

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian, ditetapkan enam kajian literatur terdahulu sebagai acuan dan referensi. Keenam jurnal tersebut memiliki perbedaan pada topik penelitian hingga hasil temuan. Keenam jurnal tersebut dapat diamati pada tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori dan Konsep	Metodologi Penelitian	Hasil Temuan
Cyntia Dewi Anggraini, Azizah Des Derivant, & Miftia Andini (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Universitas Mataram, 2022)	<i>Self Disclosure</i> Anak Broken Home di Media Sosial Tiktok (Studi Deskriptif Followers Tiktok di Halaman Komentar Konten @Akuisann)	Mengetahui proses pengungkapan diri yang dilakukan oleh para pengikut di kolom komentar pada konten milik @akuisann	<i>Self Disclosure</i>	Metode penelitian ini adalah kualitatif, studi deskriptif, paradigma interpretif, triangulasi sumber dan wawancara mendalam (<i>purposeful sampling</i>)	Penelitian ini menunjukkan bahwa kelima informan melakukan keterbukaan diri. Kelima informan tersebut membuka dua daerah Johari, yaitu daerah terbuka dan daerah tersembunyi.
Muhammad Saifulloh & Andi Ernanda (WACANA: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), 2018)	Manajemen Privasi Komunikasi pada Remaja Pengguna Akun <i>Alter Ego</i> di Twitter	Untuk melihat bagaimana manajemen privasi komunikasi pada pemilik akun <i>alter ego</i> di Twitter	<i>Communication Privacy Management (CPM)</i>	Metode penelitian pada penelitian ini adalah kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara (<i>purposive sampling</i>)	Peneliti menunjukkan bahwa para pemilik akun <i>alter ego</i> di Twitter melakukan pertimbangan terlebih dahulu untuk mengungkapkan informasi-informasi pribadi miliknya.
Mar'atus Sholihah	Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Instagram Dewasa	Untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pengguna	<i>Communication Privacy Management (CPM)</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengumpulan	Penelitian ini menunjukkan bahwa para informan membagikan

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori dan Konsep	Metodologi Penelitian	Hasil Temuan
(Bachelor Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020)	dalam Menggunakan Fitur <i>Instastory</i>	Instagram dewasa dalam melakukan manajemen privasi komunikasi ketika menggunakan fitur <i>Instastory</i>		data dilakukan melalui wawancara (<i>purposive sampling</i>)	informasi pribadi sesuai dengan keadaan yang mereka alami. Pengelolaan privasi mereka lakukan berdasarkan lima kriteria CPM. Para informan juga memiliki strategi tersendiri dalam melakukan pengaturan privasinya dengan memanfaatkan fitur yang disediakan dalam <i>Instastory</i> , yaitu fitur hapus, dan fitur <i>close friend</i> atau teman dekat.
Ferisa Nurul Kamilah & Sri Budi Lestari (INTERAKSI: Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2020)	Manajemen Privasi Komunikasi pada Pengguna Media Sosial Instagram	Untuk memahami bagaimana seseorang melakukan manajemen privasi komunikasi di akun Instagram miliknya.	<i>Communication Privacy Management (CPM)</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui <i>indepth interview</i> .	Penelitian ini menunjukkan bahwa para informan menerapkan kriteria aturan privasi untuk mengungkapkan diri melalui Instagram.
Stella Angelina & Monika Pretty Aprilla	Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena Instagram <i>Stories</i> Remaja di Yogyakarta	Untuk mengetahui bagaimana remaja SMA di Yogyakarta melakukan kontrol keterbukaan diri melalui fitur <i>Instagram Story</i> dan untuk mengetahui motivasi remaja SMA di Yogyakarta menggunakan	<i>Communication Management Privacy (CPM)</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara (<i>purposive sampling</i>) dan observasi.	Penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa remaja SMA di Yogyakarta belum memahami konsep manajemen privasi komunikasi. Beberapa remaja tersebut merasa tidak peduli dengan kebocoran informasi pribadinya melalui fitur Instagram <i>story</i> .

Selain itu, keenam jurnal memiliki hasil dan kesimpulan yang berbeda. Pada jurnal pertama yang ditulis oleh Derivant, dan Andini (2022), menunjukkan bahwa kelima informan memiliki persamaan, yaitu membuka dua daerah Johari, yaitu *open self* dan *hidden self*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kelima informan melakukan keterbukaan diri melalui unggahan komentarnya pada konten milik @akuisann.

