

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu melakukan komunikasi sebagai sarana berinteraksi antar individu. Dengan kata lain, seseorang dapat meningkatkan interaksi sosialnya dengan individu lain melalui komunikasi (Irawan, 2017).

Percakapan atau *conversation* merupakan suatu bagian yang esensial dalam komunikasi interpersonal. Ketika berinteraksi dengan manusia lainnya, seorang individu tidak akan terlepas dengan topik percakapan untuk menunjang interaksi tersebut (Sanjaya, 2018). Dalam hubungan pertemanan yang akrab, percakapan yang dilakukan memiliki topik bahasan yang semakin beragam dan intim (DeVito, 2019). Topik percakapan merupakan subjek dari pembicaraan atau apa yang menjadi bahasan dalam pembicaraan (Zulkarnain, 2018). Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi topik percakapan, salah satunya adalah *gender* (DeVito, 2019). Zulkarnain (2018) lebih lanjut juga menyatakan bahwa *gender* tidak hanya berkaitan dengan jenis kelamin seseorang berdasarkan anatomi biologisnya, melainkan mengenai struktur sosial yang dibangun masyarakat. Laki-laki dan perempuan memiliki karakter masing-masing dalam berkomunikasi, termasuk dalam melakukan percakapan. Brizendine (2006) dalam Zulkarnain (2018) menyatakan bahwa rata-rata wanita mengucapkan sebanyak 20.000 kata setiap harinya, sementara laki-laki hanya mengucapkan sekitar 7.000. Topik pembicaraan antara laki-laki dan perempuan juga akan berbeda sesuai dengan peranan yang mereka emban di masyarakat. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan DeVito (2019) bahwa wanita lebih terbuka dalam menceritakan pengalaman terdahulu, emosi, dan hubungan romantis, sementara pria cenderung lebih banyak mengambil alih pada pertemuan pertama untuk menunjukkan dominasi dalam hubungan. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui apakah terdapat perbedaan dalam

topik percakapan antara laki-laki dan perempuan, terutama di era modern ini, di mana media sosial sudah lumrah digunakan.

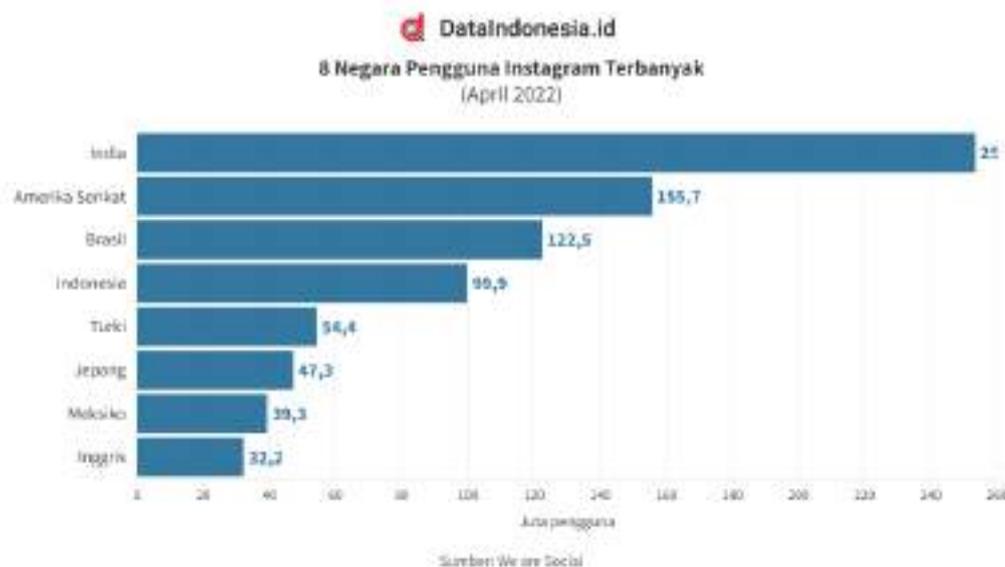
Percakapan tidak hanya dapat terjadi melalui pertemuan tatap muka, melainkan dapat terjadi secara daring melalui media sosial. Perkembangan media sosial yang begitu pesat telah memungkinkan para penggunanya, baik secara individu maupun kelompok, untuk memanfaatkannya dalam menjalin hubungan antar manusia, salah satunya melalui percakapan (Simangunsong, 2016).

Pengguna internet di Indonesia yang terus bertambah dapat dibuktikan melalui hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2022). Menurut hasil survei APJII, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 210 juta dengan tingkat pertumbuhan penetrasi internet sebesar 77,02% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, jumlah pengguna internet paling banyak merupakan golongan usia 13-18 tahun, yakni sebesar 76,63%, disusul kelompok usia 19-34 tahun sebesar 53,99%. Sejumlah 89,15% pengguna mengakses konten media sosial ketika menggunakan internet. Berdasarkan penelitian tersebut juga didapati bahwa pengguna internet dengan rentang usia remaja dan dewasa muda menempati peringkat teratas sebagai mayoritas pengguna internet. Rentang usia 18-25 tahun yang menjadi bagian dari mayoritas pengguna internet tersebut merupakan sebuah kategori yang disebut *Digital Native*, yaitu penduduk yang lahir dan tumbuh pada masa dimana teknologi, khususnya teknologi digital, telah berkembang pesat (Kristiyono, 2015). Keakraban kelompok usia tersebut terhadap internet sejalan dengan ciri Generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1995-2010 dan telah mengenal teknologi sejak usia dini, bahkan secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka (Wijoyo, Indrawan, Cahyono, Handoko, & Santamoko, 2020).

Salah satu fungsi utama penggunaan media sosial oleh Generasi Z adalah membangun interaksi melalui komunikasi dengan media sosial. Generasi Z sering memanfaatkan media sosial sebagai sarana berinteraksi, memperkuat,

dan memperluas hubungan pertemanan. Tak hanya itu, media sosial juga berperan penting dalam membantu Generasi Z untuk lebih leluasa dalam mengekspresikan diri melalui penyampaian pikiran atau rasa secara spontan (Yustisia, 2016).

Salah satu media sosial yang banyak diminati masyarakat Indonesia saat ini adalah Instagram. Menurut survei *We Are Social* (2022), Indonesia menempati urutan keempat sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia. Pengguna aktif bulanan Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022, dan pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia adalah sejumlah 99,9 juta.



Gambar 1.1 Negara Pengguna Instagram Terbanyak

Sumber: *We Are Social* (2022)

Media sosial Instagram telah menjadi sarana bagi masyarakat, khususnya remaja, agar tidak segan untuk mengunggah aktivitas mereka. Konten yang biasa diunggah di Instagram berupa kegiatan, keluh kesah, foto, maupun video singkat melalui post feeds maupun story. Selain sebagai pembentuk identitas diri, Generasi Z kini banyak menggunakan Instagram sebagai tempat mencurahkan isi hati maupun masalah yang sedang dihadapi. Biasanya, mereka melakukan hal ini melalui Instagram *Story* atau *caption* pada unggahan foto di

Instagram *Feeds* (Rakanda, Rochayanti, & Arofah, 2020). Pada umumnya, Generasi Z memiliki lebih dari satu akun Instagram. Pada akun kedua mereka, yang lebih dikenal dengan sebutan *second account*, mereka membicarakan hal-hal yang lucu, memalukan, atau bersifat pribadi pada akun dengan jumlah *followers* yang sedikit dan biasanya terdiri dari orang-orang terdekat (Emeraldien, Aulia, & Khelsea, 2019). Ross (2019) menyatakan bahwa alasan pembuatan *second account* Instagram adalah karena kehadiran akun tersebut mampu membuat pengguna untuk lebih nyaman dan percaya diri dalam membicarakan apa saja kepada teman-teman terdekat yang menjadi pengikut akun tersebut.

Percakapan tidak hanya dapat dilakukan melalui pertemuan tatap muka, melainkan juga dapat dilakukan secara daring melalui sarana yang tersedia, seperti media sosial. Valkenburg & Peter (2016) menyatakan bahwa remaja lebih banyak melakukan komunikasi secara *online* apabila dibandingkan dengan orang dewasa. Media sosial telah berkembang menjadi sebuah alat yang dapat mendukung penyebaran informasi dan percakapan mengenai berbagai aktivitas individu-individu lain. Perkembangan tersebut telah memberikan akses bagi para penggunanya untuk menentukan pilihan topik, aktivitas, kepercayaan, dan pandangan melalui terjadinya pertukaran informasi (Toni, 2022).

Penggunaan *second account* Instagram di kalangan Generasi Z bisa menjadi sarana untuk membicarakan mengenai topik yang berbeda-beda. *Followers* yang terdiri dari orang-orang yang telah dipercaya memungkinkan setiap orang untuk lebih bebas menyampaikan pikiran dan emosi pada *second account* Instagram. Topik-topik ini juga dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagaimana dinyatakan oleh DeVito (2019).

Penelitian terdahulu yang dilakukan telah menyatakan bahwa *gender* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi topik percakapan yang dilakukan melalui interaksi tatap muka (Zulkarnain, 2018; Agustin, 2015; Pakzadian, 2018; DeVito, 2019; P & Sangra, 2015). Selain itu, penelitian yang

dilakukan oleh Sheldon (2013) juga menyatakan bahwa *gender* berpengaruh terhadap intensitas pengungkapan diri yang dilakukan melalui media sosial Facebook. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, sudah ada bahasan mengenai perbedaan topik pembicaraan antara laki-laki dan perempuan, baik secara tatap muka maupun *online*, juga sudah ada penelitian yang membahas pengalaman *self disclosure* melalui *second account* Instagram (DeVito, 2019; Sheldon, 2013; Prihantoro, et al, 2020). Akan tetapi, belum ada penelitian yang membahas mengenai perbedaan topik percakapan berdasarkan *gender* pada *second account* Instagram.

Dengan pesatnya perkembangan media sosial dan penggunaan *second account* untuk sebagai media untuk berinteraksi dengan teman-teman, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan topik pembicaraan antara laki-laki dan perempuan Generasi Z yang hidup di zaman modern melalui *second account* Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, diketahui bahwa *gender* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi topik percakapan, dimana perempuan umumnya memiliki variasi topik lebih banyak dibandingkan laki-laki (Sanjaya, 2018; Zulkarnain, 2018). Percakapan juga dapat terjadi secara *online* melalui media sosial tanpa melalui tatap muka (Simangunsong, 2016). Salah satu media sosial yang digunakan untuk berinteraksi dan melakukan percakapan dengan orang terdekat adalah Instagram, lebih tepatnya *second account* Instagram yang dibuat agar penggunaanya lebih nyaman membicarakan apa saja. Generasi Z sebagai *Digital Native* (Kritstiyono, 2015), menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri dan membagikan informasi. Penelitian yang dilakukan Zulkarnain (2018), Agustin, et al., (2015), dan Pakzadian (2018) menunjukkan bahwa *gender* berpengaruh terhadap topik percakapan, di mana perempuan dikatakan lebih banyak membicarakan topik-topik dan emosi yang dirasakan dibandingkan laki-laki. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui topik-topik yang dibicarakan laki-laki dan perempuan melalui *second account* Instagram, dan

apakah terdapat perbedaan dalam topik pembicaraan tersebut di antara laki-laki dan perempuan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

- Apakah terdapat perbedaan topik percakapan antara laki-laki dan perempuan Generasi Z melalui *second account* Instagram?
- Apa saja topik percakapan laki-laki maupun perempuan Generasi Z melalui *second account* Instagram?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- Mengetahui perbedaan topik percakapan antara laki-laki dan perempuan Generasi Z melalui *second account* Instagram.
- Mengetahui topik-topik yang dibicarakan oleh laki-laki maupun perempuan Generasi Z melalui *second account* Instagram.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat atau kegunaan akademis dan praktis, yang dijelaskan sebagai berikut.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dalam konsep topik percakapan, di mana jika sebelumnya lebih sering dilakukan secara tatap muka, kini banyak dilakukan melalui media sosial. Selain itu, peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian-penelitian yang akan datang dalam konteks pembahasan terkait.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada seluruh tahapan, serta menambah pengetahuan dan pemahaman yang lebih terkait perbedaan topik percakapan dalam *second account* Instagram berdasarkan *gender*. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini mampu memberikan pemahaman pada Generasi Z terhadap perbedaan laki-laki dan perempuan dalam membicarakan topik-topik melalui *second account* Instagram.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA