

BAB I

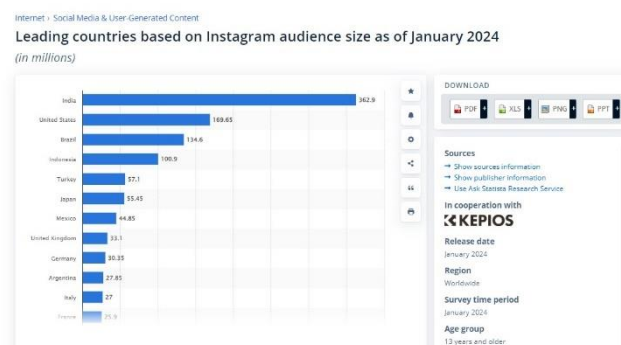
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Generasi Z dan Generasi Milenial, dua kelompok masyarakat yang tumbuh dalam periode yang berbeda, menunjukkan karakteristik unik dalam penggunaan media sosial, terutama *platform* Instagram. Istilah generasi milenial muncul pertama kali dari konsep William dan Neil yang mengidentifikasi mereka sebagai individu yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000, yang juga sering disebut sebagai generasi Y. (Zisa S. F., 2021). Generasi Z didefinisikan sebagai kelompok yang muncul sebagai hasil peralihan dari Generasi Milenial atau Generasi Y, terutama pada masa perkembangan teknologi yang pesat. Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik Indonesia dalam Aditiya (2021) generasi Z lahir dalam rentang tahun 2001-2010. Dalam era di mana media sosial menjadi semakin integral dalam kehidupan sehari-hari, memahami karakteristik khusus dari dua generasi ini dalam menggunakan Instagram menjadi penting untuk merinci dinamika penggunaan media sosial di kalangan masyarakat.

Menurut Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa generasi Z merujuk kepada individu yang dilahirkan pada rentang tahun 2001 hingga 2010. Saat ini, generasi Z telah memasuki tahap perkembangan remaja dan dewasa. World Health Organization (WHO) menetapkan bahwa fase remaja berlangsung antara 11 hingga 19 tahun, sementara dewasa mencakup usia 20 hingga 60 tahun (Khusnul Khotimah Sirajuddin et al., 2023). Generasi Z dikenal sebagai generasi internet atau *iGeneration* karena lahir di era teknologi yang sangat maju. Mereka memiliki kemampuan untuk mengoperasikan berbagai aspek yang terkait dengan dunia maya secara bersamaan. Bahkan, sejak kecil, generasi Z telah terbiasa dengan teknologi, menjadi akrab dengan penggunaan *smartphone* dan aktif di media sosial. Generasi Z terlibat dalam interaksi sosial melalui berbagai *platform* media sosial, salah satunya Instagram.

Generasi milenial yang lahir pada tahun 1990, tumbuh di era di mana teknologi menjadi semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat (Rohmiyati, 2018). Generasi dengan ciri utama penggunaan komunikasi, media, dan teknologi digital yang tinggi sehingga generasi ini kreatif, informatif, produktif, dan menggunakan teknologi dalam segala aspek kehidupannya (Parapat et al., 2021). Ciri khas dari generasi ini adalah kecenderungan untuk bersikap terbuka, mereka bersedia menggali ide-ide baru dan menerima perkembangan terbaru yang sedang tren. (Rohmiyati, 2018). Generasi millennial cenderung suka pamer akan eksistensi dirinya. Mereka mempunyai kebiasaan selfi atau memamerkan keadaan dirinya dan menyebarkan/ menshare keadaan dirinya pada masyarakat (Rohmiyati, 2018).



Gambar 1. 1 Negara dengan pengguna Instagram terbanyak

Sumber : <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>

Dari survey oleh statista pada Januari tahun 2024 lebih dari 100 miliar pengguna aktif bulanan Instagram di seluruh dunia dan 100 juta lebih pengguna Instagram di Indonesia sehingga Indonesia menjadi negara keempat dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia (Statista, 2024). Dari survei terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 terungkap bahwa pengguna internet di Indonesia didominasi

oleh generasi Millennial, dimana 91% pengguna internet adalah remaja berusia 15-19 tahun, 88,5% berusia 20-24 tahun, 82.7% atau sekitar 25 juta berusia 25-29 tahun dan sekitar 76,5% berusia 30-34 tahun. Generasi Z dan Milenial mengadopsi penggunaan media sosial, sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, dan membangun identitas digital mereka. Di Indonesia, pengguna media sosial mencapai 191 juta pengguna dan instagram menjadi *platform* yang populer kedua dengan 122 juta pengguna pada tahun 2024 (databoks, 2024). Mayoritas pengguna sosial media berasal dari kalangan Generasi Z dan Milenial (APJII, 2024). Dalam hal ini menjelaskan popularitas Instagram di Indonesia, khususnya di kalangan Generasi Z dan Milenial, yang menjadikannya *platform* media sosial terpopuler kedua dengan 122 juta pengguna pada tahun 2024.

