

BAB I

PENDAHULUAN

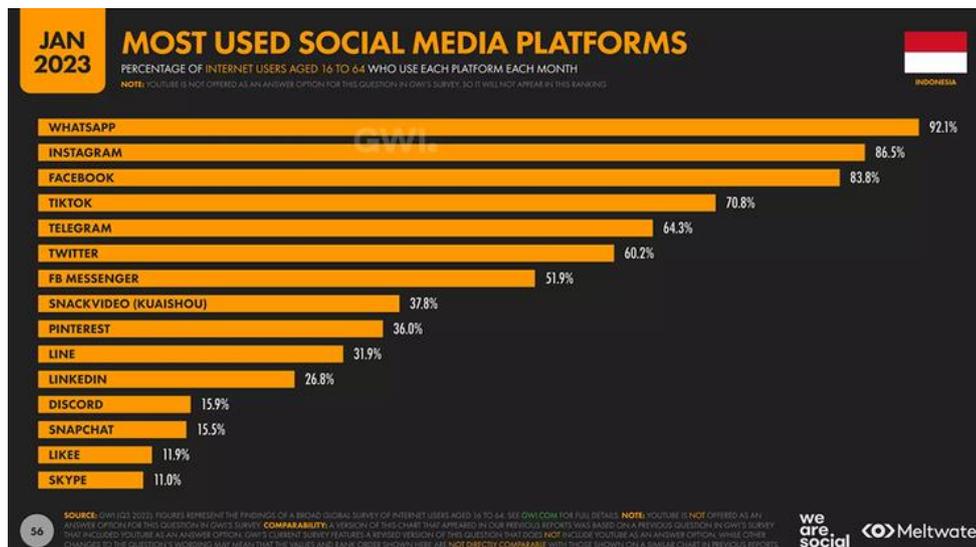
1.1 Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan satu sama lain untuk interaksi ataupun bersosialisasi. Seiring dengan perkembangan teknologi, cara manusia berinteraksi serta bersosialisasi pun mengalami perubahan. Manusia di zaman sebelum era digital melakukan sosialisasi dengan cara bertemu langsung atau berkumpul. Namun semenjak perkembangan teknologi yang pesat, orang yang lahir setelah adanya teknologi *digital online* memanfaatkan media komunikasi tersebut untuk proses interaksi sosialnya, cara berkomunikasi melalui smartphone yang didukung dengan jaringan internet ini disebut *computer mediated communication* (Fauzi, 2017) Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah digunakan sebagai media untuk bersosialisasi tanpa melakukan pertemuan langsung. Keberadaan perkembangan teknologi ini sangat membantu manusia untuk tetap saling terhubung dimanapun setiap individu tersebut berada tanpa mengenal jarak dan waktu.

Perkembangan teknologi yang menjadi media penyampai informasi hadir melalui beragam macam jenis dan juga fungsinya. Dari sekian banyak jenis media, salah satu jenis media yang membantu manusia dan masyarakat untuk tetap saling terhubung adalah media massa. Hal serupa disampaikan oleh Nurudin (2007) bahwa media massa merupakan alat utama masyarakat dalam berproses komunikasi massa yang terdiri dari surat kabar, majalah, televisi, internet ataupun radio.

Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi memunculkan berbagai bentuk media baru mencakup platform-platform digital dan online yang memungkinkan partisipasi aktif dari pengguna dan interaksi antar pengguna. Salah satu bentuk dari media baru yaitu media sosial.

