

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2024, diperkirakan jumlah populasi Generasi Z secara global akan mencapai sekitar 2,5 hingga 2,7 miliar orang. Generasi Z, yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, kini menjadi kelompok usia yang paling besar di dunia, menyalip jumlah generasi sebelumnya, yaitu generasi milenial. Di Indonesia, yang dikenal sebagai negara dengan populasi terbesar keempat di dunia, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2024, Gen Z diperkirakan akan mencakup lebih dari 70 juta orang. Ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan populasi Gen Z terbesar di kawasan Asia Tenggara. Besarnya jumlah ini berimplikasi signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, mulai dari sosial, ekonomi, hingga budaya. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Gen Z memiliki peran besar dalam mendorong inovasi teknologi, tren digital, serta perubahan perilaku konsumen, khususnya dalam penggunaan media sosial dan konsumsi konten online. Mereka dikenal sebagai digital natives yang sangat terhubung dengan internet dan memiliki kecenderungan untuk mengandalkan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan demikian, Gen Z menjadi faktor kunci dalam transformasi industri, baik dalam sektor bisnis, pendidikan, maupun hiburan (Badan Pusat Statistik, 2024; Firdaus, 2023).

Kehadiran Gen Z juga mendorong perkembangan ekosistem ekonomi digital, termasuk e-commerce, fintech, dan industri kreatif. Generasi ini lebih memilih pengalaman yang personal dan autentik dalam berinteraksi dengan merek dan layanan. Selain itu, mereka juga memiliki kesadaran tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, yang memengaruhi preferensi mereka dalam konsumsi dan gaya hidup. Oleh karena itu, memahami karakteristik dan pola perilaku Gen Z menjadi penting bagi berbagai sektor dalam merancang strategi yang relevan untuk masa depan (Putri & Wijaya, 2022).

Dengan kata lain, Generasi Z (Gen Z) adalah kelompok yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan pesat dalam teknologi, globalisasi, serta perubahan sosial yang terjadi dengan cepat di sekitar mereka. Mereka tumbuh dalam era di mana teknologi digital, terutama internet dan media sosial, memainkan peran yang sangat besar dalam kehidupan sehari-hari. Gen Z dikenal sebagai generasi yang sangat terhubung dengan dunia digital, dengan kebiasaan hidup yang hampir sepenuhnya terkait dengan perangkat elektronik dan platform online (Firdaus, 2023). Salah satu elemen yang menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan mereka adalah media sosial, yang telah menjadi saluran utama untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan terlibat dengan berbagai aspek kehidupan modern (Putri & Wijaya, 2022).

Di antara berbagai platform media sosial yang ada, Instagram tetap menjadi salah satu yang paling populer di kalangan Gen Z. Meskipun statistik spesifik untuk tahun 2024 dapat mengalami fluktuasi, berdasarkan tren yang ada hingga tahun 2023, diperkirakan sekitar 70 hingga 80 persen pengguna Instagram di seluruh dunia berada dalam rentang usia 18 hingga 34 tahun (Firdaus, 2023). Sebagian besar dari kelompok usia ini adalah anggota Gen Z, dengan banyak di antaranya yang berusia antara 18 hingga 26 tahun pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya Instagram sebagai platform bagi Gen Z untuk berinteraksi, berbagi konten, serta mengikuti tren digital yang terus berkembang (Putri & Wijaya, 2022).

Secara global, pada tahun 2024, Instagram diperkirakan akan memiliki lebih dari 2 miliar pengguna aktif setiap bulan, yang menunjukkan betapa luasnya jangkauan platform ini di seluruh dunia. Dari jumlah tersebut, sekitar 30 hingga 40 persen diperkirakan berasal dari kalangan Generasi Z. Dengan demikian, lebih dari 600 juta hingga 800 juta pengguna aktif Instagram dapat dipastikan merupakan bagian dari Gen Z, menjadikan mereka salah satu kelompok terbesar dan paling berpengaruh dalam menggunakan platform ini (Firdaus, 2023). Hal ini menandakan bahwa Instagram telah menjadi salah satu platform sosial media yang sangat dominan, khususnya di kalangan anak muda, yang memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi, berbagi

konten, serta terlibat dalam interaksi sosial yang lebih luas (Putri & Wijaya, 2022).

