

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini perkembangan teknologi di tengah masyarakat tidak dapat dipungkiri kemajuannya. Hal ini juga termasuk dengan adanya perkembangan komunikasi yang berjalan beriringan dengan kemajuan teknologi informasi. Dengan banyaknya teknologi informasi dan komunikasi tersebut sangat mempengaruhi cara masyarakat dalam berinteraksi antara satu sama lain. Salah satu cara dalam melakukan interaksi komunikasi adalah dengan menggunakan internet. Sehingga dapat dikatakan bahwa internet merupakan medium perantara yang sangat penting dalam melakukan komunikasi (Kristiyono, 2015).

Melalui data hasil penelitian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2022), dapat diketahui jumlah tingkat penetrasi internet di Indonesia untuk tahun 2021-2022 adalah 210.026.769 jiwa atau sebanyak 77,02%. Diketahui pula mengenai penggunaan internet paling banyak merupakan pengguna di usia 13-18 tahun sebesar 76,63% dan 19-34 tahun sebesar 53,99% dengan konten internet yang sering diakses adalah media sosial berjumlah 89,15%. Dari penelitian tersebut menjadi hal yang paling menarik dimana pada rentang usia pengguna internet di Indonesia 18-25 tahun sebesar 49%, hampir setengah dari seluruh penduduk Indonesia. Menurut Kristiyono (2015), rentang usia tersebut masuk kedalam sebuah kategori yang disebut sebagai *Digital Native* atau penduduk yang lahir di masa teknologi telah berkembang pesat khususnya teknologi digital. Hal ini jelas menggambarkan akan ciri dari Generasi Z yang lahir di antara tahun 1995-2010 dan sejak kecil mereka telah terbiasa untuk hidup berdampingan dengan teknologi dan akrab dengan *gadget* canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian yang mereka miliki (Wijoyo, Indrawan , Cahyono, Handoko, & Santamoko, 2020).

Dengan kemajuan internet tersebut, media sosial menjadi sesuatu yang lumrah bagi kalangan Generasi Z. Dimana salah satu fungsi utamanya adalah dengan membangun interaksi dengan berkomunikasi menggunakan media sosial. Para Generasi Z juga memilih untuk menjalin pertemanan ataupun berinteraksi menggunakan media sosial sebagai suatu sarana dan juga dapat memperluas atau membangun jaringan pertemanan. Selain itu, penggunaan media sosial juga membantu mereka untuk dapat lebih leluasa dalam mengekspresikan diri dalam menyampaikan rasa ataupun pikiran secara spontan (Yustisia, 2016).

Handy & Wijaya (2020) menjelaskan bahwa saat ini terdapat satu jenis media sosial yang sangat digemari bagi kalangan Generasi Z, yaitu TikTok. TikTok merupakan sebuah jejaring sosial yang didirikan oleh sebuah perusahaan bernama ByteDance dan terletak di China pada tahun 2016. Pada tahun 2018 TikTok masuk ke Indonesia dan berhasil menjadi viral di kalangan masyarakat – masyarakat Indonesia. Meskipun pada bulan Juli 2018 Kementerian Komunikasi dan Informatika sempat memblokir TikTok dari Indonesia, tetapi di bulan Agustus 2018 masyarakat Indonesia sudah dapat mengunduh aplikasi TikTok kembali. Pengguna TikTok di Indonesia saat ini mencapai lebih dari 10 juta orang. Salah satu alasan mengapa TikTok menjadi sangat viral di Indonesia adalah cara penggunaannya yang cukup mudah dan terdapat fitur – fitur yang menarik seperti menambahkan musik, efek pengubah suara, beberapa stiker dan *effect* unik yang beragam, filter yang dapat menyesuaikan video, timer untuk membantu pengambilan video dan gambar, dan terakhir adalah *beautify* untuk memperindah wajah pengguna juga dapat disesuaikan sesuai keinginan masing – masing pengguna. Dalam penggunaannya, TikTok berfokus dalam menyajikan konten – konten video dengan durasi 15 – 60 detik dan memiliki kelebihan fitur bagi pengguna untuk mengunggah video yang telah dibuat dengan memilih diunggah secara publik atau secara khusus bagi sesama pengikut akun pengguna (*followers*) atau secara personal (*private*) (Fleming, 2020).

Penggunaan media sosial TikTok terutama di Indonesia pada tahun 2021 ini memiliki kenaikan angka yang sangat signifikan. Pada penggunaannya Ishak (2021) menjelaskan bahwa terdapat sekitar 10 juta pengguna aktif TikTok dengan

rentang usia antara 18-24 tahun mengunduh lalu menggunakannya. Pengguna dari Tik Tok yang memiliki rentang usia 18 – 24 tersebut berasal dari kota – kota besar di Indonesia. (Rakhmayanti, 2020).



Sumber : (DATAREPORTAL, 2021)

Gambar 1.1 Mobile App Rankings: Downloads

Salah satu alasan utama mengapa TikTok sangat digemari di tahun 2021 ini adalah karena adanya efek pandemi yang membuat masyarakat tidak dapat melakukan aktivitas mereka secara normal kembali dan mengganti kegiatan mereka dengan menggunakan TikTok, disebutkan bahwa penggunaan TikTok naik sebesar 20%. Terutama untuk Generasi Z yang banyak menghabiskan waktu untuk menggunakan TikTok setiap harinya (Annur, 2020).

