagram menurut jenis kelamin



Sumber: *Napoleoncat*

Banyaknya pengguna internet khususnya media sosial instagram dari kalangan Generasi Z, memberikan dampak yang cukup besar terhadap perilaku Generasi Z dalam menggunakan instagram di kesehariannya. Hal ini dikarenakan Generasi Z yang khususnya kalangan mahasiswa cenderung menggunakan akun Instagram nya sebagai media untuk mempresentasikan dirinya atau dengan kata lain mahasiswa menggunakan Instagram sebagai alat

untuk membangun citra diri di dunia maya. Seperti yang dikemukakan oleh Dwi dan Janitra (2018), Instagram digunakan sebagai media representasi diri dan eksistensi para penggunanya.

Instagram sebagai sebuah media representasi diri Generasi Z (mahasiswa), merupakan media sosial yang memiliki berbagai macam fitur menarik yang disediakan guna menunjang aktivitas representasi diri di dunia maya. Media sosial ini merupakan media yang digunakan untuk berbagi foto dan video para penggunanya. Penggunaan Instagram tidak hanya terbatas pada komunikasi namun juga sarana informasi, karena di masa kini sudah banyak akun-akun yang menyajikan informasi sosial, ekonomi hingga budaya.

Dalam menunjang kegiatan representasi diri, Generasi Z menggunakan berbagai macam fitur yang disediakan oleh *Instagram*. Fitur-fitur itu meliputi *Reels*, *Instagram Story* hingga *Feed*. Karena jumlah massa yang semakin besar serta heterogenitas pengikut di dalam Instagramnya. Hal ini lambat laun mengakibatkan para pengguna kehilangan ruang pribadi dan kehilangan wadah untuk mengekspresikan jati dirinya, yang memunculkan suatu keinginan eksklusif di mana terjadinya pembatasan pengungkapan diri di khalayak umum.

Adanya problematika yang timbul akibat dari kegiatan representasi diri, para pengguna khususnya mahasiswa membuat suatu ruang tertutup (*private*) di mana hanya dia dan teman-teman atau kolega terdekatnya saja yang bisa mengonsumsi konten-konten yang bersifat pribadi serta intim. Hal ini dapat direalisasikan dengan adanya suatu upaya klasifikasi teman, kolega hingga kerabat yang dirasa dekat oleh pengguna media sosial Instagram, menggunakan salah satu fitur andalannya yaitu fitur *close friend* yang ada di dalam aplikasi Instagram.

Fitur *close friend* pada media sosial Instagram dapat digunakan sebagai media di mana para pengguna bisa membagikan berbagai macam foto, video, hingga konten-konten pribadi kepada teman-teman terdekat sebagai suatu upaya dan wadah untuk melakukan pengungkapan diri tanpa takut dan

khawatir berpengaruh terhadap citra diri di khalayak umum atau bahkan stigmatisasi pihak luar terhadap dirinya.

Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana penggunaan fitur *close friend* sebagai media pengungkapan identitas diri di kalangan mahasiswa sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2024. Dengan melihat bagaimana mahasiswa Generasi Z berbagi konten serta menunjukkan eksistensinya dengan lebih bebas di dalam fitur *close friend* dengan menggunakan sudut pandang fenomenologi Alfred Schutz .

Hal ini penting untuk dilakukan karena hal ini berkaitan erat dengan keterbukaan diri mahasiswa (Generasi Z) dan bagaimana ia berinteraksi dan berbagi konten dengan sesamanya dari mulai kolega, teman hingga keluarga yang termasuk ke dalam ruang *close friend* miliknya.

Hingga saat ini belum banyak penelitian mengenai penggunaan fitur *close friend* media sosial Instagram sebagai sebuah media pengungkapan identitas diri di kalangan Generasi Z dalam perspektif sosiologi dengan menggunakan pisau analisis Fenomenologi Alfred Schutz, yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Penggunaan Fitur Close Friend Pada Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Pengungkapan Diri Generasi Z”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwasannya rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penggunaan fitur *close friend* media sosial instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z?
2. Apa saja bentuk-bentuk keterbukaan diri yang dilakukan mahasiswa Generasi Z di dalam fitur *close friend* nya?
3. Bagaimana implikasi dari penggunaan fitur *close friend* di kalangan mahasiswa Generasi Z?