Di Indonesia, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, Instagram tercatat sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan Gen Z. Angka ini mencerminkan betapa pentingnya Instagram bagi mereka, tidak hanya sebagai tempat untuk berbagi gambar atau video, tetapi juga sebagai sarana utama untuk mengekspresikan diri, berinteraksi dengan teman-teman maupun orang lain, serta memperluas jaringan sosial, baik di tingkat pribadi, sosial, maupun profesional. Dalam konteks ini, Instagram jelas menjadi bagian integral dari kehidupan digital Gen Z, mendominasi cara mereka berkomunikasi dan membentuk identitas diri di dunia maya.



Gambar 1.1

Data Media Sosial Favorit Gen Z di Indonesia

Pada umumnya, dalam komunikasi tatap muka, pengungkapan diri dilakukan antara individu-individu yang memiliki kedekatan emosional atau relasi yang dekat, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi dan hadirnya media sosial, cara orang mengungkapkan diri telah berubah. Menurut Sarjani (2023), media sosial kini

telah menjadi platform di mana banyak orang, termasuk mereka yang tidak dapat melakukan pengungkapan diri secara langsung, mulai berbagi berbagai hal secara terbuka. Hal ini meliputi segala hal mulai dari keluh kesah, kegiatan sehari-hari, hingga informasi terkait pekerjaan atau kehidupan pribadi mereka. Meskipun pengungkapan diri melalui media sosial dapat menimbulkan beberapa isu mengenai privasi dan dampak negatif lainnya, kenyataannya media sosial tetap menjadi saluran penting bagi banyak orang, terutama mereka yang merasa sulit untuk berbicara atau berbagi secara langsung di dunia nyata.

Di kalangan Generasi Z, Instagram bukan hanya sekadar platform untuk berbagi gambar dan video, tetapi juga berfungsi sebagai ruang bagi mereka untuk mengekspresikan diri secara bebas, membangun identitas pribadi, dan berinteraksi dengan orang lain. Dalam hal ini, konsep self-disclosure yang merujuk pada proses berbagi informasi pribadi, perasaan, serta pemikiran dengan orang lain menjadi fenomena yang menarik untuk dianalisis, khususnya di kalangan pengguna muda yang cenderung lebih aktif dalam menggunakan media sosial untuk memperkenalkan diri dan menciptakan citra mereka di dunia maya. Fenomena ini menunjukkan betapa besar pengaruh media sosial dalam membentuk cara generasi muda berkomunikasi dan membangun hubungan dengan orang lain.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Him et al. (2020) yang berjudul "Keterbukaan Diri Siswa (Self-Disclosure)", dijelaskan bahwa self-disclosure merujuk pada tindakan seseorang yang mengungkapkan informasi mengenai dirinya, baik itu berupa perasaan, pemikiran, maupun perilaku. Pada platform media sosial, pengguna memiliki kebebasan untuk memilih apakah mereka ingin berbagi informasi pribadi mereka secara terbuka atau terbatas. Artinya, mereka dapat memutuskan untuk membagikan profil dan postingan mereka dengan publik, sehingga siapa saja yang tertarik dapat mengaksesnya, atau memilih untuk memberikan informasi tersebut hanya kepada orang-orang tertentu, seperti pengikut yang telah disetujui sebelumnya. Konsep self-disclosure di media sosial memberikan kesempatan bagi individu untuk

membangun interaksi yang lebih dekat dengan teman-teman, keluarga, dan bahkan orang-orang yang hanya mereka kenal secara online.

Di platform seperti Instagram, di mana unggahan sering kali mencakup cerita pribadi, pemikiran, dan pengalaman hidup, bentuk self-disclosure ini sangat mempengaruhi cara Generasi Z berhubungan dengan dunia luar dan bagaimana mereka membentuk citra diri mereka di ruang digital. Namun, fenomena ini juga tidak terlepas dari berbagai tantangan, terutama terkait dengan isu privasi, pencitraan diri, serta ekspektasi sosial yang datang bersamaan dengan penggunaan media sosial. Seiring dengan berkembangnya penggunaan media sosial, terutama pada tahun 2024, pengaruh platform ini dalam kehidupan sehari-hari semakin mendalam, sehingga semakin penting untuk memahami bagaimana individu, terutama generasi muda, menavigasi tantangan ini dalam berbagi informasi pribadi secara online.

