

BAB I

PENDAHULUAN

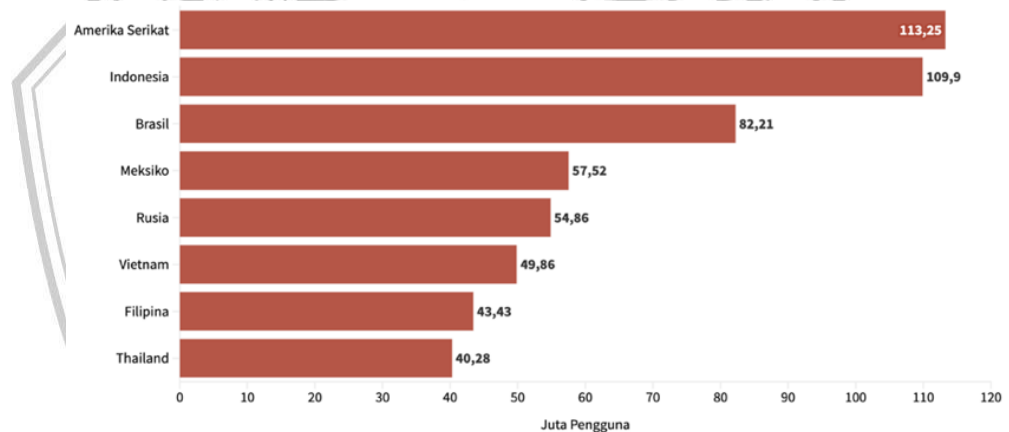
1.2 Latar Belakang

Komunikasi merupakan penyampaian pesan dengan menggunakan gambar-gambar tertentu oleh seseorang untuk mengubah watak atau perilaku orang lain untuk mencoba memperoleh reaksi (*Milyane et al., 2022*). Komunikasi adalah interaksi, perkembangan yang konsisten. Dalam perkembangan/proses harus ada individu yang menyampaikan pesan tertentu dan tidak ada orang lain yang menerima pesan tersebut. Dalam komunikasi terdapat tiga komponen dasar, yaitu komponen pengirim, komponen penerima, dan komponen pesan (*Murniarti, 2019*). Komunikasi tidak hanya sekadar proses penyampaian informasi, tetapi juga merupakan sarana membangun hubungan antarindividu. Melalui komunikasi, individu dapat mengekspresikan pikiran, perasaan, dan pandangan terhadap dunia di sekitarnya (*Razali et al., 2024*). Dalam konteks modern, komunikasi tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, tetapi telah mengalami pergeseran yang signifikan akibat kemajuan teknologi informasi dan munculnya media sosial. Perubahan ini membawa dampak besar terhadap cara individu berinteraksi, menampilkan diri, serta membangun relasi sosial (*Fajriah & Ningsih, 2024*).

Menurut studi dari *Liu et al., (2018)* Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak yang signifikan terhadap tatanan sosial dan politik di Indonesia, termasuk pola komunikasi yang berkembang baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan. Pada era ini, sistem komunikasi menjadi semakin terbuka, sehingga setiap individu memiliki ruang yang luas untuk menyampaikan pandangan, baik dalam aspek politik, sosial, maupun budaya, dengan keterbatasan yang semakin minim. Salah satu perkembangan teknologi yang memberikan perubahan pada ranah komunikasi adalah sosial media dimana menciptakan ruang komunikasi baru yang bersifat terbuka, cepat, dan interaktif. Menurut (*Rantona et al., 2024*) Digitalisasi mempercepat proses interaksi dan memperluas akses terhadap informasi, namun di sisi lain juga menghadirkan tantangan berupa ketidaksinkronan antara identitas daring dan identitas nyata, serta berpotensi

mengikis nilai-nilai budaya lokal. Dalam konteks tersebut, media sosial menjadi salah satu wujud utama dari perkembangan digital yang berperan penting dalam membentuk pola komunikasi masyarakat modern, baik dalam cara individu berinteraksi, menyampaikan pendapat, maupun membangun identitas di ruang publik digital.

Salah satu *platform* yang memiliki pengaruh besar di kalangan generasi muda adalah TikTok. Aplikasi berbasis video pendek ini memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri secara kreatif melalui konten visual dan audio yang mudah diakses publik. Salah satu bukti perkembangan teknologi yang merubah cara orang berinteraksi adalah adanya media sosial tiktok yang berkembang secara masif di Indonesia dimana Indonesia menjadi pengguna Tiktok terbanyak ke dua setelah Amerika Serikat dengan jumlah pengguna sebesar 109,90 juta jiwa di 2023 (Sadya 2023).



Gambar 1. 1 Pengguna Tiktik dunia

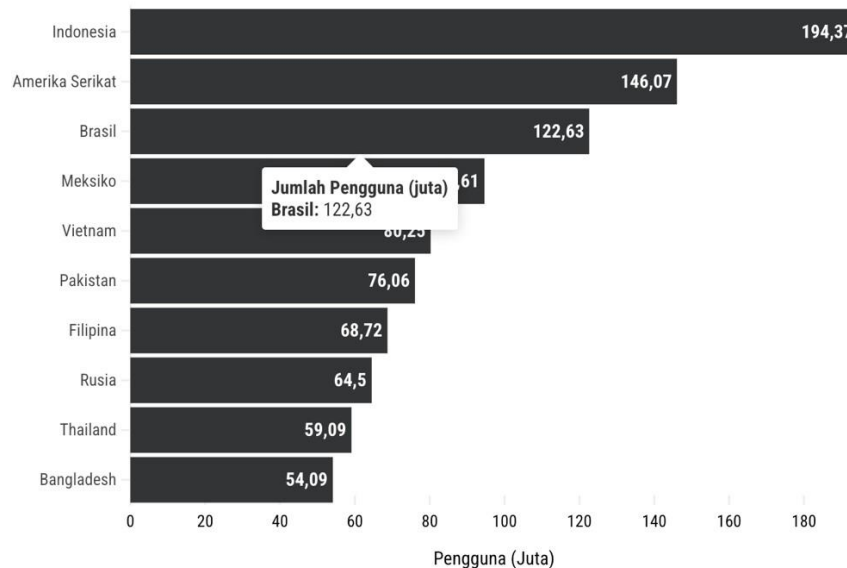
Selain pengguna yang banyak di Indonesia intensitas penggunaan aplikasi tiktok oleh penggunanya terutama di Indonesia mencapai peringkat tertinggi di dunia, megutip (Duarte, 2025) pengguna TikTok di Indonesia menghabiskan rata-rata 44 jam 54 menit per bulan, jauh di atas rata-rata global 34 jam 56 menit (Data.AI via Data Reportal, Februari 2025; Goodstat). Tingginya durasi ini mencerminkan keterlibatan pengguna yang sangat tinggi, dengan frekuensi penggunaan mencapai sekitar 12 kali per hari atau 360 kali per bulan.

Saat ini, Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada akhir tahun 2022 mencapai lebih dari 215,63 juta orang. Hal ini berarti 86,6% dari penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Penetrasi pengguna internet tersebut mengalami peningkatan 28,6 persen dari populasi Indonesia 248,9 juta jiwa dengan 56 juta pengguna aktif social media di tahun 2021 (We are Social, 2021). Hal ini menyatakan sebagian besar pengguna internet menghabiskan waktunya pada sosial media, sehingga media sosial menjadi bagian dari kehidupan manusia dan memiliki pengaruh yang besar bagi seseorang (Saputra, 2019). Selain itu, media sosial memiliki keuntungan dalam memfasilitasi komunikasi dan keterlibatan tanpa memperhatikan jarak atau waktu, dan memiliki kemampuan untuk membuat komunikasi dan interaksi lebih harmonis. Menurut Happy (2023) media sosial yang telah hadir di dunia dan yang sudah populer di Indonesia adalah Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, dan Tiktok. Studi terbaru dari (Clara Sari et al., 2018) Media sosial merupakan platform yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berinteraksi, berbagi, dan berkomunikasi secara digital. Perkembangannya telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari konvensional menjadi modern, sehingga komunikasi menjadi lebih mudah, cepat, efektif, dan transparan dalam penyampaian informasi. Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola komunikasi saat ini adalah TikTok, yang memanfaatkan konten video pendek sebagai sarana utama penyampaian informasi dan ekspresi diri.

Tiktok menjadi salah satu pemain utama di ranah media sosial, dimana sejak dirilis pada tahun 2017, TikTok telah mendapatkan popularitas yang sangat besar di Indonesia khususnya di kalangan *generasi Z*. TikTok memperoleh 800 juta pengguna dari seluruh dunia (Rahmana, 2022). Di Indonesia, pada tahun 2018, aplikasi ini menduduki peringkat aplikasi terbaik di *Play store* milik Google dan menjadi kategori aplikasi paling menghibur (Nurhafida, 2022). Dimana lebih dari 60% pengguna TikTok terdiri dari *Generasi Z*, yang mengacu pada pengguna yang lahir setelah tahun 1996. Saat ini, tercatat 76% *Gen Z* mengatakan mereka menggunakan TikTok, naik dari 69% pada bulan November 2023. Angka ini

melampaui 71% pengguna YouTube (turun dari 73% di bulan November), yang menjadikan pencapaian ini sangat mengesankan.

10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (Juli 2025)



Gambar 1. 2 Data Pengguna tiktok dunia
Sumber : We Are Social dan Meltwater

Berdasarkan gambar 1.2 Indonesia resmi menjadi negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia pada 2025, dengan jumlah mencapai 194,37 juta pengguna per Juli 2025. Berdasarkan laporan *We Are Social dan Meltwater*, capaian ini menempatkan Indonesia di peringkat teratas global, melampaui Amerika Serikat dan Brasil. TikTok menjadi wadah bagi pengguna untuk menampilkan identitas, berbagi pengalaman, hingga menyampaikan opini terhadap berbagai isu sosial (Azzali, 2024). Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi alat hiburan, tetapi juga medium pembentukan citra diri (*self-presentation*) dan pengungkapan diri (*self-disclosure*). Menurut studi dari (Hamzah & Putri, 2020) tiga faktor yang mendorong *self-disclosure* di media sosial dalam fenomena *hyperhonest*, yaitu rasa senang saat curhat, kebutuhan untuk didengarkan, dan keinginan untuk dikenal.

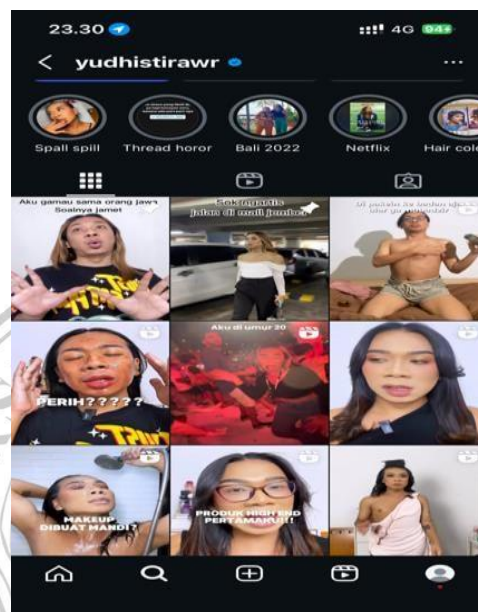
Selaras dengan studi dari (Guest, 2024) menemukan bahwa orang menggunakan fitur TikTok karena mengikuti tren, mencari hiburan, ingin mengekspresikan diri, dan karena mudah digunakan. Menariknya, orang yang kurang mengenal dirinya justru lebih bebas mengekspresikan diri di TikTok, sedangkan mereka yang sudah punya gambaran diri yang jelas malah tidak selalu tampil apa adanya. Sedangkan studi dari (Claresta & Tamburion, 2021) mengungkapkan diri di TikTok untuk mengekspresikan diri, berbagi pengalaman, dan mendapatkan tanggapan dari orang lain. Mereka cenderung melakukan hal ini karena merasa nyaman dan melihat banyak orang lain melakukan hal serupa.

Self-disclosure dipahami sebagai proses pengungkapan informasi pribadi kepada orang lain dengan tujuan membangun pemahaman dan kedekatan interpersonal (Putra et al., 2024). Media sosial seperti TikTok memberikan ruang yang luas bagi individu untuk melakukan *self-disclosure*, baik melalui narasi pribadi, ekspresi emosi, maupun *representasi visual* (Saryuti & Nur, 2025). Namun, pola pengungkapan diri di ruang digital tidak selalu sama dengan komunikasi langsung. *Anonimitas*, *kontrol* terhadap citra, serta kebutuhan akan penerimaan sosial sering kali memengaruhi sejauh mana seseorang bersedia membuka dirinya di media sosial. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam, terutama terkait faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhinya.

Salah satu faktor yang memiliki relevansi dalam konteks komunikasi interpersonal dan ekspresi diri adalah identitas *gender*. Dalam masyarakat modern, cara pandang terhadap gender mengalami pergeseran dari yang semula bersifat biner (*maskulin dan feminin*) menjadi lebih cair dan fleksibel. Perubahan ini turut memengaruhi cara individu berkomunikasi dan menampilkan diri di media sosial. Di tengah perubahan tersebut muncul konsep androgini, yaitu individu yang memiliki keseimbangan antara karakteristik *maskulin* dan *feminin*. Individu androgini cenderung adaptif, mampu menyesuaikan diri dalam berbagai konteks komunikasi, serta memiliki fleksibilitas emosional yang tinggi (Anindya, 2016).

Karakter androgini menjadikan kelompok ini menarik untuk dikaji dalam kaitannya dengan kemampuan *self-disclosure* dikarenakan masih tabunya androgini dan stigma negatif yang melekat. Penelitian dari (Fachrani & Rahardjo,

2024) menemukan bahwa konten @yudhistirawr tentang kecantikan dan gaya hidup mencerminkan pengalaman pribadinya. Namun, di kolom komentar, muncul perbedaan pandangan dan *stereotip gender* yang kaku di masyarakat Indonesia. Banyak pengikut menilai gaya androgini secara negatif karena ideologi gender tradisional. Respons tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang di mana nilai dan *norma gender* diperdebatkan dan dibentuk kembali.



Gambar 1. 3 Akun dari @yudhistirawr

Fenomena penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang, khususnya angkatan 2025, menunjukkan kecenderungan bahwa *platform* ini digunakan tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas sosial. Namun, sejauh mana penggunaan TikTok memengaruhi kemampuan pengungkapan diri mahasiswa androgini belum banyak diteliti secara spesifik. Kebanyakan penelitian terdahulu lebih berfokus pada hubungan antara media sosial dan pembentukan citra diri secara umum, tanpa memperhatikan faktor identitas gender *non-biner* seperti androgini yang mungkin memengaruhi dinamika komunikasi personal.

Dari uraian tersebut, terdapat celah penelitian (*research gap*) terkait keterkaitan antara penggunaan media sosial TikTok dengan kemampuan *self-disclosure* pada individu androgini. Penelitian ini penting dilakukan karena dapat

memberikan pemahaman yang lebih *komprehensif* mengenai bagaimana media sosial berperan dalam membentuk keterbukaan diri di tengah perubahan konstruksi gender dan pola komunikasi masyarakat digital. Selain itu, penelitian ini juga memiliki urgensi akademik dan sosial, yaitu untuk memperkaya kajian komunikasi interpersonal di era media baru serta memberikan gambaran mengenai perilaku komunikasi mahasiswa dalam mengekspresikan identitasnya secara lebih *inklusif* dan *dinamis*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial tiktok terhadap kemampuan *self disclosure* pada mahasiswa androgoni?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial tiktok terhadap kemampuan *self disclosure*?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi manfaat teoritik dan manfaat manajerial, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a) Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi interpersonal dan komunikasi media baru (*new media communication*).
- b) Memperkaya pemahaman mengenai pengaruh media sosial (khususnya TikTok) terhadap pola *self-disclosure* individu dalam konteks identitas gender yang kompleks, seperti androgini.
- c) Menjadi rujukan empiris bagi pengembangan teori-teori komunikasi yang relevan, antara lain:

1. Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory*)
 2. Teori Pengungkapan Diri (*Self-Disclosure Theory*)
 3. Teori Presentasi Diri (*Self-Presentation Theory*)
- d) Memperluas wacana tentang komunikasi personal di ruang virtual dan menghadirkan perspektif baru mengenai fleksibilitas gender dalam komunikasi modern.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Mahasiswa dan Generasi Muda

Memberikan wawasan mengenai pentingnya memahami pola penggunaan media sosial secara *reflektif* dan bertanggung jawab, khususnya dalam membangun keterbukaan diri yang sehat tanpa kehilangan batas privasi. Hasil penelitian ini juga dapat membantu mahasiswa untuk lebih sadar terhadap bagaimana *karakteristik* pribadi, termasuk identitas *gender*, memengaruhi cara mereka menampilkan diri di media sosial.

b. Bagi Institusi Pendidikan

Menjadi masukan bagi institusi untuk merancang program literasi digital atau pelatihan komunikasi yang mendorong mahasiswa agar mampu menggunakan media sosial sebagai sarana pengembangan diri dan *ekspresi positif* yang tetap sejalan dengan nilai-nilai etika komunikasi dan *moralitas* kampus.

c. Bagi Praktisi dan Peneliti Komunikasi

Memberikan dasar empiris bagi penelitian lanjutan yang mengkaji keterkaitan antara teknologi komunikasi, identitas *gender*, dan dinamika *self-disclosure* di berbagai konteks sosial. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan kebijakan atau strategi komunikasi digital yang lebih inklusif dan sensitif terhadap keberagaman identitas pengguna.