

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Interaksi Sosial dan Kualitas Interaksi

Interaksi sosial adalah dasar utama dari kehidupan bermasyarakat. Dalam ilmu sosial, interaksi sosial didefinisikan sebagai proses hubungan timbal balik antara individu atau kelompok yang melibatkan komunikasi dan reaksi terhadap satu sama lain. Interaksi ini merupakan kunci utama dalam pembentukan identitas, norma, serta struktur sosial yang berlaku di lingkungan masyarakat. Dalam perkembangan era digital, bentuk interaksi sosial mengalami perubahan yang signifikan, dari yang sebelumnya dilakukan secara langsung (tatap muka) menjadi berbasis digital melalui media sosial. Menurut Iswaratama, (2024) interaksi sosial tetap menjadi elemen penting dalam pembentukan identitas dan eksistensi seseorang di tengah masyarakat, meskipun platform yang digunakan untuk berinteraksi telah bergeser ke arah ruang digital. Hal ini membuktikan bahwa media digital tidak menggantikan esensi interaksi sosial, melainkan hanya menjadi sarana baru yang disesuaikan dengan perkembangan zaman.

Dalam konteks digital, bentuk interaksi mengalami perubahan bentuk namun tidak kehilangan esensinya. Media sosial, termasuk TikTok, menjadi ruang sosial baru di mana individu dapat berinteraksi secara daring dan tetap merasakan hubungan sosial meski tanpa kontak fisik langsung. Fauzy dan Ratnawati, (2024) menekankan bahwa platform digital memberikan fleksibilitas dalam menjalin relasi yang lebih luas, melintasi batas geografis dan waktu.

Selain melihat bentuk dan frekuensi interaksi, penting juga memahami kualitas interaksi yang terjadi. Kualitas interaksi merujuk pada sejauh mana komunikasi yang terjalin dapat membangun kedekatan emosional, rasa saling percaya, keterbukaan diri, serta dukungan emosional di antara individu (Rahman et al., 2025). Menurut Putri dan Wibowo, (2022) interaksi yang berkualitas tidak hanya tercermin dari intensitasnya, tetapi juga dari kedalaman pembahasan (*depth*), kejujuran komunikasi, dan konsistensi perilaku dalam relasi. Kualitas interaksi menjadi penting karena menentukan apakah hubungan yang terjalin bersifat dangkal dan sementara, atau dapat berkembang menjadi relasi yang lebih erat,

otentik, dan bermakna. Dalam kajian ilmu komunikasi, kualitas interaksi juga dianggap sebagai indikator penting dalam keberhasilan pembentukan hubungan sosial, baik di dunia nyata maupun di ruang digital.

Tujuan utama dari interaksi sosial adalah membangun dan mempertahankan hubungan sosial yang sehat dan produktif. Melalui proses interaksi, individu belajar memahami norma, nilai, serta ekspektasi sosial yang berlaku dalam masyarakat. Di era digital, tujuan tersebut berkembang seiring dengan kebutuhan untuk membentuk citra diri dan mendapatkan pengakuan sosial secara daring. Dalam dunia media sosial, setiap tindakan pengguna menjadi representasi identitas sosial yang ingin di tampilkan kepada publik. Interaksi juga menciptakan ruang bagi individu untuk mengevaluasi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Di era digital, tujuan interaksi juga mencakup pencarian validasi sosial dan pengakuan identitas. Platform seperti TikTok memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan sesama berdasarkan minat, latar belakang, atau tujuan yang sama. Anwar et al. (2025) menyatakan bahwa di media sosial, tujuan interaksi juga berkembang menjadi bagian dari strategi membangun citra diri dan komunitas.

Interaksi sosial berfungsi sebagai mekanisme utama dalam proses sosialisasi dan pembentukan hubungan antarpersonal. Melalui interaksi, manusia membangun sistem sosial yang lebih besar seperti kelompok, organisasi, atau komunitas. Fungsi lainnya adalah membentuk struktur sosial dan menjaga harmoni antar anggota masyarakat. Jesslyn dan Winduwati, (2021) menambahkan bahwa di media sosial, fungsi interaksi mencakup pembentukan identitas digital, pencarian dukungan emosional, dan pemeliharaan hubungan jarak jauh. Di TikTok, interaksi dapat berupa komentar, *like*, *mention*, atau kolaborasi konten yang semuanya bertujuan untuk mempertahankan konektivitas sosial secara aktif. Dengan begitu, fungsi interaksi mengalami ekspansi yang signifikan dalam ekosistem komunikasi digital.

Enter terlalu jauh

2.2 Media Sosial TikTok

Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan merespons konten dalam jaringan sosial berbasis internet. Platform ini memberikan ruang interaktif yang dinamis, di mana pengguna tidak

hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen. Menurut Octaviana et al. (2023), media sosial merupakan evolusi dari teknologi komunikasi yang telah menjadi pusat aktivitas sosial digital.

TikTok merupakan platform media sosial berbasis video yang dikembangkan oleh Perusahaan *ByteDance Technology Co. Ltd. Douyin* dari Tiongkok. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan menemukan video dengan berbagai fitur kreatif, seperti filter efek suara, dan musik. TikTok juga berkembang sangat pesat sejak dikenalkan ke khalayak pada tahun 2016 dan menjadi salah satu aplikasi dengan unduhan terbanyak di dunia. Dikutip dari (Kompas.com, 2024), data statista menunjukkan bahwa Indonesia menempati urutan pertama pengguna TikTok terbanyak dengan jumlah 157,6 juta orang per Juli 2024 menurut data statista. Platform ini tidak hanya digunakan sebagai media hiburan saja, namun menjadi ruang sosial digital terutama bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri, membangun relasi, dan memperluas jaringan sosial. Interaksi yang tercipta melalui fitur komentar, *likes*, duet, dan siaran langsung. Tiktok memiliki dinamika komunikasi sosial yang kuat dan memiliki potensial untuk membentuk hubungan pertemanan. TikTok memiliki berbagai fitur seperti :

1. Komentar dan *Likes* : berfungsi sebagai bentuk validasi dan respons sosial
2. Duet : memungkinkan kolaborasi antar pengguna secara sinkron
3. Siaran Langsung : menciptakan komunikasi dua arah secara langsung dan spontan
4. Algoritma "*For You Page*" (FYP) : mempertemukan pengguna dengan konten dan individu yang relevan, sehingga membuka peluang dan interaksi hubungan baru

Fitur tersebut secara aktif mempertemukan pengguna dengan konten – konten yang relevan berdasarkan minat mereka, sehingga membuka peluang untuk terbentuknya hubungan sosial baru. TikTok telah membentuk ekosistem komunikasi yang memperkuat keterhubungan digital antar penggunanya.

2.3 Fenomena Pertemanan di Generasi Z

Pertemanan adalah bentuk hubungan interpersonal yang dibangun atas dasar saling percaya, kenyamanan emosional, dan rasa keterikatan. Hubungan ini biasanya bersifat sukarela, tidak terikat oleh formalitas, dan berkembang melalui interaksi yang terus-menerus. Dalam era digital, definisi pertemanan mengalami perluasan karena hubungan tersebut kini dapat dibentuk melalui interaksi *online* yang tidak selalu disertai kontak fisik (Handayani dan Surya, 2024).

Meskipun bersifat daring, pertemanan digital yang dibangun melalui media sosial seperti TikTok memiliki karakteristik yang mirip dengan pertemanan konvensional, seperti saling menyemangati, berbagi pengalaman personal, serta mendukung dalam bentuk komentar positif atau kolaborasi konten. Unsur utama dalam hubungan pertemanan, seperti keterbukaan, kesamaan minat, kepercayaan, dan komunikasi dua arah, juga ditemukan dalam hubungan pertemanan digital. Wibowo et al., (2025) mengungkapkan bahwa pertemanan yang sehat, termasuk di media sosial, ditandai dengan adanya komunikasi yang jujur, empati yang terjaga, dan kesediaan untuk memberikan dukungan emosional. Oleh karena itu, pertemanan yang dibentuk melalui media sosial dapat menjadi hubungan yang bermakna apabila terdapat unsur konsistensi dan keautentikan dalam berinteraksi.

Unsur utama dalam pertemanan meliputi kepercayaan, keterbukaan, kesamaan minat, dukungan emosional, dan intensitas komunikasi. Wibowo et al., (2025) menjelaskan bahwa pertemanan yang sehat dan kuat ditandai oleh adanya komunikasi yang jujur dan dukungan dua arah. Tanpa elemen-elemen tersebut, hubungan pertemanan cenderung rapuh atau bersifat superfisial.

Di media sosial, unsur-unsur ini bisa muncul dalam bentuk saling menyemangati, berbagi cerita pribadi melalui konten, atau berkolaborasi dalam proyek digital seperti tren TikTok. Permatasari et al., (2024) menambahkan bahwa pertemanan digital memiliki kekhasan tersendiri, yakni fleksibel dalam waktu dan ruang, namun membutuhkan usaha ekstra untuk mempertahankan kedekatan dan kepercayaan karena minimnya komunikasi non-verbal.

2.4 Generasi Z dan Media Sosial

Generasi Z atau biasa disingkat Gen Z yang umumnya lahir antara tahun 1997 hingga 2012 merupakan generasi pertama yang tumbuh dalam lingkungan

digital dan memiliki keterikatan yang kuat terhadap teknologi, terutama media sosial. Karakteristik yang mencolok dari Gen Z adalah kemampuan beradaptasi tinggi terhadap perkembangan teknologi serta kecenderungan untuk menjadikan media sosial sebagai bagian utama dari kehidupan mereka sehari – hari. Dalam konteks Indonesia, generasi ini menjadi kelompok pengguna internet dan media sosial terbesar berdasarkan data Digital Report 2025 yang dirilis oleh We Are Social.

Media sosial tidak hanya digunakan Gen Z sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun identitas diri, mengelola citra sosial, mengekspresikan opini, bahkan menjalin dan mempertahankan hubungan sosial. TikTok menjadi salah satu platform yang paling diminati oleh Gen Z karena berbagai fitur interaktif seperti komentar dan *likes*, duet, siaran langsung, serta FYP (*For You Page*) yang membuat penggunanya merasa terkoneksi secara langsung. Interaksi ini menjadikan media sosial bukan hanya sebagai ruang hiburan, tetapi juga sarana pembentukan hubungan terpersonal. Carolin et al., (2023) menyatakan bahwa TikTok berperan penting dalam membentuk konsep diri pengguna Gen Z, karena mereka dapat mengeksplorasi berbagai persona dan citra diri yang ingin ditampilkan melalui konten kreatif yang disebarluaskan secara publik.

Keberadaan fitur-fitur di Tiktok tersebut juga menjadi bentuk validasi sosial bagi Gen Z. Semakin tinggi interaksi yang diterima oleh suatu konten, maka semakin tinggi juga Tingkat penerimaan dan pengakuan yang dirasakan oleh pengguna tersebut. Validasi ini berdampak pada pembentukan hubungan sosial digital termasuk pertemanan yang bisa terbentuk melalui kesamaan minat, frekuensi interaksi, dan bentuk dukungan emosional secara daring. Dalam penelitian Jesslyn dan Winduwati, (2021) disebutkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berkontribusi terhadap peningkatan hubungan sosial secara daring, meskipun dalam beberapa kasus dapat mengurangi kualitas hubungan secara luring. Oleh karena itu, penting untuk menelusuri lebih jauh bagaimana Gen Z membentuk dan memaknai pertemanan melalui media sosial TikTok, baik sebagai bentuk ekspresi diri maupun sebagai upaya mempertahankan eksistensi sosial.

2.5 Penelitian Terdahulu

1. Wijaya dan Utami (2021) dalam jurnal *Prologia* meneliti pengaruh penyampaian informasi pada aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Hasilnya menunjukkan bahwa konten TikTok yang singkat, menarik, dan persuasif mampu membentuk preferensi konsumsi Gen Z.
2. Carolin et al. (2023) dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS), penelitian ini membahas Pengaruh Penggunaan New Media TikTok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok secara aktif dapat membantu pengguna, khususnya Gen Z, dalam mengeksplorasi dan membangun identitas personal serta sosial mereka. TikTok dinilai berperan sebagai media ekspresi diri yang membentuk citra diri secara virtual.
3. Yunita Aurelia Suwarno (2023) dalam Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika. Penelitian ini mengkaji tentang interaksi sosial melalui media sosial TikTok di kalangan remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai media interaksi sosial yang memungkinkan remaja membangun komunikasi, mengekspresikan diri, serta memperluas jaringan pertemanan melalui fitur komentar, *like*, dan kolaborasi konten.
4. Nur Alya Sari Nasution, dkk, (2025) dalam Jurnal *Educational Communication Journal*, yang mengkaji tentang peran media sosial TikTok dalam membentuk interaksi sosial dan etika komunikasi generasi Z. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang mendorong keterbukaan diri, kedekatan emosional, serta pembentukan hubungan sosial, meskipun terdapat potensi tantangan seperti kesalahpahaman dalam komunikasi digital.

Penelitian ini memiliki perbedaan utama karena secara khusus mengkaji bagaimana interaksi sosial di platform TikTok berfungsi dalam menjaga kualitas pertemanan di kalangan Gen Z anggota komunitas Digital Team UMM, dengan menggunakan teori Social Penetration Theory Altman dan Taylor (1973) yang menitikberatkan pada dimensi *breadth* (luasnya interaksi) dan *depth* (kedalaman

interaksi/*self-disclosure*). Selain itu, penelitian ini dilakukan dalam konteks komunitas kampus yang spesifik, sehingga memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai dinamika pertemanan digital dalam suatu komunitas.