Self-disclosure merujuk pada proses di mana seseorang memilih untuk memberikan informasi pribadi kepada orang lain, yang mencakup berbagai aspek seperti perasaan, pemikiran, pengalaman, bahkan keyakinan atau pandangan hidup mereka. Dalam konteks media sosial, konsep ini lebih spesifik lagi, yakni mengacu pada kebiasaan individu untuk mengungkapkan berbagai hal yang bersifat pribadi melalui beragam jenis konten yang mereka bagikan di platform online. Konten-konten ini bisa berupa foto, video, status, cerita, atau bahkan caption yang menyertai unggahan mereka (Suryani, 2021). Self-disclosure di media sosial tidak hanya mencakup informasi yang bersifat faktual, seperti lokasi saat itu, aktivitas yang sedang dilakukan, atau status hubungan seseorang, tetapi juga mencakup pengungkapan yang lebih mendalam, seperti perasaan emosional, pikiran pribadi, atau bahkan aspek psikologis yang mungkin tidak mudah diungkapkan dalam percakapan tatap muka (Putri & Wijaya, 2022).

Di Instagram, yang dikenal sebagai platform dengan fokus pada konten visual seperti foto dan video, self-disclosure sering kali lebih terlihat dalam bentuk berbagi momen-momen pribadi, cerita kehidupan, atau ekspresi diri yang lebih kasual dan tidak terlalu formal. Platform ini memberikan ruang bagi pengguna untuk berbagi tidak hanya hal-hal yang sifatnya informatif,

tetapi juga elemen-elemen yang lebih personal dan emosional, seperti perasaan atau pengalaman yang mereka anggap penting (Suryani, 2021). Generasi Z, yang tumbuh dalam dunia digital dan sangat akrab dengan penggunaan media sosial, memiliki kebiasaan yang kuat untuk memanfaatkan platform seperti Instagram sebagai alat untuk membangun identitas mereka. Bagi mereka, Instagram bukan hanya tempat untuk berbagi gambar atau video, tetapi juga ruang untuk berinteraksi dengan orang lain dan memperlihatkan siapa diri mereka kepada dunia secara lebih terbuka dan ekspresif (Putri & Wijaya, 2022). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya media sosial, terutama Instagram, dalam membentuk cara Gen Z berhubungan dengan orang lain dan menciptakan citra diri mereka di dunia maya. Pengungkapan informasi pribadi atau self-disclosure adalah suatu proses di mana seseorang secara sukarela memilih untuk membagikan informasi tentang diri mereka kepada orang lain, yang mencakup berbagai aspek seperti pikiran, perasaan, pengalaman, atau bahkan hal-hal yang lebih pribadi dan intim. Menurut Devito (2011), proses ini adalah bagian integral dari hubungan sosial, karena memungkinkan individu untuk lebih dekat dan saling mengenal satu sama lain melalui pembagian informasi pribadi. Namun, seiring dengan berkembangnya teknologi, cara orang melakukan pengungkapan diri telah mengalami perubahan yang signifikan, terutama dengan adanya media sosial yang memungkinkan orang untuk berbagi lebih banyak informasi kepada publik. Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram, yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk berbagi berbagai macam konten pribadi.

Namun, meskipun Instagram memberikan kebebasan untuk berbagi momen pribadi, tidak semua pengguna mampu mengelola dengan baik batasan antara informasi yang bersifat publik dan yang bersifat privat. Batasan ini merupakan garis pemisah yang ada di antara informasi yang ingin diungkapkan kepada orang lain dan yang sebaiknya tetap disimpan untuk diri sendiri. Pada kenyataannya, banyak pengguna Instagram yang dengan mudah mengunggah hal-hal yang sifatnya sangat pribadi tanpa mempertimbangkan dampaknya. Hal ini menimbulkan risiko-risiko tertentu, terutama terkait

dengan privasi, karena pengungkapan diri yang tidak terkelola dengan baik dapat berujung pada konsekuensi yang tidak diinginkan, seperti penyalahgunaan informasi atau eksposur yang tidak diinginkan.

Sayangnya, beberapa pengguna Instagram tidak sepenuhnya menyadari potensi risiko yang dapat muncul akibat pengungkapan informasi pribadi mereka di media sosial. Tanpa pengetahuan yang cukup tentang pengelolaan privasi dan kesadaran akan perilaku yang tepat di dunia maya, mereka cenderung membagikan informasi tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjangnya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Al-Kandari dkk. (2016), yang menemukan bahwa banyak pengguna media sosial, termasuk Instagram, tidak sepenuhnya menyadari adanya potensi bahaya yang bisa timbul dari pengungkapan diri yang berlebihan atau tidak terkontrol. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran tentang bagaimana mengelola informasi pribadi di media sosial agar dapat meminimalkan risiko dan menjaga keseimbangan antara berbagi dan melindungi privasi di dunia digital.

