

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

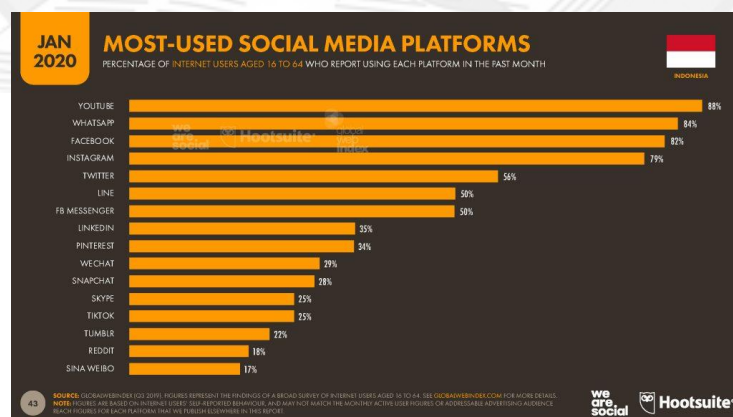
Komunikasi adalah aktivitas serta kebutuhan manusia yang paling mendasar, karena manusia merupakan makhluk sosial. Manusia butuh untuk berinteraksi, mengenal orang lain dan memperkenalkan diri, serta mengungkapkan atau mengekspresikan emosinya kepada orang lain. Sebagaimana dikemukakan oleh Griffin (2012, h.6), “Manusia tidak bisa hidup sehari tanpa komunikasi, karena komunikasi merupakan hal yang paling esensial.” Selain itu, komunikasi menurut Everett dan Lawrence sebagaimana dikutip oleh Wiryanto (2004, h.6) adalah, ”Suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam”. Dengan berkomunikasi, manusia dapat menyampaikan maupun menerima pesan dari siapa saja, dan proses komunikasi bisa dilakukan dari yang paling sederhana sampai kompleks. Manusia dapat berkomunikasi secara tatap muka dan juga menggunakan media *online*.

Dengan perkembangan media *digital*, sekarang masyarakat lebih sering berkomunikasi melalui media *online*, atau yang biasa disebut sebagai era *New Media*. Konsep *new media* sebagaimana yang ditulis oleh Flew (2014, h.2)

“A paradox of new media is that the media technologies that we now consider to be old were new, and media technologies that were once new become old. Moreover, there’s no new media without the old media- print, broadcasting, film, recorded sound, still images and so on that constitute it”.

Yang artinya bahwa media baru merupakan media teknologi yang dulunya dianggap kuno yang sekarang sudah menjadi lebih baru, dan tidak akan ada media baru tanpa media lama.

Melalui media *digital*, semua orang bisa menjadi *producer* dan *consumer* yang pada dasarnya, semua orang memiliki hak yang sama untuk berpartisipasi dalam membuat *content* (Jenkins, 2006, h.3). Salah satu bentuk Media *Digital* adalah Media Sosial. Media sosial adalah sebuah media *online* yang semua penggunanya dapat berpartisipasi aktif dalam membagi dan membuat *content*, kemudian juga berinteraksi atau bersosialisasi dengan sesama pengguna media sosial lainnya (Levy, 2013). Media sosial sudah sangat beragam, mulai dari myspace, friendster, facebook, twitter. Salah satu media sosial yang berkembang, kemudian dikenal, diminati dan sering dipakai oleh masyarakat adalah Instagram. Menurut data *We Are Social* tahun 2020, Instagram menempati urutan ke-empat sebagai media sosial yang diminati masyarakat Indonesia dengan presentase 79%.



Gambar 1.1 Data *Most Used Social Media Platforms*,
We Are Social January 2020
(<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>)

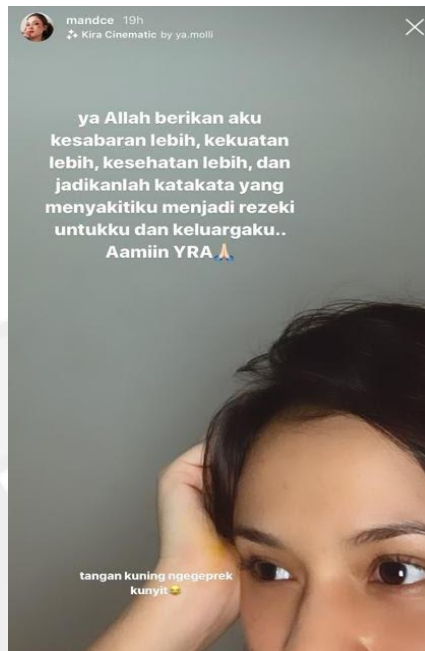
Instagram merupakan sebuah jejaring sosial yang muncul pada tahun 2010, dan mendapat antusiasme yang tinggi dari masyarakat. Pada November 2019, pengguna yang aktif menggunakan Instagram di Indonesia sebanyak 61.610.000 orang, yaitu 25% dari keseluruhan jumlah penduduk di Indonesia. Jumlah tersebut naik tipis dari bulan sebelumnya, yang menyebut total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 59.840.000. Pengguna Instagram dengan gender perempuan paling dominan di Indonesia. Tercatat jumlahnya mencapai 50,8 persen, unggul tipis dari pengguna bergender pria yang mencapai 49,2 persen. (Pertiwi, 2019).

Instagram dapat menampilkan foto maupun video secara instan dan cepat dengan menggunakan internet. Selain itu, pengguna dapat meng-*upload* foto dan video Instagram memiliki fitur-fitur yang menarik untuk dapat dinikmati oleh penggunanya yaitu : Komentar, *Explore*, IGTV, dan *Instagram Story*. Instagram Story adalah sebuah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menambahkan efek, layer, GIF, lokasi dan kemudian menambahkannya ke kilas cerita Instagram mereka. Di fitur inilah, banyak orang yang memanfaatkannya untuk bercerita kepada *followers* mereka mulai dari hal yang umum sampai hal pribadi. Konten yang di-*posting* akan hilang dalam kurun waktu 24 jam saja (Sendari, 2019). Penjelasan di atas menunjukkan bahwa fitur *Instagram Story* dapat digunakan untuk membangun hubungan, mengungkapkan perasaan, berbagi pengetahuan dengan orang lain atau dengan kata lain seseorang melakukan keterbukaan diri.

1.2 Identifikasi Masalah

Komunikasi memiliki dua proses menurut Effendy (2011, h.11-18), yaitu : Proses Komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah “proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Sedangkan proses komunikasi sekunder adalah “proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama”. Media kedua yang dimaksud adalah melalui radio, televisi, film, internet, dan lain-lain. Media kedua ini memungkinkan pengirim dan penerima pesan berada di tempat yang berbeda.

Sekarang ini banyak sekali masyarakat yang menggunakan media internet terutama Instagram, secara spesifik menggunakan fitur *Instagram Story* untuk berinteraksi bahkan mengungkapkan hal-hal umum sampai pribadi dalam kehidupan mereka dengan *followers*. Padahal pengungkapan diri lebih efektif dan nyaman dilakukan secara langsung dan dengan orang-orang yang dikenal dekat dan dipercaya. Hal ini dibuktikan bahwa pengguna Instagram di Indonesia diklaim paling sering menggunakan Stories. Bahkan, pengguna Instagram di Tanah Air dinobatkan sebagai salah satu negara dengan pembuat konten Instagram Stories paling banyak (Jeko, 2017), dan jumlah konten Story di Indonesia dua kali lebih banyak dari jumlah rata-rata global (Agung, 2017). Berikut merupakan contoh pengguna instagram bercerita atau mengungkapkan perasaan mereka melalui *instagram story* :



Gambar 1.2 Contoh *Instagram Story* (<https://instagram.com/mandce>)

Penggunaan *Instagram Story* sering sekali dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengekspresikan perasaan (senang, sedih maupun kecewa) mereka. Hal ini yang biasa disebut dengan Pengungkapan Diri. Menurut DeVito (2011, h.64), “Pengungkapan diri adalah jenis komunikasi di mana kita mengungkapkan informasi tentang diri kita sendiri yang biasanya kita sembunyikan”. Salah satu hakikat pengungkapan diri adalah informasi tentang diri sendiri yaitu, “tentang pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang; atau tentang orang lain yang sangat dekat yang sangat dipikirkannya”. Dalam kehidupan sehari-hari sekarang ini, pengungkapan diri tidak hanya dilakukan secara tatap muka atau secara langsung, namun bisa juga dilakukan melalui media kedua yaitu Media Sosial. Ketidakmampuan seseorang untuk mengungkapkan perasaan secara langsung

dengan berbagai alasan terkadang membuat seseorang lebih nyaman untuk mengungkapkan dirinya melalui media sosial, dalam hal ini adalah *Instagram Story*.

Manusia pada dasarnya memiliki berbagai emosi, bisa merasakan berbagai hal mulai dari hal yang menyenangkan sampai yang tidak menyenangkan. Dewasa ini, dengan berkembangnya media sosial khususnya Instagram, hampir semua orang memiliki akun sendiri dan bisa mengaksesnya kapan saja. Kemudahan inilah yang membuat orang-orang juga bisa kapan saja untuk meluapkan perasaan mereka, dan inilah yang disebut pengungkapan diri dalam media sosial. Dengan berkembangnya media sosial Instagram khususnya dalam fitur *Instagram Story*, inilah yang menjadi daya tarik peneliti untuk mengetahui lebih dalam bagaimana seseorang dapat mengungkapkan dirinya, dan hal apa saja yang memungkinkan seseorang untuk bisa sangat terbuka untuk mengekspresikan dirinya dengan bebas di *Instagram Story*.

Penelitian ini akan memiliki 6 *key informan* dari Generasi Millennial yaitu : @vgabriella, @kennydjafar, @estheryobelitha, @stevenwang27, @kelvinkosasih, @nicputra. Alasan peneliti memilih 6 *key informan* ini karena 6 *key informan* ini adalah pengguna aktif Instagram sekaligus juga pengguna aktif *Instagram Story*. 6 *key informan* ini cukup sering mengungkapkan diri mereka di *Instagram Story* mulai dari hal umum sampai hal pribadi mereka. Alasan peneliti mengambil Generasi Millennial karena berdasarkan data, pengguna berusia 25-34 tahun menjadi kelompok usia pengguna kedua paling besar di Indonesia, dengan total persentase 33,9 persen (Pertiwi, 2019). Kemudian Generasi Millennial sudah

memiliki banyak pengalaman hidup, mulai dari pertemanan, pekerjaan, keluarga, dan lain-lain. Sehingga, pengungkapan diri yang dilakukan di *Instagram Story* akan cenderung lebih mendalam. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengungkapan Diri Pada Generasi Millennial Melalui Fitur *Instagram Story*”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini “Apa saja yang diungkapkan oleh Generasi Millennial berkenaan dengan perasaan dan pengalaman dalam mengekspresikan diri melalui fitur *Instagram Story*”.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apa saja yang diungkapkan oleh Generasi Millennial berkenaan dengan perasaan dan pengalaman dalam mengekspresikan diri melalui fitur *Instagram Story*.

1.5 Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Akademis : yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian bisa dijadikan sebagai rujukan dalam pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya Media Sosial. Kemudian hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian serupa.

- b. Kegunaan Praktis : hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan pembaca mengenai Media Sosial khususnya di mengenai Instagram, dan bisa memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan yang berhubungan dengan Media Sosial Instagram.

1.6 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada pengguna aktif Instagram dan *Instagram Story* dari tahun 2016-2020 yang berumur 25-35 tahun.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika dari penelitian ini terdiri dari 4 bab yang berkesinambungan, yaitu sebagai berikut :

BAB I, Pendahuluan memuat tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II, Objek Penelitian mendeskripsikan mengenai fitur *Instagram Story* sebagai objek penelitian, dan pengguna aktif instagram sebagai subjek penelitian.

BAB III, Tinjauan Pustaka memuat landasan teori dan konsep-konsep yang akan digunakan sebagai acuan dalam pembahasan dan dasar analisis dari permasalahan yang dibahas di dalam penelitian ini.

BAB IV, Metodologi Penelitian yang mengandung penjelasan tentang pendekatan yang digunakan di dalam penelitian ini, sumber data, teknik pengumpulan data, unit analisis, dan keabsahan data.

BAB V, Hasil Pembahasan yang mendeskripsikan hasil dari wawancara bersama dengan pada *key informan*.

BAB VI, Penutup yang berisi mengenai Kesimpulan dan Saran dari penelitian ini.

