

BAB I

PENDAHULUAN

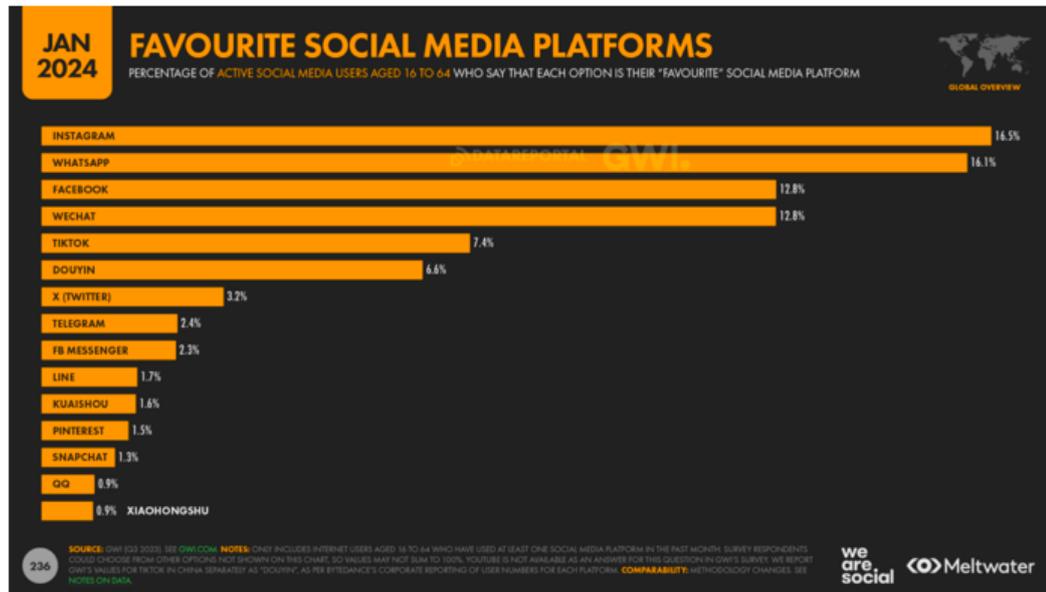
1.1.LATAR BELAKANG MASALAH

Lingkungan dan interaksi sosial sangat mempengaruhi perkembangan suatu identitas dan kepribadian seseorang, terutama di tengah kemajuan teknologi dalam berkomunikasi. Teknologi komunikasi memiliki peran penting dalam globalisasi media, karena tidak adanya batasan wilayah sehingga dapat memudahkan orang di seluruh dunia dapat berkomunikasi secara langsung dan dalam skala besar. Surahman (2017) menyatakan bahwa perubahan yang disebabkan oleh kemajuan teknologi terjadi secara keseluruhan dan dapat dirasakan oleh banyak orang, lintas budaya, wilayah, dan negara. Hal ini dapat mempengaruhi gaya hidup dan lingkungan.

Generasi Z adalah kelompok individu yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan internet. Hal ini mempengaruhi kehidupan individu yang menjadikan internet dan media sosial sebagai bagian integral dari aktivitas sehari-hari. Menurut pernyataan yang disampaikan oleh Putra (2016), generasi Z dikenal sebagai *iGeneration*, atau generasi yang sudah mengenal internet sejak usia dini. Setiap individu tidak hanya menjadi pengguna teknologi, namun juga sebagai kontributor aktif dalam berbagai platform digital, khususnya media sosial.

Kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan digital membuat generasi Z merasa peka dengan beberapa aspek yang di unggah dalam media sosial. Hal ini juga disampaikan Siagian (2023) generasi Z juga sering digambarkan sebagai generasi yang lebih terbuka, progresif, dan sangat peka terhadap isu-isu sosial digital, termasuk di dalamnya kesadaran akan kesehatan mental, keberagaman, dan ekspresi diri.

Dibalik kepekaan media sosial dalam memandang individu dengan lingkungannya, terdapat tantangan bagi Generasi Z, salah satunya adalah kecenderungan untuk membentuk dan memproyeksikan identitas diri melalui platform media sosial, seperti Instagram. Kepekaan ini berkaitan dengan bagaimana platform Instagram memfasilitasi pembentukan citra diri yang sangat bergantung pada reaksi dan interaksi dari lingkungan sekitar, seperti jumlah *likes*, komentar, dan pengikut, yang menjadi indikator validasi sosial bagi pengguna. Data yang dilansir dari *We Are Social* (2024) salah satu platform yang memiliki keseluruhan fitur dan menjadi platform media sosial favorit digunakan yaitu *Instagram*.



Gambar 1 Favourite Social Media Platforms Jan 2024 (sumber: We Are Social)

Platform media sosial visual seperti *Instagram* yang memang memiliki keseluruhan fitur dan sangat memungkinkan generasi Z untuk menampilkan versi ideal dari individu melalui konten yang dirancang secara cermat, seperti foto, video, dan tautan yang dapat membuat dirinya merasa lebih pantas untuk mendapatkan komentar terbaik dari orang lain. Hal ini juga disampaikan oleh Siagian (2023) bahwa sebagai platform visual yang populer, *Instagram* memberikan ruang bagi individu untuk mengekspresikan diri, berbagi momen, dan membangun koneksi dengan orang lain. Melalui *Instagram*, individu dapat menemukan inspirasi, menjalin hubungan baru, dan membangun citra diri yang sesuai dengan harapan sosial di sekitarnya, menjadikannya bukan hanya sekadar aplikasi sosial, tetapi juga alat untuk membentuk identitas dan dinamika sosial di kalangan generasi Z.

Instagram memberikan ruang bagi individu tersebut untuk mengekspresikan diri, berkomunikasi, dan membangun jaringan sosial. Pandangan dari Dwivedi (2023) menegaskan platform media *online (instagram)* ini tidak hanya menyediakan ruang untuk interaksi positif, tetapi juga menjadi arena yang sering kali menekan individu agar membentuk citra diri tertentu guna memenuhi harapan sosial. Keterkaitan ini menunjukkan bahwa tekanan sosial pada media sosial Instagram dapat mempengaruhi bagaimana individu membentuk dan memahami tentang siapa dirinya dan menjadi suatu konsep diri. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Saeed (2023) menyatakan persepsi individu tentang siapa dirinya, termasuk kepercayaan, nilai, dan perasaan terhadap diri sendiri dapat dikatakan sebagai konsep diri.

Bagi individu Generasi Z, konsep diri sangat dipengaruhi oleh interaksi dan proyeksi citra diri di media sosial. DeVito (2016) menegaskan bahwa konsep diri mencakup persepsi dan pemikiran seseorang mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, kemampuan dan keterbatasan yang ada, serta aspirasi dan pandangan hidupnya sebagai individu. Konsep diri terbentuk dari setidaknya empat sumber utama yang diawali dari citra diri yang orang lain miliki tentang kita dan bagaimana mereka mengungkapkannya (*others image*) lalu adanya perbandingan yang kita buat antara diri kita dengan orang lain (*your interpretations and evaluations*) bersamaan dengan ajaran budaya (*cultural teachings*), dan adanya cara kita menginterpretasikan serta mengevaluasi pikiran dan

perilaku kita sendiri (*social comparisons*). Masing-masing dari sumber utama tersebut memiliki keterkaitan yang dapat menandai suatu kekuatan dan kelemahan, kemampuan dan keterbatasan, serta aspirasi dan pandangan hidup manusia dalam menerima pendapat tentang siapa diri kita dan perbandingan yang dapat kita terima atau kita miliki.

Pilihan untuk menyesuaikan citra diri generasi Z di media sosial agar tampak lebih menarik dan sesuai dengan standar sosial, sering kali dapat memicu ketegangan antara identitas asli dan identitas yang ditampilkan. Hal ini selanjutnya dinyatakan oleh Neufeld-Wall (2023) secara jelas, yang mana menegaskan suatu identitas yang banyak ditampilkan oleh generasi Z dan diproyeksikan secara berbeda antara identitas asli dengan identitas online membuat generasi ini merasakan suatu kecemasan dalam menerima pendapat yang terkadang menimbulkan konflik baru terhadap konsep dirinya. Konflik baru yang terjadi akibat suatu tekanan dan menjadi kecemasan dalam menerima pendapat atau komentar pada media sosial instagram ini merujuk pada fenomena *Fear of Other People's Opinions* (FOPO). Media sosial dapat menciptakan perasaan cemas yang muncul akibat khawatir berlebihan tentang apa yang dinilai orang lain terhadap dirinya dan bagaimana mempertimbangkan suatu pendapat orang lain tersebut (O'Day & Heimberg, 2021). Hal ini sejalan dengan Michael Gervais (2024) dalam pemikirannya mengenai *Fear of Other People's Opinion* (FOPO), yang mendedikasikan bahwa:

Mekanisme antisipasi yang memicu reaksi psikologis, fisiologis, dan fisik adalah upaya untuk menghindari penolakan dan memperkuat hubungan sosial. Proses ini dilakukan untuk meningkatkan penerimaan dalam hubungan dan menghindari penolakan secara proaktif. Alih-alih menyesuaikan diri berdasarkan umpan balik yang nyata atau sudut pandang internal, FOPO cenderung mendahului kemungkinan-kemungkinan yang bisa terjadi dengan menyesuaikan diri sebelum mendapatkan konfirmasi, berdasarkan bayangan atau prediksi tentang apa yang mungkin terjadi.

FOPO menjadi semakin relevan dikarenakan banyak individu, khususnya dari kalangan generasi Z, merasa tertekan untuk menampilkan kehidupan yang sempurna di platform media sosial khususnya Instagram. Gervais (2024) menyebutkan bahwa suatu ketakutan terhadap penilaian negatif atau tidak diterima oleh kelompok sosial dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan yang diambil, baik secara *online* maupun *offline*. Pandangan ini sejalan dengan pendapat T. Novi Poespita Candra, S.Psi., M.Si., Ph.D., Psikolog, seorang psikolog yang mendeklarasikan bahwa penggunaan internet khususnya dalam platform media sosial menjadi salah satu pemicu utama FOPO, di mana individu membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain dan merasa tidak cukup baik jika tidak memenuhi ekspektasi sosial (Ika, 2023). Budaya konformitas dan feodalisme di masyarakat mengajarkan individu untuk lebih memikirkan pendapat orang lain ketimbang dirinya sendiri. Akibatnya, banyak yang merasa *insecure* ketika hidup seorang individu tersebut tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan, seperti kesuksesan di usia muda.

Pandangan orang lain tentang dirinya yang dirasakan Generasi Z dapat mempengaruhi cara diri individu tersebut memandang diri sendiri. Selain itu, ketika Generasi Z membandingkan diri dengan orang lain, hal ini dapat memperkuat atau mengubah persepsi tentang identitas diri yang dimana pada akhirnya fenomena FOPO ini berdampak signifikan terhadap individu generasi Z di Jakarta. Hur (2020) menyebutkan ketakutan akan opini orang lain menyebabkan kecemasan sosial yang lebih tinggi, rendahnya kepercayaan diri, dan kecenderungan untuk selalu menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial, bahkan jika hal tersebut tidak mencerminkan kepribadian asli. Selain itu juga, konteks seorang individu banyak yang menjadi lebih pasif dalam menyampaikan pendapat atau menahan diri untuk tidak membagikan pandangan yang berbeda dari mayoritas, sebagai bentuk perlindungan terhadap isolasi sosial. Pellegrino (2022) juga menegaskan di sisi lain, FOPO juga dapat memicu konsumsi konten dan gaya hidup yang berlebihan sebagai bentuk pembuktian diri kepada orang lain. Akibatnya, fenomena ini tidak hanya mempengaruhi kesejahteraan psikologis individu, tetapi juga mendorong perilaku konsumtif yang tidak sehat. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa fenomena Fear of Other People's Opinions (FOPO) yang terjadi di Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan konsep diri pada Generasi Z. Fenomena ini tidak hanya memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri, tetapi juga memengaruhi bagaimana mereka berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membangun identitas di dunia maya. Oleh karena itu, penting untuk

memberikan perhatian yang lebih mendalam terhadap isu ini, khususnya dalam memahami bagaimana tekanan sosial di media digital dapat membentuk persepsi dan kepercayaan diri individu dalam generasi tersebut.

1.2.IDENTIFIKASI MASALAH

Ketidakamanan identitas diri di kalangan Generasi Z semakin menonjol seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai media sosial utama untuk menampilkan identitas diri. Neufeld-Wall (2023) menyebutkan di era digital ini, Generasi Z sangat dipengaruhi oleh opini atau komentar orang lain dalam membentuk persepsi tentang diri mereka. Salah satu fenomena yang relevan dalam konteks ini adalah *Fear of Other People's Opinions* (FOPO), di mana ketakutan terhadap penilaian orang lain menjadi faktor utama dalam cara mereka merepresentasikan diri di media sosial. Hal ini melibatkan penyeleksian yang sangat ketat terhadap konten yang mereka unggah, mulai dari foto hingga keterangan yang menyertainya, untuk memastikan bahwa mereka menampilkan citra yang diterima atau bahkan dikagumi oleh orang lain. Akibatnya, mereka sering kali menghadapi dilema antara menampilkan identitas asli dan menyesuaikan diri dengan standar sosial yang didiktekan oleh lingkungan digital.

Tekanan untuk selalu terlihat sempurna dan diterima oleh semua orang di Instagram membuat Generasi Z lebih rentan terhadap perbandingan sosial, di mana mereka terus-menerus membandingkan diri dengan kehidupan atau tampilan orang lain yang tampaknya lebih baik.

Perbandingan ini memicu perasaan tidak aman dan ketidakpuasan terhadap diri sendiri, yang kemudian dapat berdampak negatif pada konsep diri mereka. Selain itu, interaksi dengan audiens, baik melalui komentar, like, atau bentuk respons lainnya, memperkuat FOPO, karena Generasi Z cenderung mengukur nilai diri mereka berdasarkan reaksi orang lain terhadap konten yang mereka unggah. Dengan begitu banyaknya perhatian yang tertuju pada apa yang orang lain pikirkan, Generasi Z kerap menyesuaikan perilaku dan konten mereka untuk menghindari kritik atau penilaian negatif. Akibatnya, mereka berisiko kehilangan otentisitas dalam cara mereka menampilkan diri dan terjebak dalam upaya konstan untuk memenuhi harapan publik.

Penelitian ini didasarkan pada fenomena penggunaan media sosial *Instagram* oleh generasi Z, khususnya remaja yang menjadikannya sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas diri dan menunjukkan eksistensi sosial. Penulisan *caption* menjadi salah satu tolak ukur bagaimana seseorang dapat dianggap sebagai sosok yang keren dan memiliki wawasan yang kuat. Hal ini disampaikan oleh Rakanda, et. al., (2020) dalam penelitiannya di Desa Cawas bahwa *Instagram* berperan penting dalam pembentukan identitas virtual remaja, dimana para pengguna cenderung membentuk citra diri melalui konten yang terunggah, seperti foto dan *stories*. Penulis menemukan bahwa remaja telah mengaplikasikan konsep tentang citra diri yang ingin ditampilkan di *Instagram* dengan pengaruh dari lingkungan sekitar serta inspirasi dari *influencer* dan selebgram. Selain itu,

eksistensi di Instagram sering diukur melalui jumlah *likes* dan *followers*, yang menjadi indikator penting dalam menunjukkan keberadaan individu di platform tersebut. Penelitian ini juga mengungkap bahwa identitas virtual yang dibentuk di media sosial tidak selalu mencerminkan kehidupan nyata remaja sehari-hari, melainkan lebih dipengaruhi oleh pengalaman sosial dan harapan masa depan pengguna.

Eksistensi diri melalui sosial media, khususnya *instagram* menjadi pengaruh yang kuat dan besar dalam menciptakan identitas diri. Tanjaya dan Agustrijanto (2022) dalam penelitiannya tentang penggunaan media sosial *instagram* oleh generasi z menunjukkan bahwa *Instagram* berperan besar dalam membentuk konsep diri individu, dimana setiap individu tidak hanya menggunakan platform ini untuk menampilkan identitas visualnya, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan emosional dan spiritual, seperti mendapatkan rasa bangga dari jumlah *likes*, komentar, dan *followers*. Penelitian ini menyoroti bahwa generasi Z menggunakan *Instagram* sebagai media untuk mengekspresikan identitas diri yang melampaui sekadar faktor-faktor fisik seperti gender, ras, dan agama. Individu yang termasuk ke dalam generasi ini memanfaatkan *Instagram* untuk menciptakan citra yang lebih holistik, melibatkan aspek spiritualitas dan pencarian eksistensi yang lebih dalam.

Dengan maraknya penggunaan media sosial, generasi z dapat terbagi kembali bagaimana cara setiap individu merepresentasikan dirinya, baik ada yang lebih terbuka dan ada yang lebih menutup dirinya. Hal ini

sejalan dengan pandangan Kristanti dan Eva (2022) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram* yang dilakukan oleh Generasi Z menciptakan istilah *self-esteem* dan *self-disclosure*. Individu sering kali merasa tertekan untuk menampilkan citra diri yang sempurna di *Instagram*, dengan harapan mendapatkan validasi dari lingkungan sosialnya dalam bentuk *likes*, komentar, atau *followers*. Keterkaitan antara *self-esteem* dan *self-disclosure* yang diungkapkan dalam penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa generasi Z sangat peduli dengan bagaimana individu dipersepsikan oleh orang lain, dan hal ini dapat memicu atau memperkuat FOPO. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *self-esteem* yang tinggi mendorong generasi Z untuk lebih terbuka dalam berbagi momen hidupnya (*self-disclosure*), yang pada akhirnya dapat mempengaruhi bagaimana individu merepresentasikan dirinya secara *online*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh para ahli terkait penggunaan *Instagram* oleh Generasi Z menyoroti berbagai aspek, termasuk pembentukan identitas visual dan peran platform ini dalam memenuhi kebutuhan emosional serta keinginan untuk eksistensi sosial di kalangan penggunanya. Peneliti menemukan adanya gap atau kesenjangan yang belum terjawab dalam penelitian-penelitian tersebut adalah bagaimana ketakutan akan opini orang lain (*Fear of Other People's Opinions* atau *FOPO*) secara langsung membentuk dan mempengaruhi proses konsep diri generasi Z di *Instagram*. *FOPO* sendiri merupakan fenomena yang berbeda dari kebutuhan validasi sosial atau pembentukan identitas visual, karena

melibatkan tekanan psikologis yang intens untuk menyesuaikan diri dengan harapan publik, sehingga mempengaruhi bagaimana mereka memahami dan membentuk identitas asli mereka di dunia digital. Penelitian ini berfokus pada bagaimana ketakutan terhadap opini orang lain membentuk konsep diri pengguna Instagram di kalangan Generasi Z. Lain halnya dengan penelitian sebelumnya yang lebih menekankan pada aspek pembentukan citra atau identitas virtual dan kebutuhan akan validasi sosial, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana FOPO mempengaruhi pemahaman diri (self-concept) dan bagaimana individu dalam Generasi Z menyeimbangkan antara menampilkan identitas otentik dan memenuhi ekspektasi publik di lingkungan digital. Penelitian ini berpotensi memberikan perspektif baru dalam melihat konsekuensi FOPO terhadap pengembangan konsep diri generasi ini di media sosial, khususnya dalam hal otentisitas dan kesejahteraan mental.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi bagaimana proses pembentukan konsep diri Generasi Z di media sosial, khususnya platform *instagram* dengan munculnya fenomena *Fear of Other People Opinion (FOPO)* menciptakan interaksi antara tekanan sosial dan identitas digital. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan dapat menemukan bagaimana strategi para generasi Z dalam memproses pembentukan konsep diri, mendukung setiap individu yang tergolong sebagai Generasi Z, ataupun seterusnya dalam membangun identitas yang otentik dan positif di era digital. Melalui pendekatan kualitatif dan metode fenomenologi, penelitian

ini akan mengumpulkan data dari responden yang merupakan bagian dari Generasi Z, untuk mendalami pengalaman subjektif dalam menghadapi tekanan sosial dan membangun identitas digital. Temuan dari studi ini diharapkan tidak hanya memberikan wawasan tentang dinamika identitas di era digital, tetapi juga dapat berkontribusi pada pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif bagi para Generasi Z, serta memperkaya kajian komunikasi dalam konteks media sosial.

1.3.RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil kajian yang komprehensif dan analisis mendalam yang telah dilakukan, baik dengan meninjau berbagai penelitian terdahulu maupun melalui proses identifikasi masalah yang telah dijelaskan secara rinci, penulis dapat merumuskan permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut.

Bagaimana proses generasi Z membentuk konsep diri individu masing-masing yang ditampilkan melalui media sosial *Instagram* dalam konteks ketakutan menerima pendapat yang dihadapi ditengah fenomena FOPO?

1.4.TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan proses konsep diri generasi Z di media sosial *Instagram* dalam konteks fenomena *Fear of Other People's Opinions (FOPO)*. Peneliti secara konstruktivis akan menganalisis bagaimana generasi Z membangun dan merepresentasikan

konsep diri mereka melalui interaksi di *Instagram*. Penelitian ini akan mengeksplorasi proses pembentukan konsep diri yang mempengaruhi cara setiap individu menampilkan diri, serta bagaimana ketakutan akan penilaian orang lain membentuk identitas yang ditunjukkan dalam *platform* tersebut.

Dengan tujuan yang berfokus pada generasi z, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai hubungan antara konsep diri individu tersebut, perilaku di media sosial, dan bagaimana generasi z menghadapi realitas sosial. Peneliti akan memberikan analisis tentang dampak FOPO terhadap proses pembentukan konsep diri generasi Z, serta melihat fenomena ini dapat mempengaruhi interaksi sosial dan dinamika hubungan antar individu di lingkungan digital.

1.5.SIGNIFIKASI PENELITIAN

1.5.1. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi generasi Z tentang pentingnya membangun konsep diri yang positif di media sosial. Dengan memahami bagaimana FOPO memengaruhi cara menampilkan diri, individu dapat lebih sadar akan perilakunya dan berupaya untuk mengurangi tekanan sosial yang sering kali tidak realistis.
2. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi pengguna media sosial lainnya untuk lebih memahami dampak dari perilaku *online*, serta bagaimana menciptakan

ruang yang mendukung dan positif bagi diri sendiri dan orang lain.

3. Penelitian ini dapat membantu pendidik dan orang tua dalam memahami tantangan yang dihadapi generasi Z di media sosial. Dengan informasi ini, diharapkan dapat mengembangkan pendekatan yang lebih efektif untuk mendukung anak-anak dan remaja dalam membangun identitas diri yang sehat.

1.5.2. Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademis mengenai konsep diri, perilaku media sosial, khususnya dalam konteks generasi Z. Hal ini dapat menjadi sumber referensi bagi penulis lain yang memiliki daya tarik pada topik yang sama.
2. Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori Identity Management Theory dan Presentation of Self Theory terkait identitas diri dan interaksi sosial di media sosial, serta bagaimana faktor budaya dan sosial memengaruhi persepsi individu terhadap diri sendiri dan orang lain.
3. Melalui pengumpulan data empiris, penelitian ini dapat menyediakan bukti yang mendukung atau menantang teori-teori yang ada tentang konsep diri dan pengaruh media

sosial. Data ini juga dapat digunakan dalam penelitian lebih lanjut mengenai perilaku generasi Z di platform digital