C. Tujuan Penelitian

Dengan maraknya fenomena penggunaan fitur *close friend* pada media sosial Instagram di kalangan Generasi Z. Maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana Penggunaan fitur *close friend* media sosial instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z.
2. Mengetahui apa saja bentuk keterbukaan diri mahasiswa Generasi Z di fitur *close friend*.
3. Mengetahui perihal implikasi yang terjadi dari penggunaan fitur *close friend* pada pengguna media sosial instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua kegunaan, yaitu meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih kebermanfaatannya untuk kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan yang ada, khususnya pada ranah ilmu sosial yaitu Ilmu Sosiologi dan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Selain daripada itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan kebermanfaatannya untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan perspektif fenomenologi Alfred Schutz sebagai pisau analisis dan memiliki fokus penelitian mengenai dunia digital, fitur *close friend* pada media sosial Instagram dan fitur-fitur serupa lainnya di berbagai media sosial.

2. Manfaat Praktis

Dalam hal manfaat praktis, penelitian ini memiliki setidaknya dua manfaat praktis yaitu:

- 1) Memberikan gambaran mengenai perilaku mahasiswa Generasi Z dalam pengungkapan diri di dalam fitur *close friend* media sosial Instagram.

- 2) Penelitian ini dapat menjadi sebuah referensi pada penelitian lebih lanjut mengenai fitur-fitur yang serupa di *platform* media sosial lain, serta membantu memahami bagaimana tren keterbukaan diri di kalangan generasi muda khususnya mahasiswa Generasi Z dengan lebih jelas.
- 3) Bagi peneliti, penelitian ini juga juga diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan lebih lanjut mengenai aplikasi teori dramaturgi dalam masyarakat *digital*, khususnya pada penggunaan fitur *close friend* di dalam media sosial Instagram sebagai bentuk pengungkapan diri mahasiswa Generasi Z.

E. Kerangka Pemikiran

Semakin meningkatnya jumlah pengguna media sosial *Instagram* turut pula merubah bagaimana manusia berinteraksi dalam dunia maya, khususnya kalangan mahasiswa Generasi Z yang merupakan generasi dengan tingkat penguasaan teknologi yang baik dan memiliki kecenderungan perilaku penciptaan citra diri dalam dunia maya.

Dengan adanya kegiatan representasi diri di dalam media sosial *instagram*, para penggunanya bisa tampil menjadi sosok yang ingin mereka tampilkan pada akun media sosial *Instagram* yang lazimnya berupa sosok yang positif serta inspiratif. Adanya kegiatan representasi diri yang dilakukan, mengakibatkan para pengguna kehilangan wadah untuk melakukan kegiatan pengungkapan diri di dalam dunia maya, karena semakin meningkatnya massa dan heterogenitas pengikutnya. Hal ini mengakibatkan maraknya penggunaan fitur *close friend* di dalam media sosial *instagram* sebagai media pengungkapan diri Generasi Z.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori sosiologi yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu teori-teori yang berada dalam cakupan wilayah kajian sosiologi. Teori tersebut ialah teori fenomenologi, yang dikemukakan oleh Alfred Schautz. Teori ini digunakan untuk mengkaji perihal mengapa terjadinya penggunaan fitur *close friend* pada media sosial *Instagram* sebagai media pengungkapan diri individu Generasi Z. Teori ini

mengemukakan bahwasannya suatu tindakan yang dilakukan individu tidaklah muncul dengan begitu saja dan tiba-tiba. Melainkan melalui rangkaian proses yang panjang dan dievaluasi, dengan berbagai macam pertimbangan, baik kondisi sosial, agama, ekonomi, hingga budaya sebelum suatu tindakan dilakukan. Evaluasi ini meliputi motif karena (*because motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*).

Maka pada akhirnya penelitian ini mengungkapkan bahwa proses pengungkapan diri di dalam fitur ini merupakan kegiatan yang telah di rencanakan dan di evaluasi dengan seksama. Di mana pengungkapan diri ini di tinjau dari berbagai aspek dengan melibatkan *because motive* (motif karena), yakni terikat oleh citra diri di hadapan publik, kontrol akses dan privasi fitur *close friend* yang tinggi, serta kejadian buruk di masa lalu. Sedangkan *in order to motive* (motif tujuan) yang ada ialah adanya keinginan untuk berbagi informasi dengan kolega terdekat dan secara terbatas (pengungkapan diri).

Selanjutnya penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat dampak yang timbul dari adanya penggunaan fitur ini terhadap pengguna ialah meliputi aspek internal dan eksternal. Pada aspek internal meliputi kebebasan berekspresi, perasaan senang, perasaan tenang dan rasa percaya diri. Sedangkan pada aspek eksternal meliputi mempererat hubungan, keterasingan dengan keluarga dan hidup dalam baying-bayang citra diri.

Gambar 1 5 Kerangka Berpikir