Generasi Z dan Milenial mengalami peningkatan keterhubungan digital yang signifikan melalui Instagram. Kedua generasi ini memanfaatkan *platform* ini untuk membangun dan memelihara jejaring sosial yang luas. Sementara Generasi Z lebih cenderung menjalin koneksi yang luas dan cepat, Milenial dapat membawa pengalaman keterhubungan sosial yang lebih mendalam dan mapan (Zis et al., 2021). Pemahaman mendalam terkait cara keduanya memanfaatkan Instagram sebagai alat keterhubungan sosial dapat memberikan wawasan yang berharga dalam studi interaksi sosial digital.

Instagram merupakan *platform* berbagi foto dan video yang memudahkan pengguna dalam menangkap momen, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai media sosial lainnya (Sirajuddin et al., 2023). Di Indonesia, dimana budaya visual dan media sosial sangat mendominasi, pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana kedua generasi ini memanfaatkan Instagram dalam membangun citra dan mengelola interaksi sosial mereka akan memberikan wawasan yang lebih kaya. Seseorang memiliki kemampuan untuk memposting gambar, video, cerita, dan juga memberikan respons positif serta komentar pada unggahan orang lain (Al-Kandari, 2016). Instagram, sebagai salah satu *platform* paling

populer, memberikan ruang bagi generasi Z dan Milenial untuk menyampaikan pesan, mengungkapkan emosi, dan menjalin interaksi interpersonal.

Ekspresi diri di Instagram menjadi penting untuk dipahami. Generasi Z dan Milenial tidak hanya sebagai pengguna pasif, melainkan juga sebagai produsen konten yang aktif, mereka berpartisipasi dalam dinamika ekspresi diri di *platform* ini. Bagian ini mencerminkan relevansi dan kebutuhan untuk menggali lebih dalam cara-cara mereka berkomunikasi untuk diekspresikan, dan memengaruhi kedua generasi ini di lingkungan media sosial Instagram.

Media sosial telah menjadi pilar utama interaksi *online* di Indonesia, dengan *platform* Instagram menduduki posisi penting. Instagram menawarkan *platform* visual yang memungkinkan pengguna untuk membagikan momen-momen mereka melalui gambar dan video. Penggunaannya merentang dari berbagi momen pribadi hingga menyampaikan pesan politik dan budaya. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 lebih dari 79,5% penetrasi pengguna internet di Indonesia, menunjukkan signifikansi besar pengaruhnya di kalangan masyarakat (APJII, 2024).

Menurut Franken dalam Asyari (2021) dalam setiap harinya, seseorang selalu mengekspresikan diri atau memberikan informasi kepada orang lain, minimal sekali dalam sehari. Dalam era ini, hampir semua lapisan masyarakat aktif mengekspresikan diri melalui media sosial, terutama Instagram. Keberhasilan ini menjadi dorongan internal, yaitu motivasi yang muncul dari kepuasan pribadi. Khususnya generasi Z yang tumbuh bersamaan dengan kemunculan media sosial dan generasi milenial yang hidup seiring perkembangan teknologi digital. Kini menghadapi tuntutan baru dalam menyampaikan identitas dan emosi mereka di zaman yang sudah berdampingan dengan teknologi.

Dalam konteks Generasi Z, yang dikenal sebagai "*digital native*" karena tumbuh dalam era digital, mereka memiliki keahlian yang tinggi

dalam menggunakan teknologi dan internet (Ariani & Bayti, 2020). Generasi ini bergantung pada teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka dan terpapar dengan berbagai budaya dan informasi global melalui internet. Dikategorikan sebagai generasi yang kreatif, mereka menunjukkan cara berpikir yang unik dan inovatif, serta mengekspresikan diri secara ekspresif melalui seni, musik, dan media sosial, terbiasa dengan *smartphone* dan *platform* media sosial sejak usia dini, seperti Instagram (Sirajuddin et al., 2023).

Sementara itu, Generasi milenial yang lahir bersamaan dengan teknologi membuat tidak jauh dengan teknologi, antara lain internet dan media sosial saat ini, yaitu Instagram (Prihantoro et al., 2020). Generasi Milenial menunjukkan perilaku informasi yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Dalam konteks perilaku informasi, Generasi Milenial menggunakan pendekatan yang berbeda, mencakup proses kebutuhan informasi, pencarian informasi, serta seleksi dan evaluasi informasi sebelum disebar di dunia maya (Rohmiyati, 2018). Kehadiran Generasi Milenial dicirikan oleh adaptasi tinggi, dengan literasi digital yang kuat, kemampuan multitasking, dan keterampilan beradaptasi dengan perubahan yang cepat (Moeis & Febriani, 2020).

Dari pernyataan diatas, terlihat dari penggunaan teknologi dan eksposur terhadap informasi global telah membentuk karakteristik Generasi Z, yang dikenal sebagai "digital native." Sementara itu, Di sisi lain, Generasi Milenial menunjukkan perilaku informasi yang berbeda, dengan pendekatan adaptif dan literasi digital yang kuat. Maka, dalam konteks ini, pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana kedua generasi ini menggunakan Instagram sebagai wadah ekspresi diri dapat mengetahui lebih dalam tentang perbedaan dan kemiripan yang menarik antara Generasi Z dan Milenial di dunia media sosial.

Penggunaan media sosial, termasuk Instagram, secara signifikan mempengaruhi psikologi komunikasi individu. Ellison et al. (2007)

menyoroti bahwa *platform*-media sosial memainkan peran kunci dalam membangun modal sosial *online*, memungkinkan individu untuk memperoleh validasi sosial dan memperluas jejaring sosial mereka secara digital. Namun, pertanyaan muncul tentang cara menyusun pesan dan mengekspresikannya di Instagram pada kedua generasi ini.

Penelitian yang berkaitan dengan media ekspresi diri sebelumnya, diantaranya adalah penelitian dari Asyari (2021) mengangkat penelitian berjudul Penggunaan Instagram Dalam Ekspresi Diri (Fenomena Sosial Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin). Penelitian ini mengkaji bahwa media ekspresi diri remaja yang bertujuan untuk melihat apakah Instagram menjadi sarana menunjukkan ekspresi diri, serta sebagai media pertukaran informasi yang pada mahasiswa Universitas Hasanudin. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi mengekspresikan diri dengan menyebarkan, mengumumkan, dan membagikan segala aktivitas mereka kepada publik, baik kepada pengikut pribadi maupun umum yang dapat diakses oleh orang lain.

Alasan Pemilihan unit yang di analisis Generasi Z dan milenial dipilih karena mereka merupakan kelompok yang paling aktif di media sosial, khususnya Instagram. Mereka cenderung menggunakan platform ini untuk berbagai tujuan, termasuk personal branding, interaksi sosial, dan ekspresi diri, yang relevan dengan tujuan penelitian ini. Keragaman sampel ini penting untuk mencakup berbagai cara penggunaan media sosial, sehingga hasil penelitian bisa diterapkan ke kelompok yang lebih luas. Selain itu, membandingkan generasi ini memberikan wawasan tentang evolusi perilaku digital.

Dengan latar belakang permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti Generasi Z dan Milenial dalam menggunakan media sosial instagram sebagai media komunikasi interpersonal untuk mengekspresikan diri. Studi komparatif antara Generasi Z dan Milenial perlu dilakukan untuk mengidentifikasi perbedaan dalam ekspresi diri di Instagram. Dengan

semakin berkembangnya peran Instagram sebagai wadah ekspresi diri, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana Generasi Z dan Milenial membentuk dan menyampaikan identitas digital mereka di dunia yang semakin terkoneksi secara digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana *self disclosure* generasi Z dan generasi Milenial dalam mengekspresikan diri di media sosial Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *self disclosure* generasi Z dan generasi Milenial dalam mengekspresikan diri di media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat secara akademis diharapkan dapat membangun dan memperkaya pengetahuan mahasiswa literatur *self disclosure*, ekspresi dalam bermedia sosial, khususnya dalam konteks generasi Z dan Milenial.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk masyarakat secara umum, dan juga para pembaca yang tertarik tentang ekspresi generasi Z dan Milenial di media sosial Instagram.