Media massa yang bertemu dengan perkembangan teknologi dan internet kini ramai disebut sebagai media sosial yang merupakan bagian dari *new media*. Disampaikan oleh Lievrouw (2011) bahwa *New media* adalah istilah singkat untuk industri budaya dan teknologi yang bergejolak yang mencakup hiburan multimedia dan *e-commerce*. Menurut Dhiman (2023) Media baru ada di mana-mana dalam kehidupan modern, dengan orang-orang mengonsumsi dan berinteraksi dengan konten dalam berbagai bentuk, mulai dari postingan media sosial berdurasi pendek hingga podcast berdurasi panjang dan acara televisi streaming. Media sosial berdurasi pendek terdiri dari Twitter, Facebook, Instagram dan Tiktok. Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang paling diminati saat ini. Menurut data *We Are Social* (2023) Tiktok menempati posisi ke-4 untuk media sosial yang paling sering digunakan. Dengan total presentasi 70,8%, Tiktok menjadi salah satu platform yang populer saat ini. Keberadaan Tiktok kini bukan hanya sebagai alat berbagi informasi semata, namun juga menjadi salah satu alat yang menghubungkan individu dengan individu lainnya sebagai media sosial yang kerap digunakan masyarakat Indonesia.



Gambar 1.1 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan
 Sumber : We Are Social, 2023

Sebagai media sosial yang sering digunakan masyarakat, Tiktok memiliki daya tarik bagi penggunanya. Teknologi yang dimiliki oleh Tiktok dapat menyesuaikan tema tontonan yang disukai pengguna dan dapat membuat penggunanya ketagihan. Tiktok merupakan aplikasi yang bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja, serta materi kontennya pun bisa dibilang bebas. Jadi para “*content kreator*” bisa berbagi banyak hal, tidak harus fokus pada satu topik atau topik untuk dibagikan di media sosial, dan tidak memerlukan banyak properti atau ruang khusus untuk membuat konten (Bulele, 2020). Tiktok menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak fitur dan membantu individu untuk berkreasi dalam membagikan informasi secara kreatif.

Materi konten Tiktok pada umumnya terdiri dari hiburan, video kreatif, tantangan (*challenge*), pendidikan, konten inspiratif, promosi, kampanye sosial, koneksi sosial, hobi dan keterampilan. Diantara konten Tiktok yang dapat berdampak negatif terhadap pengguna dan kreator adalah konten hiburan yang

diekspos secara berlebihan (*Oversharing*), sebut saja konten *house tour* atau *a day in my life* atau konten lainnya yang isinya mengenai informasi pribadi pengguna Tiktok. *Oversharing* menjadi sebuah kebiasaan baru dan cukup berbahaya, karena kita tidak sadar dan tidak bisa mengontrol pikiran setiap orang, dan konten tersebut bisa saja mengundang kejahatan ditambah lagi hal ini menjadi sangat cepat menjamur dan menjadi tren yang diikuti banyak pengguna Tiktok.

Berbagai macam tren yang ada di platform Tiktok ini memicu para pengguna nya untuk ikut serta dalam pembuatan konten bersifat privasi. Tidak jarang juga pengguna tiktok rela membagikan privasi yang dimiliki oleh seseorang demi ketenaran dalam dunia maya. Ada pula pengguna tiktok lainnya yang mengumbar kekayaan hanya demi meraih banyaknya penonton. Hal seperti ini sudah menjadi fenomena yang cukup meresahkan bagi orang yang menerima dampaknya. Dampak buruk dari pengaruh yang diberikan oleh pengguna tiktok berperilaku *oversharing* tentu saja merugikan beberapa pihak. Walaupun media sosial tiktok ini memberikan suasana baru jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Di sisi lain, berbagi secara berlebihan merupakan gangguan nyata dan dapat menimbulkan konsekuensi negatif jika tidak ditangani dengan hati-hati (Akhtar, 2020).

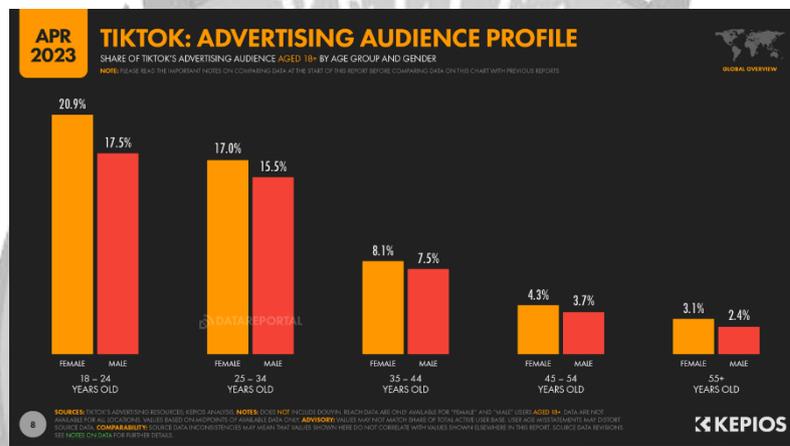
Oversharing merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebuah perilaku berlebihan dalam mengunggah sebuah postingan. Pengeksposan informasi pribadi melalui postingan media sosial seseorang kini ramai disebut sebagai *overhsaring* yang mana disebutkan oleh Dosen Psikologi Universitas Airlangga (Unair) Tiara Diah Sosialita Mpsi sebagai sebuah keadaan yang mana

