

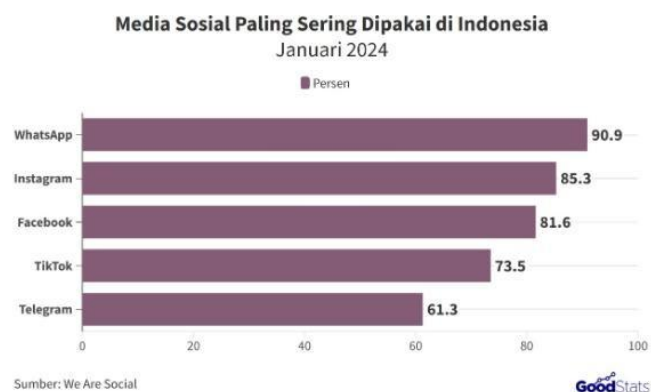
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Zaman dahulu, manusia hanya mampu berkomunikasi melalui tatap muka atau melalui tulisan. Semakin hari teknologi semakin berkembang untuk menciptakan berbagai inovasi-inovasi baru yang mampu dimanfaatkan oleh masyarakat. Salah satu contoh dari perkembangan teknologi adalah media sosial. Didalam buku *Handbook of Research of Effective Advertising Strategies in the Social Media Age*, dikatakan bahwa media sosial merupakan wadah yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video, dan juga informasi kepada orang lain (Kotler & Keller, 2016).

Media sosial sendiri merupakan suatu kelompok dari aplikasi pada internet yang dibangun diatas dasar ideologi serta teknologi web 2.0. Hal ini memungkinkan untuk pembuatan serta pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna kepada pengguna lain (Kaplan & Haenlein, 2015). Menurut data yang dipublikasi oleh *We Are Social* dengan judul “Data Digital Indonesia 2024”, media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2024 adalah WhatsApp yang memperoleh data hingga 90.9% dan diikuti oleh media sosial berbagi konten seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Telegram yang masing-masing memperoleh data diatas 50%.



Gambar 1.1 Data Digital Indonesia 2024

Sumber: *We Are Social* (2024)

Salah satu media sosial yang banyak diketahui oleh pengguna adalah Instagram, yang merupakan sebuah platform media sosial dimana pengguna dapat mengunggah foto, video (berdurasi 60 detik hingga 10 menit), dan juga berkomunikasi melalui mengirim pesan kepada pengguna lain. Pada Oktober 2025 ini, pengguna Instagram di seluruh dunia sudah mencapai hingga 1,91 miliar pengguna dengan India pada posisi pertama dengan lebih dari 480 juta pengguna.

Penelitian ini akan fokus kepada satu media sosial, yakni Instagram. Pada postingan Instagram milik @wartaekonomi yang diunggah pada tanggal 4 Desember 2025 lalu, dilansir melalui *World Population Review via SEAsia Stats*, pengguna Instagram diperkirakan terus meningkat selama tahun 2025 berjalan. Indonesia sendiri menduduki kursi nomor 4 dengan 90,2 juta pengguna.



Gambar 1.2 Data Pengguna Instagram 2025

Sumber: Instagram @wartaekonomi (2025)

Instagram sudah menjadi wadah bagi banyak orang, terutama Gen Z. Menurut penulis Elizabeth Toth Santosa, menyatakan bahwa generasi Z merupakan kumpulan orang yang terlahir pada tahun 1995 hingga 2012.

Pada saat ini, media sosial sudah menjadi sesuatu yang tidak bisa dihindari oleh masyarakat, dalam Indonesia maupun diluar Indonesia. Fungsi dari media sosial sendiri bukan hanya sekedar wadah berbagi konten (Gustam, 2015), tetapi:

- a. Membangun hubungan sosial serta jangkauan global, media lebih banyak memberikan ruang untuk berinteraksi tidak peduli seberapa jauh atau dimana seseorang terletak.
- b. Wadah yang sederhana bagi semua orang. Media sosial mudah untuk digunakan, bahkan dengan orang yang tidak memiliki pendidikan dasar masih mampu untuk mengaksesnya.

Semakin berkembangnya media sosial, semakin banyak masyarakat yang menggunakannya, khususnya pada pasangan yang menjalani hubungan jarak jauh atau *long distance relationship* (LDR). Pasangan yang menjalani hubungan jarak jauh tidak akan bisa berkomunikasi secara tatap muka karena dihambat oleh jarak. Oleh sebab itu, banyak pasangan yang memanfaatkan media sosial sebagai wadah atau *medium* berkomunikasi antara satu dengan yang lain.