Muhammad Saifulloh dan Andi Ernanda (2018) menemukan hasil penelitian bahwa pemilik akun *alter ego* di Twitter melakukan pertimbangan terlebih dahulu untuk mengungkapkan informasi-informasi pribadi miliknya. Jika ingin menyebarkan informasi yang bersifat pribadi, para pemilik akun tidak langsung mengirimkan foto-foto sensual miliknya, mereka melakukan pengolahan tersendiri hingga mencapai keputusan akhir hingga dapat mengungkapkan informasi tersebut berupa *tweet* di Twitter.

Kemudian pada penelitian milik Junior (2021), ditemukan bahwa para informan membagikan informasi pribadi sesuai dengan keadaan yang mereka alami. Hal tersebut dilakukan karena mereka menganggap informasi-informasi yang dibagikannya bukan informasi pribadi. Meskipun begitu, mereka tetap memiliki batasan privat dalam mengungkapkan informasi pribadi; informasi yang berkaitan dengan keluarga, nomor telepon, dan lain sebagainya, melakukan kontrol terhadap akunnya; dengan mengganti foto profil secara berkala dan melakukan pengecekan akun-akun Tinder yang berkomunikasi dengan informan, dan melalui beberapa sistem tahapan dalam mengelola dan mengungkapkan informasi pribadinya saat menggunakan aplikasi Tinder. Para informan juga mengalami tahap dialektika manajemen, yaitu adanya ketegangan dalam mengambil keputusan untuk menyampaikan informasi-informasi pribadinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ferisa Nurul Kamilah dan Sri Budi Lestari (2020) memiliki temuan bahwa para informan melakukan proses pengungkapan diri secara acak dan tidak bertahap. Selain itu, para informan juga menerapkan kriteria aturan privasi untuk mengungkapkan diri yang dilakukan

melalui Instagram. Hal tersebut dapat dilihat dari para informan melalui berbagai tahapan kriteria yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan akhir untuk menungkapkan dirinya.

Hasil temuan dari penelitian milik Stella Angelina dan Monika Pretty Aprilla (2022) menunjukkan bahwa para informan menetapkan kontrol privasi berdasarkan jenis kelamin atau sesuatu mengenai masalah pribadi. Kemudian, terdapat turbulensi privasi karena orang yang dipercaya bisa saja membocorkan informasi pribadi yang diungkapkan oleh para informan melalui Instagram *story*. Selain itu, beberapa remaja SMA di Yogyakarta juga belum memahami konsep manajemen privasi komunikasi. Beberapa remaja tersebut merasa tidak peduli dengan kebocoran informasi pribadinya melalui fitur Instagram *story*.

Hasil temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Anis Endang Sri Murwani (2020) menunjukkan bahwa para pengguna melakukan manajemen privasi komunikasi dengan aturan yang tegas (tidak menceritakan privasinya) kepada orang-orang yang ditemukan di aplikasi Tantan. Oleh karena itu, pengguna aplikasi Tantan pada rentang usia masa muda melakukan manajemen privasi komunikasi dengan baik. Berdasarkan jenis kelamin, laki-laki lebih dipercaya dalam menjaga rahasia privasi, tetapi tidak terdapat perbedaan dalam pengungkapan privasi antara perempuan dan laki-laki.

Berdasarkan keenam jurnal tersebut, dapat disimpulkan bahwa keenam penelitian tersebut memiliki perbedaan topik penelitian. Penelitian pertama juga memiliki perbedaan konsep dengan lima penelitian lainnya. Namun, lima penelitian lainnya memiliki persamaan dalam penggunaan konsep, yaitu *Communication Privacy Management*. Oleh karena itu, penelitian dengan judul “Manajemen Privasi Komunikasi Generasi Z dalam Unggahan Konten Masalah Keluarga di TikTok” ini memiliki tujuan dan berfokus pada manajemen privasi komunikasi yang dilakukan oleh generasi Z yang mengunggah konten mengenai masalah keluarganya di TikTok. Kebaruan dari penelitian ini adalah topik yang diteliti, yaitu konten masalah keluarga yang diunggah di media sosial TikTok.

2.2 Teori dan Konsep

Penelitian ini menggunakan beberapa teori dan konsep untuk menjadi dasar penelitian. Namun, penelitian ini berfokus pada teori *Communication Privacy Management* oleh Sandra Petronio. Berikut adalah teori dan konsep yang dipilih oleh peneliti:

2.2.1 *Communication Privacy Management*

Untuk dapat melakukan pengungkapan diri, seseorang perlu mengontrol informasi-informasi privat yang dimiliki. Hal tersebut dijelaskan dalam teori manajemen privasi komunikasi yang ditemukan oleh Sandra Petronio. Teori ini memandang bahwa perilaku pengungkapan diri adalah proses pengungkapan informasi yang bersifat pribadi. Selain itu, teori ini juga menggeser fokus pengungkapan diri menjadi pandangan yang lebih luas dan komprehensif, yaitu mencakup pengungkapan pribadi yang memiliki elemen-elemen privasi dan proses pengungkapan (Petronio & Durham, 2015).