individu tersebut tidak membatasi diri dalam membagikan informasi yang bersifat pribadi kepada khalayak umum (Nikita, 2022). *Oversharing* pada dasarnya terlalu banyak memberi tahu informasi dan biasanya unggahan tersebut mengandung hal-hal privasi seperti informasi pribadi, detail dalam kehidupan atau sebuah kebiasaan yang diunggah pengguna ke platform tersebut. Demikian juga sebagian orang yang berperilaku memberikan terlalu banyak informasi (*Oversharing*) adalah orang yang mengalami *narcissistic personality disorder (NPD)* dan *borderline personality disorder*. (Agger, 2011)

Narsisme mengacu pada ciri kepribadian yang mencerminkan konsep diri yang muluk-muluk (*grandiose*) dan berlebihan. Khususnya, narsisme dikaitkan dengan pandangan diri yang positif dan berlebihan terhadap sifat-sifat agen seperti kecerdasan, kekuasaan, dan daya tarik fisik (Buffardi & Campbell, 2008). Narsistik merupakan karakteristik atau sifat pribadi yang mencakup perasaan berlebihan akan kepentingan diri sendiri, harga diri yang tinggi, dorongan untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan dari orang lain, dan kurangnya empati terhadap perasaan dan kebutuhan orang lain. Orang yang narsistik tidak akan berhenti berbicara karena dunia berpusat pada dirinya, serta cara ia berkomunikasi sangatlah arogan disebabkan rasa superior yang mereka miliki (Gokdag, 2016). Bisa disimpulkan bahwa orang yang memiliki sifat narsistik cenderung sangat terobsesi dengan diri sendiri, sering merasa superior, dan berusaha untuk mendapatkan pujian dan pengakuan terus-menerus.

Disamping sifat narsisme, (Agger, 2011) menyebutkan *borderline personality disorder* diartikan sebagai kepribadian yang cenderung mengambil

risiko secara impulsif. Impulsivitas adalah ciri perilaku di mana seseorang bertindak atau merespons situasi tanpa memikirkan konsekuensi atau dampak jangka panjang yang mungkin terjadi. Ini adalah tindakan yang dilakukan dengan cepat, tanpa perencanaan yang cermat, dan seringkali tanpa pertimbangan yang memadai terhadap risiko atau akibatnya. Narsisme dan impulsif mengarah ke sifat atau karakter yang dimiliki oleh Generasi Z yang cenderung akan melakukan pelampiasan kepada media sosial dengan cara berlebihan (*Oversharing*).



Gambar 1.2 Data Umur Pengguna Tiktok
Sumber : We Are Social, 2023

Generasi Z adalah orang yang lahir pada tahun 1996-2012 (Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, Penguin, 2004). Data *We Are Social* (2023) memaparkan bahwa umur pengguna Tiktok terbanyak yaitu di umur 18-24 tahun. Ini menunjukkan bahwa mayoritas kelompok pengguna Tiktok ada pada Generasi Z. Kecenderungan perilaku *Oversharing* pada Generasi Z akan lebih besar dibandingkan Generasi sebelumnya. Tabel data umur pengguna tiktok diatas juga menunjukkan bahwa pengguna media sosial tiktok lebih unggul wanita daripada pria. Dalam teori *self disclosure* (Devito, 2007), disebutkan bahwa wanita cenderung

melakukan pengungkapan diri lebih banyak dibandingkan dengan pria. Dalam hal ini, kecenderungan pengungkapan diri cenderung mengarah kepada wanita daripada pria