Dari buku *Seni Menjalin Relasi Banyak Relasi Rezeki*, *long distance relationship* (LDR) merupakan hubungan jarak jauh yang dijalani oleh dua individu yang terpisah oleh jarak yang jauh serta perbedaan waktu (Arin, 2019).

Menjalani *long distance relationship* bukanlah hal yang mudah. Hal utama yang paling sering menyebabkan berakhirnya suatu hubungan *long distance* adalah kurangnya komunikasi yang efektif. Komunikasi merupakan faktor kunci dalam suatu hubungan. Namun, dalam hubungan jarak jauh, komunikasi yang efektif menjadi salah satu tantangan, terlebih lagi jika terdapat keterbatasan waktu, perbedaan zona waktu, dan pekerjaan masing-masing pasangan.

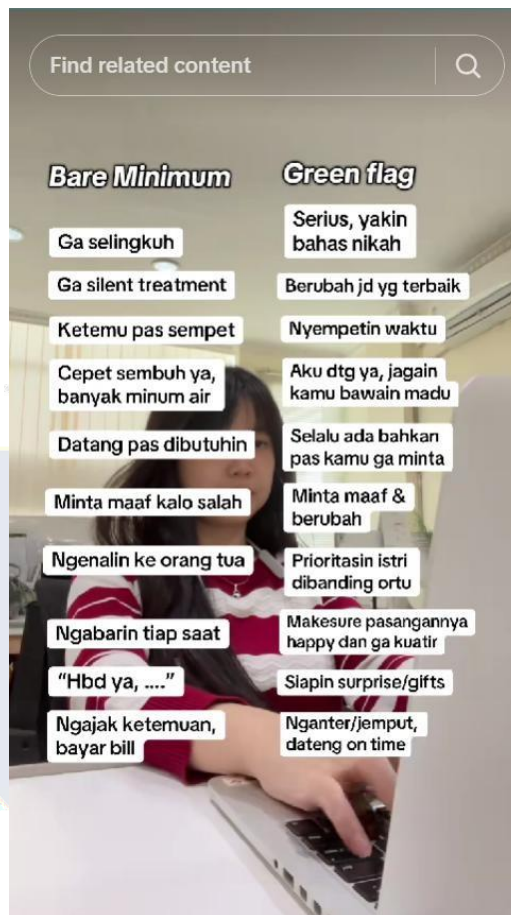
Sebuah penelitian yang diselenggarakan oleh Pusat Penelitian Hubungan Jarak Jauh (CSLDR) pada tahun 2021 lalu menyatakan bahwa 27% pasangan yang menempuh hubungan jarak jauh putus di bulan pertama hubungan. Presentase meningkat menjadi 37% untuk waktu hubungan 3 bulan pertama, dan 42% dalam 6 bulan pertama. Namun, 8% dari responden menjawab bahwa hubungan jarak jauh mereka berakhir dalam 1 tahun pertama.

Sebuah survei *online* yang diselenggarakan oleh Jakpat (platform *mobile survey* Indonesia #1) mengenai keberhasilan hubungan jarak jauh menyatakan bahwa setidaknya 56.6% pasangan yang menjalin hubungan jarak jauh berhasil hingga pernikahan. Namun, 43.4% lainnya berakhir dengan perpisahan dari pasangan mereka. Hubungan jarak jauh dapat berhasil ketika didukung oleh komunikasi yang baik, efektif, serta ditopang kepercayaan dari dua belah pihak (Couture, Fernet & Cote, 2020).

Dikutip melalui website Kumparan.com (2024), kandasnya sebuah hubungan jarak jauh disebabkan oleh beberapa faktor, yakni:

- a. Komunikasi yang kurang lancar. Komunikasi adalah kunci dalam sebuah hubungan, hubungan secara jarak jauh maupun tidak. Tanpa adanya komunikasi yang baik dalam hubungan jarak jauh, tentu saja sebuah hubungan tidak akan berhasil.
- b. Kepercayaan yang mulai pudar. Pada saat menjalani hubungan jarak jauh, pasangan tidak akan bisa melihat satu dengan yang lain, maka jangan heran ketika sebuah hubungan jarak jauh makin sulit ketika komunikasi tidak baik dan kepercayaan pada pasangan sudah memudar.
- c. Kebohongan yang muncul. Kejujuran dan keterbukaan dalam hubungan menjadi sesuatu yang penting, apabila pada suatu hubungan sudah seringkali muncul bibit ketidakjujuran meski mengenai hal kecil atau “sepele” maka bisa menjadi sebuah kebiasaan yang terus terjadi.