Melakukan kontrol informasi pribadi atau *privacy* menjadi penting bagi seseorang karena dapat mengakibatkan beberapa risiko, seperti pengungkapan informasi kepada orang yang salah, waktu yang salah, mengungkapkan terlalu banyak, atau dapat membahayakan orang lain. Oleh karena itu, seseorang harus dapat menyeimbangkan atau mengontrol pengungkapan informasi pribadi. Namun, pengungkapan yang dilakukan seseorang dapat memiliki manfaat, yaitu dapat meningkatkan kontrol sosial, validasi perspektif, dan menjadikan hubungan lebih baik. Petronio mengatakan bahwa teori ini memiliki 3 bagian utama, yaitu (Mahmudi, 2022):

1. *Privacy Ownership*

Merupakan informasi-informasi yang dimiliki dan diketahui oleh setiap individu tetapi tidak diketahui oleh orang lain. Batasan

privat dapat berada pada tingkatan tipis sampai tebal. Batasan tebal merupakan batasan yang tidak bisa ditembus, batasan ini menutupi rahasia individu secara mendalam.

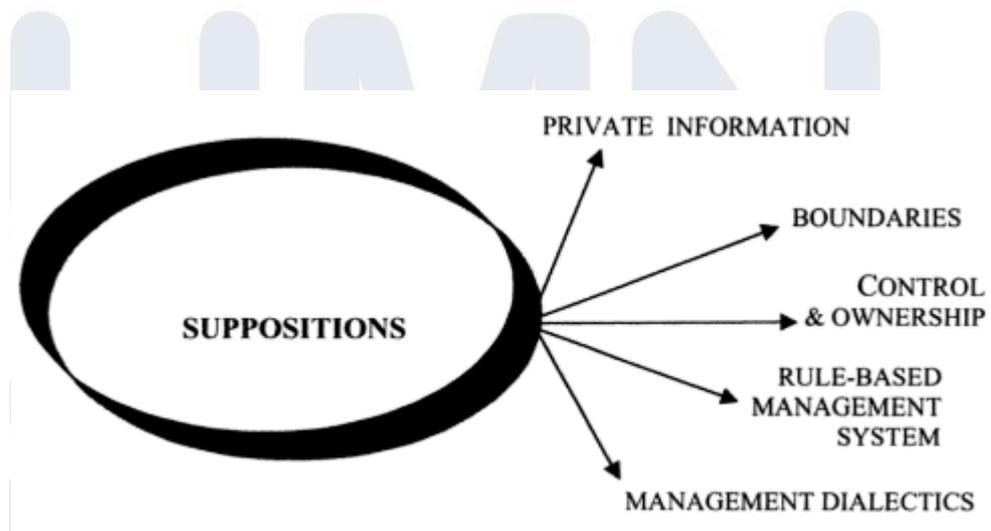
2. *Privacy Control*

Bagian ini melibatkan bagaimana seorang individu menentukan atau memustuskan untuk membagikan informasi pribadinya kepada orang lain. Petronio menyatakan bahwa keputusan untuk membagikan informasi pribadi sama dengan melepaskan kendali dan membentuk kembali batasan-batasan yang terdapat dalam bagian kepemilikan informasi.

3. *Privacy Turbulance*

Bagian ini dapat berjalan jika pembagian informasi tidak berjalan sesuai dengan keinginan individu, ketika teman terdekat yang melanggar aturan dengan membocorkan informasi-informasi pribadi seorang individu.

Selain itu, Petronio (2002) juga menjelaskan bahwa terdapat lima asumsi dasar pada teori manajemen privasi komunikasi yang dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2.2 Asumsi Teori Manajemen Privasi Komunikasi

Sumber: (Petronio & Durham, 2015)

1. *Private Information* (Informasi Privat)

Asumsi ini menjelaskan bahwa informasi yang dimaksud adalah informasi yang sifatnya sensitif bagi seseorang. Pada asumsi ini, individu memiliki hak untuk mengendalikan informasinya. Oleh karena ini, informasi pribadi akan terbuka jika seorang individu dengan individu lainnya memiliki kedekatan atau keintiman.

