

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Hal ini yang menunjukkan betapa pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia. Dalam menjalin interaksi, seorang individu melakukan penyampaian informasi tentang dirinya kepada orang lain. Penyampaian informasi ini lah yang disebut sebagai *self-disclosure* atau pengungkapan diri individu. *Self-disclosure* melibatkan pembagian informasi mengenai diri sendiri, termasuk pikiran, perasaan, dan perilaku. Hal ini memainkan peran penting dalam menjalin hubungan dan komunikasi, di mana dengan bersikap terbuka kita membiarkan orang lain menilai kita sambil juga berbagi pengalaman dan emosi yang tengah kita alami dan rasakan. Saat kita mulai mengungkapkan diri dalam suatu hubungan, kita dapat memotivasi orang lain untuk melakukan hal yang sama. Dari keterbukaan bersama ini, seseorang dapat menciptakan hubungan yang lebih harmonis.

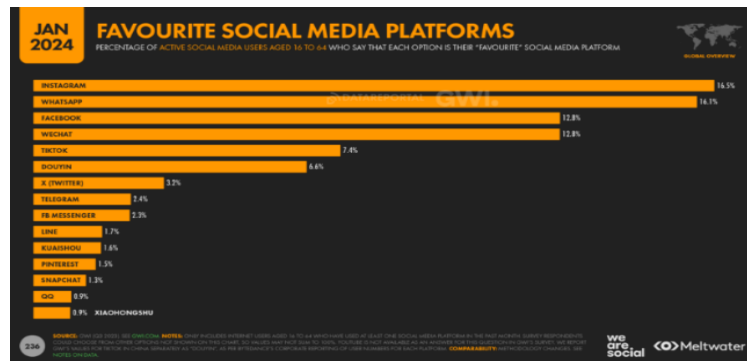
Era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara seseorang berkomunikasi, memperoleh informasi, dan dalam berinteraksi sosial. Perubahan yang paling signifikan yaitu dengan munculnya berbagai platform media sosial yang telah mendominasi aktivitas sehari-hari individu.

Saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan individu dalam aspek apapun. Media sosial mampu memfasilitasi masyarakat untuk mengakses informasi, meskipun kebenaran informasi tersebut terkadang tidak sepenuhnya benar (Hamzah & Putri, 2020). Media sosial juga dapat menjadi wadah yang digunakan untuk saling bertukar informasi dan bersosialisasi antar penggunanya, sehingga tidak jarang pula media sosial ini digunakan oleh penggunanya sebagai media untuk melakukan *self-disclosure*.

Self-disclosure yang biasanya dilakukan antara orang-orang yang memiliki kedekatan personal dan dilakukan secara langsung atau tatap muka, saat ini telah mengalami perubahan. Kini seseorang bisa kapan saja dan dimana saja melakukan *self-disclosure* melalui media sosial, seperti membagikan perasaan, pengalaman pribadi, berkeluh kesah, memperlihatkan aktivitas sehari-harinya, atau bahkan dalam melakukan pekerjaan (Sarjani, 2023).

Seseorang akan cenderung mencari dukungan sosial dimanapun ia berada, salah satu cara mendapatkan dukungan sosial ini yaitu dengan bercerita kepada teman-temannya tentang apa yang sedang ia rasakan ataupun apa yang sedang terjadi pada dirinya (Ratnasari et al., 2021). *Self-disclosure* yang dilakukan di media sosial juga dapat memunculkan isu-isu terkait privasi, namun meskipun begitu hal ini tetap menjadi solusi bagi mereka yang menghadapi kesulitan untuk melakukan *self-disclosure* secara langsung atau tatap muka (Saragih & Malik, 2024).

