

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital yang berkembang dengan pesat ini, media sosial telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari khususnya bagi Generasi Z. Instagram muncul sebagai salah satu *platform* paling diminati dan berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, namun juga sebagai ruang untuk mengekspresikan diri dan mengatur hubungan sosial. Salah satu fitur unggulan pada situasi ini adalah *Close Friends*, yang memungkinkan pengguna untuk mengatur tingkat privasi dan mengontrol akses ke konten tertentu hanya untuk orang-orang terpilih di akun mereka.

Dapat diamati bahwa media sosial saat ini semakin bervariasi dan melimpah, mulai dari berbagi teks sederhana hingga gambar dan video, seperti yang terdapat pada aplikasi Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, Line, serta berbagai *platform* lainnya yang dapat dengan mudah diunduh melalui *smartphone* saat ini. Oleh sebab itu, *platform* media sosial memainkan peranan vital dalam kehidupan masyarakat untuk membangun interaksi sosial dengan orang lain, terutama bagi mereka yang mempunyai pengalaman atau koneksi di dunia nyata yang serupa.

Generasi Z sering kali disebut *digital native* karena mereka dibesarkan dan terbiasa dengan teknologi sejak usia muda, termasuk *smartphone* dan *platform* media sosial seperti Instagram. Mereka cenderung lebih terbuka dalam mengekspresikan diri dan membagikan momen pribadi. Di antara mereka, terdapat fenomena penggunaan dua akun, yaitu akun utama (*first account*) dan akun kedua (*second account*), serta pemanfaatan fitur *Close Friends* untuk membagikan konten secara selektif. Fitur ini membantu pengguna menjaga keseimbangan antara kehidupan publik dan pribadi, terutama bagi mereka yang memiliki banyak pengikut di akun utama. Dengan demikian, pilihan untuk menggunakan dua akun atau fitur *Close Friends* dapat dipahami sebagai strategi komunikasi digital dalam mengelola audiens.

Ekspresi diri di media sosial khususnya di *platform* Instagram menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini karena Generasi Z bukan hanya sekedar menjadi peran konsumen konten, namun juga menjadi produsen konten yang aktif. *Platform* ini menyediakan wadah bagi mereka untuk menyampaikan pesan, mengekspresikan diri, serta berinteraksi secara langsung dengan pengikut. Sejumlah penelitian mengindikasikan bahwa *platform* media sosial Instagram berfungsi sebagai sarana utama bagi generasi muda untuk mengekspresikan diri mereka serta membangun interaksi sosial, Asyari (2021) menegaskan bahwa Instagram secara luas digunakan sebagai alat pertukaran informasi dan ekspresi diri di kalangan Generasi Z.

Salah satu faktor yang menjadi penyebab Generasi Z sangat memperhatikan pengelolaan privasi di media sosial adalah meningkatnya tekanan sosial yang mereka alami. Mereka merasa terdorong untuk memperlihatkan citra diri yang baik dan sesuai dengan norma sosial di *platform* digital, tetapi pada saat yang sama menyadari bahwa berbagi informasi secara berlebihan dapat membawa konsekuensi negatif. Konsekuensi ini tidak hanya berkaitan dengan penilaian orang lain, tetapi juga berpengaruh pada kesehatan mental, seperti kecemasan dan stres yang sering dialami oleh Generasi Z di era digital (Bolang, 2024).

Pemanfaatan fitur *Close Friends* memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mengurangi tekanan dalam selalu tampil sempurna di depan audiens yang lebih luas, serta lebih fokus pada hubungan yang dianggap dekat dan dapat dipercaya. Fitur ini berperan dalam menjaga keseimbangan antara citra publik yang ingin dibangun dan sisi pribadi yang ingin dilindungi. Pengungkapan diri (*self-disclosure*) memerlukan keberanian dan umumnya hanya dilakukan kepada individu yang dipandang aman dan terpercaya. Dalam konteks Instagram, *Close Friends* menawarkan ruang yang lebih privat serta terpilih untuk melakukan pengungkapan diri tersebut (Jourard, 1971).

Saat mengunggah konten, banyak pengguna yang mengharapkan umpan balik berupa respons dan komentar yang positif (Azzahra et al., 2022). Ketika umpan balik tersebut tidak memenuhi harapan, dapat timbul kecemasan bahwa unggahan mereka kurang menarik, tidak pantas, atau mengandung kesalahan yang tidak disadari. Wulandari et al. (2025), menunjukkan kecemasan terhadap penilaian orang lain dapat memengaruhi kecemasan terhadap penilaian dalam kehidupan nyata. Kecemasan ini menjadi sumber kegelisahan individu dalam berkomunikasi, di mana mereka cenderung lebih memprediksi pemikiran negatif dibandingkan positif saat berinteraksi dengan orang lain (Budury & Fitriyani, 2019). Oleh karena itu, cara Generasi Z mengatur audiens dan bentuk pesan di Instagram, termasuk melalui *Close Friends*, dapat dipandang sebagai strategi komunikasi untuk mengelola kecemasan dan menjaga kenyamanan psikologis.

Penggunaan dua akun serta fitur *Close Friends* memiliki hubungan yang erat dengan pengendalian kehadiran digital dan pengelolaan identitas. Generasi Z menyadari betapa pentingnya menjaga identitas mereka di dunia maya tanpa harus mengorbankan privasi. Mereka tetap ingin aktif di media sosial, namun berusaha untuk mengatur informasi yang mereka distribusikan dan kepada siapa informasi tersebut dapat diakses. Dalam konteks ini, penggunaan dua akun dan fitur *Close Friends* dapat dianggap sebagai strategi komunikasi yang membantu mereka memisahkan perbedaan antara ruang publik dan ruang pribadi dalam konteks media sosial.

Salah satu penelitian yang relevan mengenai ekspresi diri melalui *Close Friends* adalah jurnal dengan judul “*Manajemen Privasi dalam Penggunaan Fitur Close Friends di Instagram*” yang ditulis oleh Daniya (2021). Penelitian tersebut menunjukkan adanya sikap selektif yang berkaitan dengan teori *Communication Privacy Management*, dimana pemilik akun memilih siapa saja yang dapat melihat *Instagram Story* mereka. Sikap selektif ini bermanfaat untuk menjaga hubungan sosial, terutama dalam konteks pertemanan, serta memberikan batasan meskipun akun tidak diatur sebagai akun privat.

Pemanfaatan fitur *Close Friends* di Instagram berkaitan dengan berbagai motivasi serta kesulitan yang dialami oleh pengguna terutama Generasi Z. Motivasi utama untuk menggunakan fitur ini adalah adanya tekanan sosial serta kebutuhan untuk menjaga kesehatan mental. Banyak pengguna merasa lebih nyaman dalam berbagi pengalaman emosional, curahan hati, atau keluh kesah hanya kepada lingkaran terdekat yang mereka percayai, sehingga dapat mengurangi kecemasan dan *overthinking* yang berkaitan dengan penilaian dari orang lain.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi dikenal memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang proses dan strategi komunikasi, termasuk dalam penggunaan media sosial. Mereka cenderung lebih kritis dan selektif dalam memilih metode berkomunikasi serta mengelola privasi di *platform* digital. Dengan latar belakang pendidikan yang menekankan komunikasi yang efektif dan etis, mahasiswa Ilmu Komunikasi menjadi subjek yang relevan untuk meneliti bagaimana fitur privasi seperti *Close Friends* dimaknai dan diimplementasikan pada kehidupan sehari-hari. Secara khusus, mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang sebagai bagian dari Generasi Z memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan Instagram dan fitur *Close Friends* sebagai ruang untuk mengekspresikan diri serta mengelola privasi.

Meskipun telah banyak penelitian yang mengeksplorasi penggunaan Instagram di kalangan Generasi Z, penelitian yang secara khusus menyoroti strategi komunikasi melalui fitur *Close Friends* masih terbatas, terutama dalam konteks mahasiswa Ilmu Komunikasi. Padahal strategi komunikasi yang mereka terapkan memiliki potensi untuk menjadi acuan bagi generasi muda lainnya dalam mengelola privasi dan mengekspresikan diri di ruang digital.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan dengan tujuan menyelidiki secara mendalam bagaimana strategi komunikasi Generasi Z, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas

Muhammadiyah Malang, dalam memanfaatkan fitur *Close Friends* Instagram untuk menjaga ekspresi diri dan privasi. Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru tentang praktik komunikasi digital yang etis dan efektif di antara generasi muda yang terdidik dalam bidang komunikasi.

Oleh karena itu, inti dari penelitian ini tidak terletak pada strategi penggunaan Instagram atau sekadar menjaga privasi, tetapi lebih kepada cara Generasi Z menerapkan strategi komunikasi dengan sadar dan terencana melalui fitur *Close Friends*. Strategi tersebut terdiri dari lima tahap yaitu perencanaan konten, pemilihan audiens yang selektif, penyesuaian bentuk pesan, penentuan waktu unggah, dan evaluasi terhadap respons audiens. Kelima tahap ini akan berfungsi sebagai alat analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi Generasi Z, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang, dalam menggunakan fitur *Close Friends* Instagram untuk menjaga ekspresi diri dan privasi?
2. Faktor apa saja yang memengaruhi pemilihan strategi komunikasi Generasi Z dalam menggunakan fitur *Close Friends* Instagram untuk menjaga ekspresi diri dan privasi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi Generasi Z, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang, dalam menggunakan fitur *Close Friends* Instagram untuk menjaga ekspresi diri dan privasi.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor yang memengaruhi pemilihan strategi komunikasi Generasi Z dalam menggunakan fitur *Close Friends* Instagram untuk menjaga ekspresi diri dan privasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pembaca sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi digital, khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi Generasi Z dalam memanfaatkan fitur privasi seperti *Close Friends* di Instagram. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan dalam kajian mengenai strategi komunikasi Generasi Z pada fitur *Close Friends*, terutama dalam konteks mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang. Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi dan sumber kajian bagi mahasiswa serta peneliti yang tertarik pada topik komunikasi digital, pengungkapan diri (*self-disclosure*), dan manajemen privasi di media sosial.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bantuan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi dan pengguna Instagram, terutama Generasi Z, dalam memahami pentingnya menjaga privasi sambil mengekspresikan diri dengan bijak di media sosial melalui pemilihan strategi komunikasi yang tepat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pendidik yang berfokus pada literasi digital dan etika komunikasi, dalam merancang program atau materi edukasi yang berkaitan dengan penggunaan media sosial yang sehat. Penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi pengembang fitur media sosial dalam menciptakan pengaturan privasi yang lebih efektif, adaptif, dan ramah pengguna.