Media sosial seringkali menjadi sebuah wadah dimana konten akan membentuk sebuah pola pikir yang baru, termasuk pada sebuah hubungan asmara. Misalnya, pada TikTok seringkali terdapat konten standar laki-laki yang diinginkan perempuan itu seperti apa, dan kemudian terdapat *list* yang membentuk pola pikir baru bagi perempuan untuk menjadi bahan acuan untuk mencari pacar yang seperti pada konten tersebut karena menurut mereka sudah menjadi “standar” yang paling tepat.



Gambar 1.3 Contoh Konten Pembentuk Standar

Sumber: TikTok @vionathanael (2025)

Standar tersebutlah yang menjadi sebuah tantangan bagi pasangan-pasangan baik pacaran yang bertemu secara langsung, maupun hubungan asmara jarak jauh. Konten-konten seperti yang sudah dikutip diatas sangat marak pada media sosial, terutama TikTok dan Instagram. Konten-konten tersebutlah yang menjadi salah satu “bahan berantem” dalam suatu hubungan, terlebih lagi, pasangan yang sedang menjalani hubungan jarak jauh tidak bisa berkomunikasi secara empat mata yang membuatnya lebih sulit dibandingkan hubungan asmara pada umumnya.

Berdasarkan penjelasan beserta poin-poin di atas, peneliti menemukan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat besar bagi pasangan yang sedang menjalani hubungan jarak jauh, terutama pada komunikasi. Penelitian ini mengkaji peran media sosial Instagram pada komunikasi interpersonal dalam hubungan

asmara jarak jauh dengan zona waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih laki-laki dan perempuan yang sedang menjalani hubungan jarak jauh dan menggunakan media sosial Instagram sebagai medium untuk berkomunikasi dengan pasangannya.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah ditulis di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi menjadi salah satu kunci pada sebuah hubungan. Terlebih lagi pada hubungan yang bersifat jarak jauh atau dikenal sebagai *long distance relationship* (LDR), karena pasangan tidak akan bisa bertemu tatap muka dan berkomunikasi secara langsung secara empat mata.

Peran media sosial pada komunikasi interpersonal dalam sebuah hubungan jarak jauh sangat besar karena mereka hanya bisa bergantung kepada hal tersebut untuk menjadi wadah komunikasi. Peneliti ingin berfokus kepada peranan yang diberikan oleh media sosial Instagram sendiri dalam sebuah hubungan asmara jarak jauh.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan yang didapatkan dari hasil rumusan masalah yang akan diteliti adalah: bagaimana peran media sosial Instagram pada komunikasi interpersonal dalam hubungan asmara *long distance relationship* (LDR) Gen Z?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah peranan media sosial Instagram pada komunikasi interpersonal dalam hubungan asmara jarak jauh.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai komunikasi interpersonal, khususnya di antara pasangan dalam hubungan jarak jauh. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sebuah referensi untuk penelitian selanjutnya pada bidang komunikasi interpersonal, serta mampu menjadi sumber literatur mengenai peran media sosial sebagai sebuah wadah atau *medium* bagi komunikasi interpersonal.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pasangan-pasangan yang sedang menjalani atau akan menjalani hubungan jarak jauh, dan menambah wawasan mengenai peran media sosial Instagram sebagai wadah untuk komunikasi interpersonal dalam sebuah hubungan jarak jauh.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini dapat membantu membuka perspektif baru dalam komunikasi interpersonal, khususnya dalam sebuah hubungan dan bagaimana pasangan mampu memanfaatkan media sosial sebagai hal yang memperkuat hubungan serta komunikasi antar-pasangan.

1.6. Batasan Penelitian

Penelitian ini fokus kepada peran media sosial Instagram pada komunikasi interpersonal dalam sebuah hubungan asmara *long distance relationship* (LDR), sehingga tidak mencakup jangkauan media sosial yang sangat luas. Selain itu, pada kategori informan juga dikerucutkan menjadi informan Gen Z yang sedang melakukan atau menjalani hubungan *long distance relationship* (LDR) dengan zona waktu yang berbeda, sehingga informan juga lebih dikerucutkan menjadi lebih spesifik dan tidak menjangkau terlalu luas.