Salah satu platform media sosial yang saat ini banyak digunakan seseorang untuk melakukan *self-disclosure* yaitu media sosial TikTok. Aplikasi ini memiliki fitur unik yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, membagikan, dan mengonsumsi konten video pendek secara kreatif dan interaktif. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* sebagai salah satu lembaga survei global, menyebutkan bahwa pada kuartal III-2023, TikTok telah memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia sehingga menjadikannya salah satu platform media sosial terbesar dan paling berpengaruh. Pada Januari 2024, aplikasi TikTok ini berada di peringkat ke-5 dalam daftar media sosial terfavorit yang sering digunakan di dunia dengan jumlah pengguna saat ini sebesar 7,4%, sebagaimana pada Gambar 1.1 yang tertera berikut ini.



Gambar 1.1 Data Platform Media Sosial Favorit pada 2024

Sumber: *We Are Social* (2024)

Berdasarkan data *Business of Apps* yang dilansir dari *teknologi.bisnis.com*, sepanjang tahun 2022 aplikasi TikTok telah diunduh sebanyak 748 juta kali, jumlah ini mengalami peningkatan 0,94% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 741 juta kali unduhan. Secara global, mayoritas pengguna TikTok berada dalam rentang usia 18-24 tahun, dengan komposisi 21,5% pengguna perempuan dan 17,4% pengguna laki-laki. Kemudian dari Gambar 1.2, data yang ditunjukkan oleh *We Are Social* dengan fokus hanya pada pengguna yang berusia di atas 18 tahun dapat dilihat bahwa Amerika Serikat menjadi negara pengguna TikTok terbesar yaitu hampir 148 juta pengguna dan disusul oleh negara Indonesia dengan jumlah pengguna TikTok sekitar 126 juta (We Are Social, 2024). Dari data tersebut dapat kita bisa lihat bahwa di Indonesia pengguna TikTok didominasi oleh kalangan remaja yang dapat dikategorikan sebagai generasi Z.

#	LOCATION	TOTAL REACH	ΔQOQ
01	UNITED STATES OF AMERICA	148,017,000	+3.2%
02	INDONESIA	126,831,500	+19.1%
03	BRAZIL	98,589,500	+3.8%
04	MEXICO	74,151,500	+7.6%
05	VIETNAM	67,719,500	+8.2%
06	RUSSIAN FEDERATION	58,592,500	-0.9%
07	PAKISTAN	54,375,000	+13.0%
08	PHILIPPINES	49,087,000	+23.2%
09	THAILAND	44,376,000	+16.5%
10	TURKEY	37,734,000	+5.6%
11	BANGLADESH	37,360,500	(N/A)
12	SAUDI ARABIA	35,100,500	+0.7%
13	EGYPT	32,938,500	+8.7%
14	IRAQ	31,953,500	+4.3%
15	MALAYSIA	28,678,000	+7.1%
16	COLOMBIA	27,306,000	+9.1%
17	JAPAN	26,053,000	+3.8%
18	FRANCE	25,421,500	+20.9%
19	NIGERIA	23,844,000	(N/A)
20	GERMANY	23,563,000	+19.5%

Gambar 1.2 Data Statistik Aplikasi TikTok berdasarkan Reach Ranking

Sumber: *We Are Social* (2024)

Adapun data yang diperoleh dari hasil pra-survei yang dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022, menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa Angkatan 2022 merupakan mahasiswa kelahiran antara tahun 2003-2004 dengan rata-rata berusia 21 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022 masih terkategori sebagai Generasi Z.

Generasi Z yaitu individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012, mereka tumbuh dalam lingkungan yang dikelilingi oleh teknologi dan internet sehingga menjadikan mereka sebagai “*digital natives*” yang sangat akrab dengan berbagai platform media sosial salah satunya TikTok. Generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang lebih terbuka dan toleran, memiliki karakteristik unik dan kecenderungan untuk lebih terbuka dalam berbagi informasi pribadi dibandingkan generasi sebelumnya (Twenge, 2017). Hal ini dapat dilihat dari cara Generasi Z dalam menggunakan media sosial seperti TikTok untuk mengekspresikan diri, berbagi pengalaman, dan membangun komunitas. Generasi Z cenderung tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi saja, tetapi juga sebagai wadah untuk mereka mengekspresikan kreativitas, berbagi pengalaman, dan membangun identitas digital (Oden & Porter, 2023).