Priatna (2019) mempertegas akan karakteristik dari seorang Generasi Z yang memiliki perilaku kepribadian yang sangat akrab dengan teknologi (internet, *smartphone*, media sosial) dan juga bersikap terbuka dalam berpendapat. Untuk dapat bersikap terbuka tersebut merupakan salah satu hal penting dalam dibangunnya komunikasi antar pribadi atau disebut dengan komunikasi interpersonal. Menurut Johnson (2000), dalam menjalin komunikasi interpersonal yang baik terdapat kemampuan – kemampuan yang perlu diperhatikan oleh setiap

individu, seperti bagaimana memulai, menjalin dan mengembangkan komunikasi yang akrab, hangat dan produktif terhadap individu lain. Tetapi untuk sampai kepada tahapan tersebut, terdapat satu proses yang sangat penting untuk dilakukan, yaitu keterbukaan antara masing – masing individu dalam melakukan komunikasi. Proses membuka diri yang dimaksud adalah *self disclosure*. Pearson (2011) mengatakan bahwa dalam melakukan *self disclosure* memiliki arti untuk membuka diri secara sengaja atau disadari dengan memberitahukan informasi pribadi yang dapat bersifat rahasia ataupun sensitif yang mungkin juga belum diketahui oleh orang lain. Membuka diri ini dapat dilakukan dengan membahas berbagai topik informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang masing – masing individu miliki (Dasrun, 2012).

Self disclosure menjadi suatu hal yang penting untuk dilakukan bagi para remaja terkait dengan bagaimana diri mereka dapat belajar untuk membangun hubungan antara satu sama lain. Remaja yang pandai dalam membuka diri biasanya lebih memahami akan dirinya sendiri, lebih baik dalam memecahkan suatu masalah, cenderung untuk menjalin komunikasi yang berkualitas serta membangun hubungan yang lebih bermakna (Devito, 2015).

Interaksi yang terjalin diantara individu tersebut dapat menuntun kearah dilakukannya *self disclosure*, bukan hanya dilakukan secara bertatap muka atau langsung melainkan dapat dilakukan secara online menggunakan sarana yang memang tersedia seperti media sosial. Valkenburg & Peter (2016) menjelaskan bahwa remaja banyak melakukan komunikasi secara online dibandingkan dengan orang dewasa lain. Terutama juga dalam melakukan aktivitas membuka diri secara online, para remaja tersebut jauh merasa lebih nyaman, bebas, dan percaya diri dibandingkan dilakukan secara langsung (Sari, 2018). Menurut Sagiyanto (2018), *self disclosure* yang dilakukan dalam media sosial umumnya dapat dilakukan dengan mengunggah foto, video, melakukan *chatting* atau bertukar pesan, meninggalkan sebuah komentar, memberikan like, dan berbagai hal lainnya yang menggambarkan terjadinya suatu kejadian yang tengah dialami dan dirasakan agar dapat diketahui oleh banyak pengguna media sosial lain.

Penggunaan TikTok yang kian marak di tengah masyarakat membuat banyak individu melakukan pembukaan diri dengan mengekspresikan segala jenis rasa yang tengah dirasakan seperti rasa marah, sedih ataupun senang lalu mengunggahnya pada akun TikTok. Dalam melakukan pembukaan diri atau *self disclosure*, orang akan semakin terbuka jika telah memiliki suatu hubungan yang intim karena adanya rasa percaya yang masing – masing berikan. Tetapi kini, banyak individu yang membatasi diri dalam melakukan self disclosure secara langsung dan lebih nyaman untuk melakukan pembukaan diri melalui media sosial untuk menceritakan pengalaman personal yang dapat diakses secara mudah oleh banyak orang (Yz-zahra & Hasfi, 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut dapat diketahui bahwa melalui TikTok para Generasi Z melakukan pembukaan diri atau *self disclosure*. Hal ini dilihat bagaimana Generasi Z yang secara aktif menggunakan media sosial TikTok lalu melakukan pembukaan diri melalui media sosial tersebut. Melalui media sosial TikTok, Generasi Z mengungkapkan informasi pribadi atau hal – hal yang berisikan pendapat, pengalaman, perasaan yang kepada banyak orang atau pengguna TikTok lain.

Penelitian yang diteliti oleh peneliti ini memfokuskan untuk mengetahui pengalaman dari pengguna TikTok Generasi Z dalam melakukan *self disclosure* atau pembukaan diri melalui media sosial TikTok.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, pertanyaan penelitian yang sesuai untuk menjawab permasalahan penelitian, yaitu bagaimana pengalaman Generasi Z dalam melakukan pemaknaan *self disclosure* dalam media sosial TikTok?

1.4 Tujuan Penelitian

Hal yang ingin dituju dalam penelitian ini mengacu pada rumusan masalah diatas adalah dengan mengetahui pengalaman Generasi Z dalam melakukan *self disclosure* dalam media sosial TikTok.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini secara akademis diharapkan untuk memperoleh suatu pengetahuan baru terkait dengan dilakukannya *self disclosure* oleh Generasi Z melalui media sosial. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian – penelitian yang akan datang dalam konteks pembahasan yang berkaitan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan manfaat pada seluruh tahapan, dan memberikan pengetahuan yang lebih terkait penggunaan TikTok dan apa saja yang perlu diperhatikan dalam melakukan *self disclosure*.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, dimana ruang lingkup penelitian ini adalah hanya media sosial TikTok dalam membahas akan pengalaman diri para pengguna akun TikTok khususnya Generasi Z.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A