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang pada gambar 2.1, masyarakat saat ini sangat gemar menggunakan media sosial Tiktok terutama generasi Z. Beberapa hal yang menarik pengguna media sosial untuk menggunakan aplikasi Tiktok adalah fitur-fitur yang mendukung kreativitas penggunanya. Diantaranya adalah dapat mengedit, mengambil foto dan disediakan berbagai macam filter unik yang dapat digunakan oleh pengguna Tiktok. Hal lain yang menarik dari aplikasi Tiktok adalah konten-konten yang disajikan oleh orang-orang yang membuat konten tersebut.

Orang-orang yang membuat konten atau sebutan lainnya *content creator* ini memiliki kreatifitas tanpa batas. Di Tiktok pun tersebar berbagai macam kategori konten seperti informasi ekonomi, kuliner, hiburan, berita, kehidupan sehari-hari dan lainnya. Hal ini disesuaikan dengan algoritma yang ada di sistem Tiktok dan disesuaikan oleh ketertarikan dan minat para pengguna. Pengaruh TikTok terhadap budaya populer dan lanskap media yang lebih luas tidak bisa diremehkan. Ini telah membawa individu ke ketenaran, memicu tren dan tantangan viral, bahkan memengaruhi industri musik dengan melambungkannya lagu-lagu ke puncak tangga lagu melalui konten yang dihasilkan pengguna.

Sampai saat ini, konten-konten yang ada di aplikasi Tiktok semakin beragam serta aplikasi tiktok yang sangat populer di kalangan remaja. Beragam konten yang sedang tren memunculkan kontroversial dan menjadi efek domino bagi pengguna tiktok. Sebagai contoh, konten tren saldo rekening yang sempat viral dan memunculkan berbagai komentar dari pengguna lain. Dilansir dari akun tiktok @tribunjateng, yang merangkum beberapa dari video anak muda yang meramaikan tren tersebut. Tren saldo rekening ini sangat viral pada masanya karena meraih 4,3 juta Views dalam tagar #saldorekening.

Namun tidak hanya tren yang kontroversial, TikTok juga menghadapi tantangan, terutama terkait dengan kekhawatiran privasi dan keamanan, serta pemeriksaan regulasi di berbagai negara. Seperti yang Masalah-masalah ini telah mendorong TikTok untuk berupaya menangani masalah keamanan dan privasi, termasuk perbaikan perlindungan data dan transparansi. Tentu saja platform tiktok yang digunakan oleh hampir semua kalangan ini memiliki pengaruh buruk bagi pengguna yang tidak bijak dalam menggunakan tiktok berkaitan dengan perlindungan data dan privasi. Salah satunya adalah Pengguna Tiktok yang memiliki kesadaran bahwa tidak semua bisa dipublikasikan ke media sosial menjadi sebuah kekhawatiran tersendiri.

Tidak jarang pengguna media sosial khususnya aplikasi Tiktok mengunggah hal yang seharusnya tidak mereka unggah ke ruang publik atau bahasa lainnya adalah *Oversharing*. Hal ini menjadi topik hangat, karena maraknya pengguna tiktok yang berlomba mendapatkan perhatian lebih dari penonton lainnya. Media sosial yang saat ini memiliki budaya saling *sharing* informasi satu sama

lain menjadi melewati batasan privasi. Pengguna tiktok yang tidak mengetahui batasan antara ruang private dan ruang publik dalam bermedia sosial merupakan perkara yang serius jika tidak dicegah secara perlahan. Namun, tidak sedikit orang yang paham akan batasan dalam membagikan kegiatan di sosial media terutama untuk perempuan. Perempuan cenderung lebih banyak membagikan cerita ke sosial media dibandingkan dengan laki-laki menurut (Devito, 2007)