Selain itu, cara Gen Z mengungkapkan diri di media sosial juga dipengaruhi oleh budaya pencitraan dan validasi sosial yang berkembang di platform seperti Instagram. Banyak pengguna merasa terdorong untuk membentuk identitas digital yang sesuai dengan ekspektasi audiens mereka, sering kali melalui kurasi konten yang menampilkan kehidupan yang ideal atau estetik. Fenomena ini dapat memperkuat tekanan sosial untuk selalu terlihat menarik, sukses, dan bahagia, meskipun realitas di balik layar mungkin tidak selalu demikian.

Di sisi lain, media sosial juga memberikan ruang bagi ekspresi diri yang lebih autentik. Beberapa pengguna mulai mengadopsi tren kejujuran digital dengan membagikan sisi kehidupan yang lebih nyata, termasuk tantangan dan kegagalan yang mereka hadapi. Dengan semakin berkembangnya kesadaran akan kesehatan mental dan pentingnya menjadi diri sendiri di media sosial, sebagian Gen Z memilih untuk menyeimbangkan antara membangun citra diri yang positif dan menampilkan kepribadian yang lebih transparan.

Namun, terlepas dari tren yang berkembang, penting bagi pengguna untuk memahami bahwa pengungkapan diri di media sosial harus dilakukan secara bijak. Mengelola batasan dalam berbagi informasi, memahami risiko oversharing, serta membangun kesadaran akan dampak jangka panjang dari jejak digital adalah langkah-langkah yang dapat membantu Gen Z menggunakan media sosial secara lebih aman dan bertanggung jawab.

Peneliti memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional sebagai informan dalam penelitian ini dikarenakan mereka bagian dari Gen Z yang aktif menggunakan media sosial, terutama Instagram, sebagai sarana komunikasi dan ekspresi diri. Sebagai mahasiswa yang mempelajari teori dan praktik komunikasi, mereka memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana media sosial memengaruhi cara seseorang mengungkapkan diri (self-disclosure). Namun, meskipun memiliki wawasan akademis tentang komunikasi digital, banyak mahasiswa masih menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan antara berbagi informasi secara terbuka dan menjaga privasi mereka. Beberapa di antaranya mungkin terlalu terbuka dalam membagikan kehidupan pribadi tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang, sementara yang lain justru menjadi terlalu tertutup karena takut akan dampak negatifnya.

Masalah ini relevan karena di era digital, batas antara ranah pribadi dan publik semakin kabur. Mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial perlu memahami bagaimana mengelola self-disclosure agar tetap aman, nyaman, dan sesuai dengan identitas yang ingin mereka bangun. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengeksplorasi bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional mengungkapkan diri di Instagram serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam berbagi informasi di ruang digital.

Dari ke empat key informan yang ada, mereka melakukan self disclosure di instagramnya karena ingin menunjukkan antara lain, Ridho sangat selektif dalam berbagi di Instagram. Ia selalu mempertimbangkan apakah unggahannya berpotensi menimbulkan masalah atau membuatnya tidak nyaman jika dilihat orang asing. Jika ada keraguan, ia memilih untuk

tidak memposting. Adzra menggunakan Instagram sebagai alat personal branding. Baginya, media sosial adalah cara untuk mengontrol narasi tentang diri sendiri, membangun citra yang baik, dan memperluas networking. Setiap unggahannya dibuat dengan tujuan yang jelas. Auliya melihat Instagram sebagai tempat berekspresi dan berbagi pengalaman. Ia kadang membagikan cerita untuk mendapatkan dukungan dari teman-teman atau sekadar mencurahkan isi hati. Namun, ia tetap memiliki batasan tentang apa yang layak diposting, dan Apreza menggunakan Instagram sebagai jurnal pribadi dan media ekspresi. Ia tidak sekadar ikut tren, tetapi lebih suka berbagi pengalaman yang bisa mengundang interaksi dan diskusi dengan followers-nya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka penulis membuat suatu rumusan masalah sebagai focus penelitian ini, yaitu bagaimana “Bagaimana Self Disclosure pada kalangan Generasi Z di Media Sosial Instagram tahun 2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti akan menganalisis dan mendeskripsikan secara mendalam bagaimana “Bagaimana Self Disclosure pada kalangan Generasi Z di Media Sosial Instagram tahun 2024?”