Pengaruh TikTok ini menjadikannya sebagai bagian dari budaya populer. Dapat kita lihat dari beragamnya konten-konten yang diunggah di aplikasi TikTok, mulai dari anak remaja hingga ibu rumah tangga bahkan tokoh politik dan agamawan pun banyak yang menggunakan media sosial ini. Hal inilah yang menjadi bukti bahwa TikTok merupakan salah satu produk budaya yang sangat dikenal dan disukai oleh publik diberbagai golongan masyarakat saat ini. Bahkan media sosial TikTok ini mampu melampaui sekat-sekat sosial budaya yang dapat membagi masyarakat, karena platform ini tidak memandang adanya perbedaan diantara masing-masing identitas baik dari segi agama, budaya maupun nilai-nilai tradisi yang terkadang sulit untuk diterima oleh satu sama lain.

Media sosial TikTok telah mampu menyingkirkan semua perbedaan-perbedaan yang ada dan secara luas semua golongan dapat menerimanya. Dapat dilihat dari berbagai negara dan agama apapun mereka tidak segan-segan dalam

melakukan *self-disclosure* di media sosial ini, baik dalam bentuk video curhat, berjoget-joget, atau hanya sekedar memberikan informasi. Semua itu dilakukan sebagai wujud eksistensi dan pengungkapan dirinya di media sosial.

Munculnya TikTok sebagai platform media sosial memungkinkan seseorang untuk secara kreatif menampilkan gaya yang sesuai dengan preferensi mereka, sehingga memungkinkan mereka terlihat sebagai pengguna yang unik dimata orang lain (Pratama & Muchlis, 2020). Apalagi TikTok ini merupakan aplikasi baru yang sedang populer, sehingga banyak penggunanya yang menginginkan popularitas melalui platform tersebut. TikTok juga memungkinkan setiap perangkat dapat mengunggah berbagai jenis konten. Kebebasan ini lah yang pada akhirnya dapat mendorong budaya berbagi yang berlebihan serta keterbukaan diri secara berlebihan di dunia digital.

Self-disclosure yang berlebihan dapat menimbulkan banyaknya kekhawatiran di platform digital serta memunculkan risiko kejahatan seperti pelanggaran privasi, *cyberbullying*, pornografi, memicu komunikasi yang buruk antar penggunanya (miskomunikasi), dan dampak negatif lainnya sehingga diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh media sosial khususnya TikTok terhadap perilaku *self-disclosure* pada generasi Z.

Salah satu contoh kasus yang menjadi bukti adanya dampak negatif dari penggunaan media sosial TikTok setelah melakukan *self-disclosure* berlebihan yaitu meninggalnya seorang remaja berusia 15 tahun yang berasal dari Oklahoma, Amerika Serikat (AS) pada tahun 2020 karena mengkonsumsi obat anti-alergi Benadryl dalam jumlah berlebihan (Hasibuan, 2020). Remaja yang bernama Chloe Philips ini meninggal dunia setelah overdosis karena meminum terlalu banyak obat. Hal tersebut dilakukannya karena ia ingin tetap eksis mengikuti tren yang sedang viral saat itu yakni tantangan (*challenge*) meminum obat anti-alergi Benadryl (*diphenhydramine*) dalam jumlah banyak. Tantangan tersebut dikenal dengan nama “*Benadryl Challenge*”.

Generasi Z biasanya lebih cenderung menggunakan media sosial untuk membangun identitas diri atau mencari pengakuan dari orang lain, dan TikTok hadir sebagai media sosial yang memberikan platform ideal bagi mereka yang ingin

mengekspresikan diri dan mendapatkan umpan balik dari audiens dengan formatnya yang interaktif dan visual. Tetapi di sisi lain kita harus tetap berhati-hati dalam bersosial media, menjaga sikap dan privasi sangatlah penting dilakukan dalam bermedia sosial. Banyak pengguna TikTok yang berperilaku mencolok dan kurang pantas demi mendapatkan perhatian dari audiens atau bahkan hanya untuk mengejar jumlah like dan popularitas di media sosial semata (Hafifah et al., 2024).

Banyak sekali keuntungan yang bisa kita dapatkan jika kita pandai menggunakan media sosial dengan baik. Tidak ada batasan sama sekali bagi seseorang untuk menggunakan media sosial dan mengungkapkan apa yang ingin disampaikan di ruang publik. Hal ini memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial yang salah satunya yaitu TikTok bukan hanya sekedar untuk pengungkapan diri dan eksistensi dalam bentuk berjoget atau hal lainnya, kita juga bisa menggunakannya sebagai media untuk *sharing* terkait ilmu pengetahuan agama maupun ilmu pengetahuan umum lainnya atau bahkan *sharing* tentang pengalaman-pengalaman baik atau buruk yang tengah dirasakan.

Fenomena *self-disclosure* melalui media sosial salah satunya TikTok, menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi wadah yang efektif untuk *self-disclosure* karena sifatnya yang interaktif, personal, dan anonim (Kim & Lee, 2011). Media sosial memungkinkan pengguna untuk merasa lebih nyaman berbagi informasi karena adanya jarak fisik dengan audiens. Pengguna media sosial juga terkadang sering kali tidak sepenuhnya menyadari konsekuensi dari pengungkapan informasi pribadi mereka (Tufekci, 2015). Pengguna media sosial yang lebih aktif dalam *self-disclosure* akan cenderung mengalami lebih banyak tekanan sosial dan kecemasan yang dapat mempengaruhi kesehatan mental mereka (Frison & Eggermont, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk membahas pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital dengan objek penelitian pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022. Hal ini karena, berdasarkan dari hasil pra-survei yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Angkatan 2022 merupakan mahasiswa yang lahir antara tahun 2003-2004 dengan rata-rata usia 21 tahun, sehingga menjadi representasi menarik dari generasi Z yang dinamis, kreatif, dan sangat terhubung dengan teknologi digital. Mereka juga pengguna TikTok yang aktif mengunggah konten ataupun sekedar *scrolling* konten-konten yang disajikan. Mahasiswa memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan TikTok dalam berbagai aktivitas, mulai dari hiburan, pembelajaran, hingga membangun relasi sosial. Penggunaan TikTok oleh mahasiswa ini menjadi fenomena yang relevan untuk dikaji, terutama dalam kaitannya dengan perilaku *self-disclosure* yang mereka lakukan melalui platform tersebut.

Penelitian ini layak untuk diteliti karena fakta mengenai apakah penggunaan media sosial TikTok dapat berpengaruh terhadap *self-disclosure* generasi Z atau tidak ini menarik untuk dikaji dan hal ini pula masih sering kali dipertanyakan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap tingkat *self-disclosure* Generasi Z di era digital, dengan fokus penelitian pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022. Dengan melalui penelitian ini, diharapkan akan terungkap pengaruh antara penggunaan TikTok dengan perilaku *self-disclosure* yang dilakukan mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan dibahas peneliti yaitu mengenai pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital (penelitian pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022). Peneliti menentukan rumusan masalahnya dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar tingkat penggunaan media sosial TikTok di era digital pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022?
2. Seberapa besar tingkat *self-disclosure* generasi Z di era digital khususnya pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022?
3. Apakah ada pengaruh antara penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka permasalahan yang akan dibahas peneliti yaitu mengenai pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital (penelitian pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022). Peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat penggunaan media sosial TikTok di era digital pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat *self-disclosure* generasi Z di era digital khususnya pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas peneliti yaitu mengenai pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital (penelitian pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022). Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis ataupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai referensi pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan perspektif baru dengan mengacu pada teori Modernitas dan Identitas Diri dari Anthony Giddens sebagai pisau analisisnya untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital.
- b. Dengan mengacu pada cluster penelitian mengenai Perubahan Masyarakat pada Era Revolusi Digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan

pandangan yang komprehensif mengenai pengaruh penggunaan media sosial TikTok dalam merubah perilaku *self-disclosure* masyarakat khususnya bagi mahasiswa sebagai salah satu representasi dari generasi Z di era digital sekarang ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta gambaran bagi Mahasiswa bahwa media sosial juga dapat menjadi pendorong seseorang melakukan *self-disclosure* dan apa dampaknya bagi kehidupan mereka, sehingga diharapkan dapat menggunakan media sosial terutama TikTok dengan lebih bijak dan bermanfaat dalam menggunakannya.

b. Bagi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan kurikulum dan materi pembelajaran yang lebih relevan dengan dinamika sosial dan interaksi di era digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat merancang program pemberdayaan mahasiswa yang fokus pada pengembangan keterampilan komunikasi, kesadaran sosial di platform digital, serta menciptakan peluang keterlibatan mahasiswa melalui platform digital. Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga meningkatkan reputasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai institusi yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan generasi muda.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi dan landasan untuk penelitian yang akan datang. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan guna mencari sumber data yang relevan dan meningkatkan pengetahuan mengenai fenomena *self-disclosure*, dengan menggali lebih mendalam serta mengembangkan solusi bermanfaat bagi kehidupan masyarakat yang pada umumnya tergabung dalam ruang lingkup *social networking*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan

kontribusi positif bagi perkembangan komunikasi massa saat ini di tengah pengaruh media sosial yang semakin intens.

E. Kerangka Berpikir

Media sosial telah menjadi bagian yang sulit dipisahkan dari kehidupan generasi Z terutama pada platform seperti TikTok yang menawarkan ruang untuk berbagi informasi pribadi, ekspresi diri, dan interaksi sosial dengan memberikan berbagai fitur yang memungkinkan penggunanya untuk mengungkapkan identitas, berbagi cerita pribadi, hingga membangun hubungan sosial. Salah satu perilaku yang kerap dapat diamati dalam penggunaan TikTok yaitu *self-disclosure*, dimana seseorang mengungkapkan informasi pribadi atau membagikan pengalaman mereka kepada publik. TikTok tidak hanya menjadi tempat untuk hiburan, tetapi juga ruang untuk membangun identitas digital. Fenomena ini juga menghadirkan berbagai permasalahan seperti bagaimana tekanan sosial digital, algoritma platform, dan norma-norma tren memengaruhi pola *self-disclosure* generasi Z yang akrab dengan berbagai platform media sosial.

Sumber utama penelitian ini didasarkan pada tinjauan teori yang merupakan dasar dari kerangka berpikir. Untuk menganalisis fenomena tersebut teori Modernitas dan Identitas Diri dari Anthony Giddens menjadi landasan utama dalam penelitian ini. Giddens, menjelaskan bahwa identitas di era modernitas adalah proyek refleksif yang terus-menerus dibangun dan dinegosiasikan melalui interaksi sosial serta pengalaman individu.

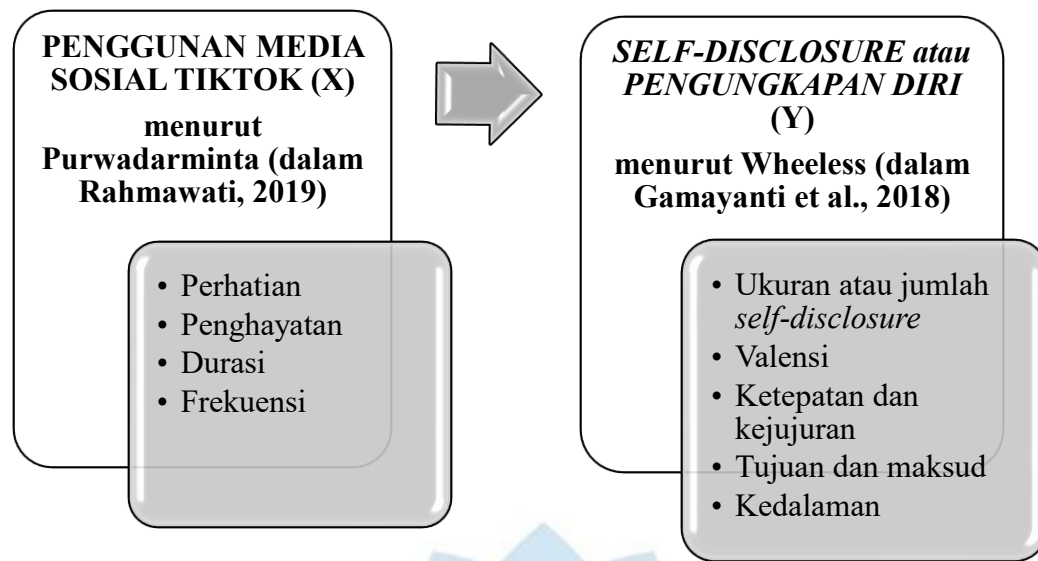
Dalam pandangan Giddens, modernitas dapat menciptakan kondisi di mana identitas individu menjadi proyek refleksif yang terus-menerus dibangun melalui interaksi sosial dan pengalaman sehari-hari. TikTok sebagai salah satu platform digital, memberikan ruang bagi Generasi Z untuk membentuk dan memproyeksikan identitas mereka. Fitur-fitur seperti algoritma yang mendorong viralitas konten, komentar yang bersifat publik, serta interaksi audiens memungkinkan pengguna untuk membangun narasi identitas yang dapat diakses secara luas.

Berdasarkan teori Giddens, dapat diprediksi bahwa penggunaan TikTok secara intensif cenderung dapat mendorong tingkat *self-disclosure* yang lebih tinggi

pada Generasi Z. Platform ini memberikan penghargaan berupa *engagement* seperti *likes*, *views*, dan komentar yang dapat mendorong penggunaannya untuk lebih banyak membuka diri di platform digital. Proses ini didukung juga oleh adanya motivasi personal untuk mencari validasi sosial dan keinginan untuk membangun identitas digital yang diakui dengan mengikuti tren-tren, seperti meniru konten viral agar dianggap “*up-to-date*” di lingkungan sosialnya. Keterbukaan ini juga dapat membawa dampak negatif, seperti pelanggaran privasi, *cyberbullying*, menicu komunikasi yang buruk antar penggunaannya (miskomunikasi), ketergantungan pada pengakuan eksternal, dan tekanan psikologis akibat ekspektasi sosial yang diciptakan oleh platform ini.

Dalam penelitian ini, peneliti membahas permasalahan mengenai pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital (penelitian pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penggunaan media sosial TikTok sebagai variabel independen (X) dan *self-disclosure* sebagai variabel dependen (Y). Pada variabel penggunaan media sosial TikTok diukur melalui beberapa indikator seperti yang dijelaskan oleh Purwadarminta yang diantaranya yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Indikator yang digunakan untuk variabel *self-disclosure* sebagaimana menurut Wheelless terbagi menjadi lima bagian yaitu: (1) ukuran atau jumlah *self-disclosure*; (2) valensi; (3) ketepatan dan kejujuran; (4) tujuan dan maksud; (5) kedalaman.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti sampaikan dalam menguraikan kerangka berpikir yang berfungsi sebagai acuan dalam merepresentasikan alur penelitian. Maka penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital yang dapat dilihat dalam gambar 1.3 berikut ini.



Gambar 1.3 Bagan Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan peneliti (2025)

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) dan perlu dibuktikan dengan cara pengujian yang empiris (Sugiyono, 2013). Berdasarkan pembahasan dalam latar belakang masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta kerangka berpikir. Maka, rumusan hipotesis yang diajukan untuk menguji kebenaran dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni:

1. Hipotesis Nol:

H₀: Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022.

2. Hipotesis Kerja

Ha: Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial TikTok terhadap *self-disclosure* generasi Z di era digital pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022.