Pengungkapan diri melalui Tiktok ini telah diteliti oleh peneliti terdahulu. Skripsi yang berjudul *Self Disclosure* Generasi Z melalui Tiktok ini dibuat pada tahun 2022 yang disusun oleh Azzahra Syafiera Puteri, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif ini menghasilkan bahwa *self disclosure* yang dilakukan Generasi Z melalui Tiktok adalah dengan berbagi opini, hobi, aktivitas sehari-hari serta pengalaman dan ilmu yang mereka miliki. Tak hanya itu, informasi Generasi Z juga mengungkapkan perasaan dan masalah pribadi yang mereka alami yang dibagikan melalui Tiktok dengan memanfaatkan berbagai fitur, mulai dari video Tikok, *backsoud* Tiktok dan caption yang ditulis sebagai sarana untuk melakukan penungkapan diri (Puteri, 2022).

Dalam beberapa kasus, pengguna media sosial khususnya Tiktok tidak menyadari bahwa mereka memiliki perasaan narsis terhadap dirinya sendiri karena terlalu banyak membagikan aktivitasnya di media sosial. (Alamsyah, 2023). Karena manusia adalah makhluk sosial yang suka berinteraksi secara berkelompok, sesekali akan timbul haus akan pujian dari individu lainnya. Dalam hal ini, tentunya penulis menemukan problematika antara pengguna Tiktok dalam hal *Oversharing*

khususnya Generasi Z. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan diatas, penulis ingin mengetahui faktor apa yang dapat mendorong seseorang dalam berperilaku *Oversharing* oleh Generasi Z dalam platform media sosial Tiktok. Oleh karena itu penulis mengangkat judul '**Faktor-faktor Pendorong *Oversharing* Generasi Z pengguna media sosial Tiktok**'.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah diuraikan, maka rumusan masalah dijabarkan sebagai berikut:

Apakah faktor- faktor yang mendorong perilaku *Oversharing* Generasi Z pengguna media sosial Tiktok?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah dirangkum, maka tujuan penelitian dijabarkan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong perilaku Generasi Z untuk melakukan *Oversharing*.
2. Untuk mengetahui tujuan yang ingin dicapai Generasi Z untuk melakukan *oversharing*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat akademis

Dalam signifikansi akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan untuk Generasi Z dalam mengetahui faktor-faktor *oversharing*.

1.5.2 Manfaat sosial

Dalam signifikansi sosial, penelitian ini diharapkan untuk dapat mengurangi perilaku Oversharing terhadap Generasi Z di media sosial Tiktok.

1.6 Sistematika Penelitian

Bab pertama adalah pendahuluan dari skripsi yang peneliti buat. Berisikan tentang latar belakang permasalahan dari judul skripsi yang sudah ditentukan. Identifikasi masalah dan rumusan masalah juga dijabarkan menyesuaikan dengan latar belakang yang telah dibuat. Lalu, dilanjutkan dengan manfaat dari penelitian dari sisi akademis dan sosial.

Bab kedua adalah tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori yang dibutuhkan dalam penelitian. Teori-teori ini akan berguna sebagai pedoman dan panduan peneliti dalam menyusun kerangka pertanyaan. Teori dan konsep yang ada di bab dua akan dikaitkan dengan hasil wawancara untuk menemukan temuan penelitian.

Bab ketiga adalah metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti saat meneliti. Pendekatan yang dipakai saat meneliti serta pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti. Tidak lupa dengan keabsahan data yang akan digunakan oleh peneliti guna memverifikasi dan memvalidasi data yang telah dikumpulkan.

Bab keempat adalah hasil dan pembahasan yang peneliti jabarkan secara rinci setelah proses penelitian. Hasil penelitian yang peneliti sudah lakukan akan dibahas serta dipaparkan secara runtut dan lengkap menyesuaikan hasil yang sudah peneliti lakukan.

Bab kelima adalah saran dan kesimpulan yang peneliti berikan untuk menyimpulkan hasil penelitian beserta saran yang membangun. Peneliti akan memberikan kesimpulan dari hasil penelitian serta pembahasan. Dilanjutkan dengan saran yang diharapkan dapat membantu segala persoalan menyangkut topik yang peneliti angkat.