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan point yang sudah dijelaskan di atas, manfaat yang diharapkan penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang bisa digunakan sebagai acuan di bidang penelitian komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

A. Dari Peneliti

Hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan serta keahlian peneliti ketika melakukan penelitian, serta

bermanfaat dalam memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1.

B. Dari Universitas Nasional

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat guna bahan referensi untuk penelitian berikutnya.

C. Dari Generasi Z

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan manfaat bagi Generasi Z sebagai generasi yang terpapar pengaruh digital dalam self disclosure di media sosial Instagram.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian “Studi Fenomenologi Pengelolaan Self-Disclosure melalui Penggunaan Second Account Instagram Influencer” Terdapat 5 bagian, rincian dari bagian sistematika penulisan dapat dilihat berikut ini:

a. BAB I PENDAHULUAN:

Pendahuluan meliputi tentang penjabaran latar belakang mengenai Experiental Teori Self Disclosure terhadap Penggunaan Second account Instagram, menetapkan perumusan masalah yang diteliti dan sebagai tumpuan dari penelitian ini, lalu menentukan tujuan dari penelitian yang dilakukan dalam aspek teoritis dan praktis, serta manfaat penelitian dan juga sistematik penelitian penulisan tugas akhir atau skripsi.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA:

Pada tinjauan pustaa mencantumkan tentang referensi penelitian terdahulu yang menyerupai penelitian yang akan diteliti lalu menjabarkan isi penelitian, persamaan dan perbedaannya. Pada bab dua menjelaskan tentang teori yang diterapkan, konsep diperlukan sebagai tumpuan focus serta penjelasan lain yang berhubungan dengan topic dan variable penelitian, lalu dilengkapi dengan teori yang akan diterapkan, dan juga menyatakan hipotesis sementara dari penelitian ini.

c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN:

Mencakup mengenai penjabaran penggunaan metode penelitian, jenis penelitian apa yang digunakan, dimana lokasi penelitian diadakan, kapan waktu penelitian diadakan, menentukan populasi apa yang akan diteliti dan berapa sampel penelitian yang harus dicari, lalu menentukan teknik untuk melakukan pengumpulan data penelitian, dan mengoperasionalisasi variable penelitian, serta penggunaan teknik pengujian data penelitian.

d. **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN:**

Analisis dan pembahasan dalam penelitian ini dimulai dengan pendahuluan yang menjelaskan tujuan dan pentingnya topik. Selanjutnya, akan disajikan deskripsi responden terkait demografi dan karakteristik penggunaan media sosial. Fokus akan diarahkan pada motivasi generasi Z dalam menciptakan akun kedua, diikuti dengan analisis pengelolaan self-disclosure, termasuk jenis konten yang dibagikan dan batasan yang ditetapkan. Dampak penggunaan akun kedua terhadap identitas dan interaksi sosial juga akan dibahas, serta tantangan yang dihadapi terkait privasi dan penyalahgunaan informasi. Diskusi akan menghubungkan temuan dengan teori dan literatur yang ada, diakhiri dengan kesimpulan yang merangkum poin-poin penting dan memberikan rekomendasi untuk praktik dan penelitian mendatang. Struktur ini bertujuan untuk menyajikan analisis secara jelas dan teratur.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN:**

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z menggunakan akun kedua di Instagram secara strategis untuk mengelola self-disclosure, dengan tujuan berbagi konten pribadi, menjaga privasi, dan mengekspresikan berbagai aspek identitas mereka. Meskipun memberikan kendali lebih baik atas batasan informasi publik dan pribadi, tantangan terkait privasi dan risiko penyalahgunaan informasi masih perlu diperhatikan. Oleh karena itu, pengembang media sosial disarankan untuk menciptakan fitur yang mendukung pengelolaan identitas dan privasi, serta memperkuat literasi digital guna meningkatkan kesadaran akan perlindungan data pribadi. Penelitian lanjutan perlu mengeksplorasi dampak jangka panjang penggunaan akun kedua terhadap kesehatan mental dan hubungan sosial.