2. *Privacy Boundaries* (Batasan Privat)

Pada teori ini, informasi pribadi didefinisikan sebagai perasaan bahwa seorang individu memiliki hak untuk memiliki informasi pribadi. Batasan privat memiliki fungsi untuk mengidentifikasi kepemilikan informasi. Terdapat 2 jenis batasan privat, yaitu:

a. *Collective Boundaries* (Batasan Kolektif)

Dalam batasan ini, seorang individu membagikan informasi pribadinya kepada orang lain.

b. *Personal Boundaries* (Batasan Personal)

Dalam batasan ini, seorang individu tidak membagikan informasi pribadinya, dan tetap menyimpan informasi tersebut untuk dirinya sendiri.

3. *Control and Ownership* (Kontrol dan Kepemilikan)

Asumsi kontrol dan kepemilikan menjadi penting bagi setiap individu. Seorang individu menentukan siapa saja yang dapat dan tidak dapat mengetahui informasi pribadinya, karena informasi tersebut milik dirinya. Dengan mengontrol informasi, seseorang dapat melindungi diri dari umpan balik-umpan balik yang tidak diinginkan atau tidak sesuai dengan ekspektasi. Setiap individu merasa dilanggar bila orang lain mengetahui informasi pribadi mengenai mereka tanpa izin mereka.

4. *Rules-Based Management* (Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan)

Terdapat tiga elemen dalam asumsi ini, yaitu karakteristik aturan privasi, koordinasi batasan, dan turbulensi batasan.

a. Karakteristik aturan privasi

- Pengembangan aturan: merupakan keputusan yang dimiliki oleh setiap individu, keputusan tersebut yaitu menyimpan atau mengungkapkan informasi pribadinya berdasarkan kriteria tertentu. Untuk mengembangkan aturan-aturan privasi, maka dibutuhkan lima kriteria sebagai berikut:
- Budaya: terdapat tingkatan informasi pribadi yang penting dan berkembang dalam setiap budaya. Oleh karena itu, terdapat berbagai cara untuk memperlakukan informasi pribadi berdasarkan masing-masing budaya.
- Gender: laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan kriteria untuk mengartikan dan mengontrol kepemilikan informasi pribadinya.
- Motivasional: adanya penilaian dari orang lain untuk membuka atau menutup batas informasi pribadi berdasarkan kebutuhannya. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan ekspresif, pertahanan diri, dan pengetahuan diri.
- Kontektual: merupakan masalah yang dapat mempengaruhi cara aturan privasi yang digunakan dan diubah. Peristiwa-peristiwa yang sesuai dengan kriteria kontekstual, seperti situasi terapeutik, peristiwa traumatis, dan keadaan hidup.
- Rasio Resiko Keuntungan: seorang individu perlu mengendalikan batas informasi pribadi karena mereka perlu menyeimbangkan keuntungan dan risiko sebagai dampak dari pengungkapan diri.

b. Koordinasi Batasan

Asumsi ini adalah proses dari keputusan untuk membagikan informasi pribadi. Terdapat tiga cara dalam

mengelola informasi pribadi, yaitu *boundary linkage* atau keterkaitan batasan; informasi pribadi secara tidak sengaja diketahui oleh orang lain yang menyebabkan lemahnya hubungan karena penerima merasa informasi tersebut tidak ditujukan untuknya, *boundary ownership* atau kepemilikan batasan; berkaitan dengan keistimewaan dan hak yang diberikan oleh seseorang yang membagikan informasi pribadinya untuk melewati batasan, dan *boundary permeability* atau batasan permeabilitas; merupakan banyaknya informasi yang dibagikan melewati batasan telah dilakukan, jika informasi tersebut semakin terbuka, maka batasan akan semakin menipis.

c. Turbulensi Batasan

Elemen ini adalah sebuah perilaku seorang individu mengizinkan orang lain untuk melewati batasan informasi pribadinya. Namun, tanggapan yang diterima tidak sesuai dengan keingannya. Asumsi ini juga mengatakan, jika seorang individu merasakan adanya turbulensi batasan, maka individu berupaya melakukan penyesuaian untuk mengurangi turbulensi tersebut.

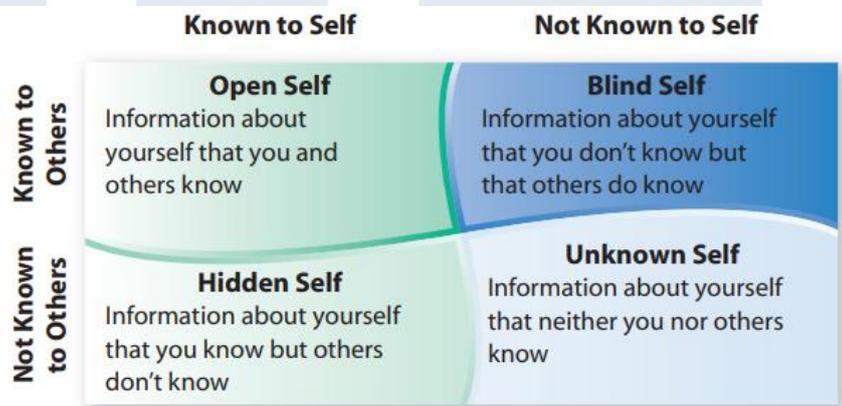
5. *Privacy Management Dialectics* (Dialektika Manajemen)

Asumsi dialektika manajemen berfokus pada sebuah ketegangan mengenai keinginan individu untuk menyimpan atau mengungkapkan informasi pribadinya.

Peneliti memilih untuk menggunakan teori *Communication Privacy Management* karena isi konten yang diunggah oleh informan yang akan diteliti berisikan informasi-informasi yang bersifat privat. Peneliti ingin mengetahui apakah para informan melakukan pemilihan informasi yang akan dibagikan sebelum mengunggah konten dengan informasi privat tersebut. Selain itu, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, para pengguna media sosial seharusnya dapat menyeimbangkan atau mengontrol pengungkapan informasi pribadi.

2.2.2 Self-Disclosure

Self-disclosure atau pengungkapan diri adalah perilaku seorang individu yang membagikan informasi mengenai dirinya kepada orang lain. Untuk dapat dikatakan sebagai pengungkapan diri, maka informasi harus diterima dan juga dipahami oleh orang lain. Pengungkapan diri dapat terjadi melalui tatap muka dan melalui internet atau media sosial (Devito, 2016).



Gambar 2.1 Teori Johari Window

Sumber: (Devito, 2016)

Berdasarkan Devito (2016), terdapat model *self disclosure* yang dikenal sebagai Johari Window. Menurut Joseph dan Harry, model Johari Window menjelaskan bahwa terdapat 4 jendela dalam mengkomunikasikan informasi pribadi, yaitu daerah pribadi terbuka (*open self*), daerah pribadi buta (*blind self*), daerah pribadi tersembunyi (*hidden self*), dan daerah pribadi tidak dikenal (*unknown self*).

1. Daerah Pribadi Terbuka (*Open Self*)

Pada daerah ini, seorang individu mengetahui informasi mengenai dirinya, begitupula dengan orang lain. Dalam daerah ini, tergambar jalinan hubungan yang terbuka sehingga kedua pihak atau lebih mengetahui dan menyadari hubungannya. Jika daerah ini

meluas, maka akan terjalin komunikasi yang efektif, karena seorang individu dapat memahami orang lain dan sebaliknya.

2. Daerah Pribadi Buta (*Blind Self*)

Pada daerah ini, seorang individu tidak mengetahui suatu informasi mengenai dirinya tetapi orang lain mengetahuinya. Seorang individu tidak dapat mengenali dirinya sendiri, tidak ingin menerima kritik maupun saran dari orang lain. Oleh karena itu, jika daerah ini menjadi lebih luas dari daerah-daerah lainnya, maka akan terjadi komunikasi yang sulit. Daerah ini dimiliki pada setiap individu dan sulit untuk dihilangkan.

3. Daerah Pribadi Tersembunyi (*Hidden Self*)

Pada daerah ini, seorang individu mengetahui informasi mengenai dirinya dan merahasiakan informasi tersebut. Terdapat dua konsep yang berkaitan dengan daerah ini, yaitu *over-disclosure* dan *under-disclosure*. *Over-disclosure* adalah perilaku dimana seorang individu mengungkapkan terlalu banyak informasi mengenai dirinya yang seharusnya dirahasiakan. Kemudian, *under-disclosure* adalah perilaku seorang individu menyembunyikan informasi yang seharusnya diungkapkan.

4. Daerah Pribadi Tidak Dikenal (*Unknown Self*)

Pada daerah ini, terdapat informasi mengenai seorang individu yang tidak ketahu oleh dirinya sendiri maupun oleh orang lain. Meskipun begitu, daerah ini dapat terungkap oleh fakta jika seorang individu terus-menerus mempelajari hal-hal mengenai dirinya yang tidak diketahui sebelumnya.

Selain itu, terdapat beberapa manfaat dalam melakukan *self disclosure*, yaitu membantu meningkatkan *self-knowledge*; perspektif baru dan pemahaman mendalam mengenai perilaku diri, membantu meningkatkan hubungan yang lebih dekat dengan orang lain, meningkatkan kepuasan hubungan, dan kesejahteraan fisiologis.

Namun, *self disclosure* juga dapat memiliki potensi berisiko bagi

individu, yaitu risiko personal; mendapatkan penolakan dari orang lain tidak sesuai dengan ekspektasi orang lain, risiko relasi; dapat mengancam suatu hubungan yang menyebabkan penurunan kepercayaan, risiko profesional; pengungkapan yang bertentangan dengan norma organisasi atau terlalu pribadi dapat menjadi risiko tambahan (Devito, 2016).

Pada awalnya, perilaku pengungkapan diri dilakukan antara dua orang secara langsung dan tertutup dan merupakan komunikasi antarpribadi. Namun seiring berkembangnya teknologi, kini pengungkapan diri tidak hanya terjadi pada perbincangan *face to face* antara dua orang, tetapi terjadi melalui internet atau media sosial. Bahkan, peneliti menemukan bahwa pengungkapan diri terjadi lebih banyak dan cepat di internet (Devito, 2016). Teori ini berkaitan dengan perilaku generasi Z yang membagikan informasi pribadinya melalui TikTok. Dengan hal tersebut, mereka melakukan pengakuan diri sehingga jendela pertama berdasarkan Johari Window (*open self*) menjadi terbuka.

2.2.3 Keluarga *Broken Home* dan Masalah Keluarga

Keluarga adalah lingkungan pertama dalam proses sosialisasi pribadi anak dan merupakan unit sosial terkecil yang memberikan dasar bagi pertumbuhan dan perkembangan anak. Oleh karena itu, perilaku, sifat, dan pola pikir seseorang dipengaruhi oleh lingkungan keluarganya. Adanya lingkungan keluarga yang baik, maka akan menghasilkan individu dengan kepribadi yang baik. Sebaliknya, jika lingkungan keluarga buruk, maka akan berpengaruh pada perilaku dan kondisi psikis anak-anak mereka (Aurelly, 2022).

Setiap hubungan tidak dapat menghindari konflik atau masalah, termasuk dalam hubungan perkawinan. Istilah masalah dalam hubungan perkawinan sering kali menggambarkan masalah yang terjadi

antara pasangan suami dan istri. Sehingga masalah keluarga merupakan segala bentuk perubahan, perilaku, dan pola yang mengganggu rumah tangga atau keluarga (Sanjaya, 2021). Kemungkinan terburuk yang terjadi sebagai dampak dari adanya permasalahan dalam perkawinan adalah perceraian, yang dianggap sebagai suatu ketidakberuntungan bagi pasangan. Cerai atau perceraian memiliki arti putusnya hubungan perkawinan. Selain itu, pada UU Perkawinan Bab VIII Pasal 38 ditentukan bahwa putusnya hubungan perkawinan disebabkan oleh 3 hal, yaitu kematian, perceraian, dan atas keputusan pengadilan (Swislyn, 2020).

Keluarga *broken home* merupakan suatu kondisi keluarga yang retak karena hilangnya perhatian dan kasih sayang dari orang tua atau struktur keluarga yang tidak lagi lengkap, Karakteristik dari kondisi ini adalah orang tua yang berpisah atau bercerai, salah satu orang tua meninggal, atau orang tua yang tidak bercerai tetapi memiliki konflik. Selain itu Wills juga menjelaskan beberapa penyebab dari kondisi ini, yaitu adanya sikap egosentrisme, kebudayaan bisu dalam keluarga, perang dingin dalam keluarga, kehilangan kehangatan dalam keluarga, masalah pendidikan, dan masalah ekonomi (Nur & Dewanti, 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa keluarga *broken home* merupakan suatu kondisi keluarga yang tidak lagi harmonis dan tidak lagi utuh. Hal tersebut disebabkan karena adanya perceraian, meninggalnya salah satu orang tua, dan orang tua yang tidak bercerai tetapi memiliki konflik sehingga tidak lagi menunjukkan hubungan kasih sayang. Penelitian ini memiliki fokus pada masalah-masalah keluarga berupa orang tua yang bercerai atau salah satunya meninggal, dan orang tua tidak bercerai tetapi memiliki konflik atau masalah.

2.2.4 Media dan Gen Z

2.2.4.1 Media Sosial dan TikTok

Meike dan Young (2017) menyatakan bahwa media sosial adalah hasil penyatuan dari komunikasi personal. Pada media sosial, setiap individu dapat berbagi informasi dan terdapat media publik yang digunakan untuk membagikan informasi kepada siapapun. Dalam media sosial, setiap orang ataupun komunitas dapat memanfaatkannya untuk berkomunikasi, berkumpul, berbagi, dan berkolaborasi. Selain itu, media baru ini memiliki kekuatan *user-generated content* (UGC), kekuatan ini memiliki arti bahwa konten-konten dibuat oleh para pengguna media sosial, bukan dibuat oleh para editor seperti pada media terdahulu atau media massa (Nasrullah, 2017).

Nasrullah (2017) menyatakan bahwa media sosial dibagi menjadi 6 jenis sesuai dengan penggunaan dan fungsinya, yaitu:

1. Jurnal Daring (*Blog*)

Media sosial ini digunakan oleh para pengguna untuk membagikan informasi mengenai aktivitas pengguna. Selain itu, tersedia fasilitas umpan balik untuk para pengguna berupa komentar. Contoh dari media sosial jenis *blog* adalah blogspot.

2. Jurnal Daring Sederhana (*Microblogging*)

Tidak jauh berbeda dengan jenis sebelumnya, pada jenis ini para pengguna dapat membagikan informasi-informasi mengenai dirinya. Contoh dari media sosial jenis *microblogging* adalah Twitter.

3. Jejaring Sosial (*Social Network*)

Jenis media sosial ini merupakan media yang paling populer. Pada media ini, para pengguna dapat membangun hubungan sosial dengan membentuk jaringan pertemanan dengan orang yang dikenal maupun orang asing. Contoh dari

media sosial jenis *social network* adalah Facebook atau LinkedIn.

4. Media Berbagi (*Sharing Media*)

Dalam media ini, para pengguna dapat berbagi dalam bentuk media. Media yang dimaksud adalah seperti foto, video, audio, dan dokumen. Contoh dari media sosial ini adalah Instagram dan TikTok.

5. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Jenis media ini menyediakan fasilitas untuk membuat organisasi, mencari, menyimpan, ataupun mengelola informasi secara *online*. Contoh dari media jenis ini adalah Reddit.

6. Media Konten Bersama (*Collaboration*)

Media ini memiliki konten berasal dari hasil kolaborasi antar pengguna. Contoh dari media sosial ini adalah Wikipedia.

Dalam media sosial, tak jarang ditemukan konten yang berisikan informasi pribadi. Meskipun begitu, banyak studi yang menyatakan bahwa pengguna media sosial sebenarnya peduli dengan informasi pribadi mereka, walaupun mereka merasa tidak keberatan untuk mengumbar informasinya kepada publik (Anwar, 2017).

Informasi pribadi adalah informasi mengenai diri seseorang. Terdapat 2 istilah dalam informasi pribadi, yaitu informasi personal, dan informasi privat. Informasi personal merupakan informasi pribadi yang tidak dapat mengidentifikasi seseorang, dan informasi privat merupakan informasi pribadi yang berhubungan dengan privasi, seperti informasi yang dapat melacak atau menghubungi seseorang (akun surel, nomor telepon, nomor identifikasi (KTP), dan foto).

Jika informasi privat diketahui oleh orang asing, maka dapat menyebabkan kerugian bagi pemiliknya (Bestari, 2022).

Peneliti memilih salah satu media sosial berjenis media berbagi, yaitu TikTok untuk melakukan penelitian. Tiktok merupakan platform aplikasi sosial yang berasal dari ByteDance, Tiongkok, China. Dalam aplikasi ini, pengguna dapat membuat dan mengunggah video pendek dengan durasi 15 detik hingga 3 menit yang dilengkapi dengan fitur lagu, filter, dan fitur-fitur lainnya (Humairoh, Febriani, & Annas, 2023)

Karakteristik penggunaan TikTok dibagi menjadi 2, yaitu ciri internal (perasaan, sikap dan karakter individu, prasangka, fokus perhatian, minat, proses belajar, tutorial, motivasi, dan harapan), dan ciri eksternal (hal-hal baru, hal-hal familiar, keberlawanan, kebutuhan sekitar, ukuran, dan antusiasme). TikTok dikatakan menjadi budaya populer di Indonesia, karena media ini menyediakan video berdurasi pendek yang dekat dengan realitas dan situasi umum, sederhana, memiliki pengoperasian yang mudah, tingkat produksi yang canggih, kebebasan untuk pengguna, konten-konten yang membahas tren terbaru, hingga pemasaran yang menarik (Rasdin, Mulyati, & Kurniawan, 2022).

2.2.4.2 Media Sosial dan Gen Z

Generasi Z adalah masyarakat yang lahir pada tahun 1997 hingga 2010. Mereka tumbuh bersamaan dengan pengaruh dari teknologi informasi dan komunikasi, yaitu internet dan media sosial. Aktivitas sehari-hari generasi Z juga dikelilingi oleh penggunaan internet. Oleh karena itu, generasi ini terbiasa dengan perkembangan teknologi yang pesat sehingga menjadi generasi

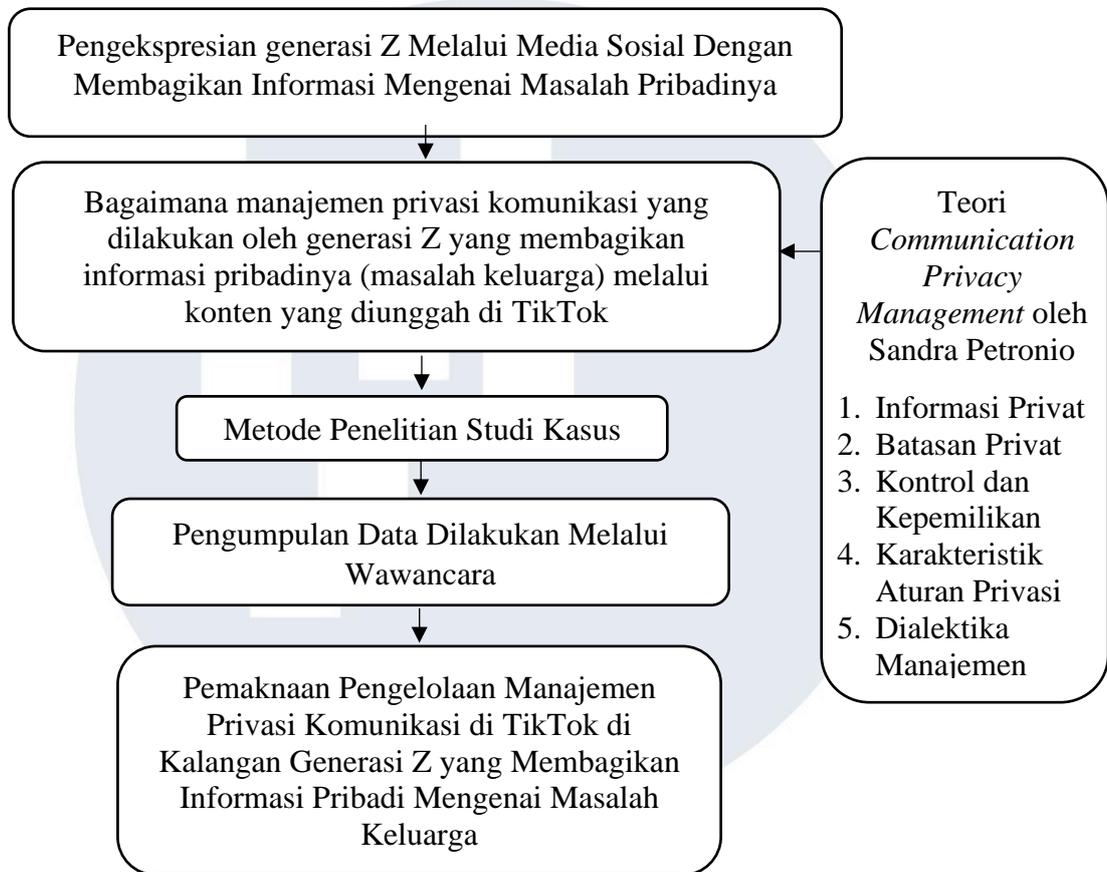
yang *up to date* mengenai hal-hal yang ada di internet (Simanjuntak, 2022).

Generasi Z memiliki karakteristik yang menyukai teknologi. Mereka juga bersifat fleksibel, cerdas, dan juga memiliki toleransi terhadap perbedaan budaya. Meskipun dinilai sebagai generasi yang *open minded*, mereka juga memiliki karakteristik yang lebih menggemari budaya instan. Selain itu, mereka juga kurang peka terhadap esensi privat. Dapat dilihat dari unggahan-unggahan generasi Z di media sosial yang cenderung mengesampingkan privasinya. Mereka gemar mengungkapkan pengalaman-pengalamannya ke media sosial (Aini, 2022).

Dengan fasilitas internet dan media sosial dengan akses yang sangat mudah dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, generasi Z beranggapan bahwa mereka memiliki komunitas lain di dunia maya. Generasi Z lebih menyukai berkomunikasi secara daring melalui media sosial dibandingkan bertatap muka secara luring. Selain itu, generasi ini sudah terbiasa menatap layar *smartphone* mereka dan media sosial yang memiliki beragam unsur visual, sehingga mereka sudah terbiasa dengan stimulus-stimulus visual. Hal tersebut menjadi pemicu generasi Z untuk berkomunikasi dan juga memproduksi konten-konten visual (Irwanto & Hariatiningsih, 2019).

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

2.2.5 Alur Penelitian



Gambar 2.3 Alur Penelitian

Sumber: Data Olahan Penelitian, (2022)

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA