

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada generasi sekarang atau yang lebih dikenal adalah Generasi Z, komunikasi tidak hanya berlangsung secara tatap muka tetapi bisa melalui media sosial. Generasi Z disebut sebagai generasi *digital native*, yaitu generasi yang sejak kecil sudah tumbuh bersama teknologi seperti komputer, internet, dan telepon seluler dalam kehidupan sehari-hari. (Fadillah, Nurbalqis, & Agustina, 2021). Gen Z tumbuh dengan web sosial, fokus pada digital, dan teknologi adalah identitas mereka (Singh & Dangmei, 2016). Generasi Z lahir pada tahun dan tumbuh seiring kemajuan dunia digital, berbeda dengan generasi sebelumnya. Perbedaan paling mencolok antara Gen Z dan generasi lainnya adalah penggunaan ponsel. Kemudahan akses internet melalui telepon seluler dan globalisasi gaya hidup Generasi gen Z telah menciptakan generasi yang bergantung pada Internet. Pengaruh terhadap aksesibilitas Internet menjadikannya sumber referensi utama ketika mencari informasi.

Generasi Z tumbuh dalam era teknologi digital yang pesat. Penggunaan platform media sosial, aplikasi kencan online, dan komunikasi melalui pesan teks menjadi lebih umum. Hal ini dapat mempengaruhi cara mereka berkomunikasi dan membentuk hubungan, baik secara positif maupun negatif. Media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan Gen Z. Terkadang, mereka mungkin lebih suka berkomunikasi melalui platform ini daripada secara langsung.

Ketergantungan pada likes, comments, dan eksposur media sosial dapat mempengaruhi persepsi diri dan hubungan asmara.

Instagram merupakan salah satu platform yang populer dan digunakan oleh hampir semua generasi Z. Gen Z cenderung menggunakan Instagram sebagai alat untuk membangun identitas digital, personal branding, dan ruang untuk menjadi diri mereka sendiri. Mereka juga menikmati konten yang menghibur, terlibat dalam aksi sosial, dan dapat mempersonalisasi identitas digital mereka melalui platform ini. Selain itu, Instagram mempunyai fitur untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan teman atau *Stranger* melalui *Direct Message* (DM) Instagram.

Direct Message (DM) Instagram menjadi salah satu ruang privat yang sering dimanfaatkan generasi Z untuk memulai percakapan dengan calon pasangan. Fenomena ini menarik, karena berbeda dengan pola komunikasi tradisional yang biasanya terjadi secara langsung (face-to-face), komunikasi melalui DM membuka ruang baru dalam proses pendekatan. DM dianggap lebih praktis, tidak terlalu mengikat, serta memberi kesempatan bagi individu untuk menyusun pesan dengan lebih terencana sebelum dikirimkan.

Media sosial Instagram juga berperan sebagai jembatan pendekatan. Rasa ketertarikan biasanya muncul terlebih dahulu dari interaksi langsung di dunia nyata, misalnya melalui pertemuan di lingkungan kampus, organisasi, atau pertemanan. Namun, karena keterbatasan ruang dan waktu, generasi Z sering melanjutkan interaksi tersebut melalui DM Instagram. Dengan cara ini, komunikasi menjadi lebih intens, terjaga privasinya, serta memberi kesempatan untuk mengenal lebih dalam sebelum memasuki tahap hubungan yang lebih serius.

Gen Z cenderung lebih terbuka terhadap kencan online dan menggunakan aplikasi kencan atau platform media sosial seperti Instagram untuk bertemu dan berkomunikasi dengan orang baru atau yang mereka suka. Meskipun ini dapat memperluas peluang untuk menemukan pasangan, hal ini juga dapat menimbulkan masalah seperti kurangnya kejelasan niat atau kesulitan membaca ekspresi emosi secara online. Komunikasi melalui DM Instagram sering kali terbatas pada teks dan emoji, yang dapat menyulitkan transmisi nuansa emosional dan ekspresi *non-verbal*. Hal ini bisa menyebabkan salah paham atau kurangnya kedalaman dalam pemahaman perasaan dan maksud di antara pasangan.

Budaya media sosial sering kali menekankan respons yang cepat, dan hal ini dapat menciptakan ekspektasi yang tinggi terhadap kecepatan dalam berkomunikasi. Kesulitan dalam menjaga respons yang cepat bisa dianggap sebagai ketidakminatan atau kurangnya minat. Dalam komunikasi online, terkadang sulit untuk memahami niat atau tingkat komitmen pasangan. Ketidakjelasan ini dapat menciptakan kebingungan dan meningkatkan risiko terjadinya misinterpretasi.

Komunikasi merupakan suatu hubungan kontak antar manusia, baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan bagian dari kehidupan itu sendiri, sebagaimana manusia berkomunikasi dalam hubungan dan kehidupannya, baik kita sadari atau tidak. Tujuan utama komunikasi adalah mengirimkan pesan dari seseorang dan menerimanya dari orang lain atau sekelompok orang, sehingga memberi mereka pengaruh dan umpan balik secara instan.

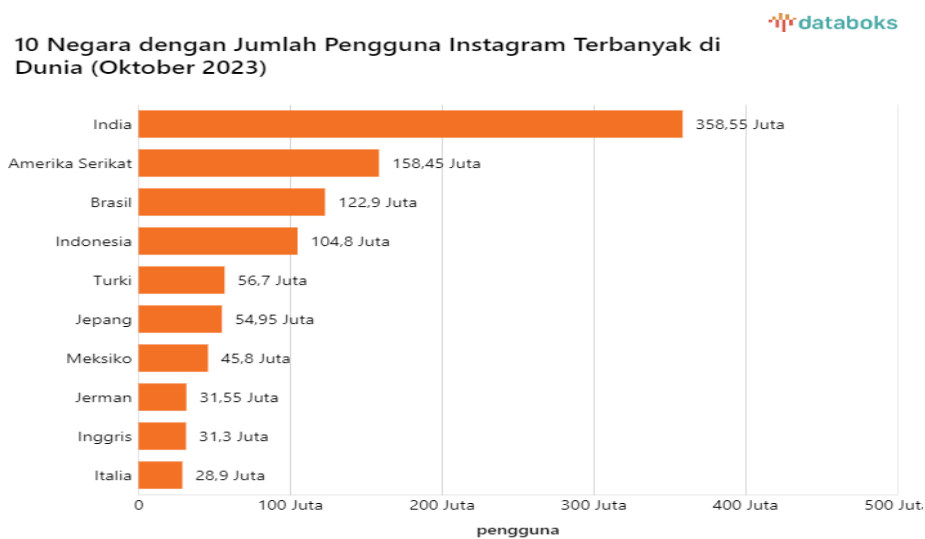
Salah satu kegiatan komunikasi dua arah tersebut adalah komunikasi antarpribadi atau efektivitas komunikasi antarpribadi, yang dapat diartikan sebagai komunikasi dengan orang lain, komunikasi yang biasa dilakukan orang dalam bekerja, bersosialisasi, dan interaksi sosial lainnya. Interaksi sosial adalah kemampuan seorang individu dalam melakukan hubungan sosial dengan individu lain atau kelompok dengan ditandai adanya kontak sosial dan komunikasi. Sedangkan menurut Soerjono soekanto (2013:61), interaksi sosial adalah suatu pertukaran antar pribadi yang masing – masing orang menunjukkan perilakunya satu sama lain dalam kehadiran mereka dan masing – masing perilaku mempengaruhi satu sama lain.

Komunikasi yang sering digunakan oleh manusia adalah komunikasi interpersonal, komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Komunikasi interpersonal melibatkan umpan balik dari komunikator ke komunikan, Komunikasi merupakan dasar dari seluruh interaksi antar manusia, karena tanpa komunikasi interaksi antara manusia tidak mungkin terjadi.

Cangara (2012), menyatakan bahwa komunikasi yang baik akan menghasilkan hubungan yang baik pula. Komunikasi diperlukan untuk mengatur hubungan antarmanusia, karena komunikasi yang baik berpengaruh langsung pada keseimbangan struktur sosial seseorang.

Indonesia, sebagai salah satu negara dengan pengguna Instagram terbanyak, menunjukkan minat yang tinggi terhadap platform ini. Data demografis menunjukkan bahwa pengguna Instagram cukup merata antara jenis kelamin, dengan laki-laki dan perempuan memiliki jumlah pengguna yang seimbang.

Pertumbuhan pengguna Instagram secara keseluruhan terus meningkat dari waktu ke waktu, menunjukkan potensi yang terus berkembang untuk platform ini di masa depan. Menurut laporan *We Are Social*, pengguna Instagram di seluruh dunia yang berusia 18 tahun ke atas didominasi oleh laki-laki dengan proporsi 50,3%, sedangkan perempuan 49,7%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram cukup merata antara jenis kelamin.



Sumber:
We Are Social

Informasi Lain:

Gambar 1.1. Data 10 Negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak

Fenomena pemanfaatan media sosial instagram banyak ditemui di Universitas Pasundan yang berasal dari berbagai daerah, dengan objek mahasiswa Universitas Pasundan yang kebanyakan memulai hubungan asmara dengan berkomunikasi melalui *Direct Message* (DM) Instagram untuk memulai perkenalan.

Berdasarkan uraian di atas maka dengan demikian peneliti ingin mengetahui dengan mengambil judul **“POLA KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM**

MENCARI PASANGAN MELALUI *DIRECT MESSAGE* (DM) INSTAGRAM Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Fisip Universitas Pasundan Bandung)”. Hal yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti mahasiswa Universitas Pasundan Bandung sebagai informan karena pengalaman pribadi yang dialami oleh teman – teman seperjuangan saya di perkuliahan.

1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari konteks penelitian yang sudah dijelaskan fokus dari penelitian ini adalah pada ‘**Pola Komunikasi Generasi Z Dalam Mencari Pasangan Melalui *Direct Message* (DM) Instagram**’.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka peneliti memperoleh beberapa pernyataan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk - bentuk *reward* (keuntungan) yang diperoleh Generasi Z dalam interaksi mencari pasangan melalui DM Instagram?
2. Bagaimana bentuk - bentuk *cost* (kerugian) yang dialami Generasi Z dari interaksi mencari pasangan melalui DM Instagram?
3. Bagaimana *Comprasion Level* (evaluasi) Generasi Z terhadap interaksi mencari pasangan melalui DM Instagram?
4. Bagaimana *Comprasion Level Alternatives* (perbandingan) yang dilakukan Generasi Z dalam interaksi mencari pasangan melalui DM Instagram?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menyelesaikan program studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pasundan Bandung dan tujuan lain penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk – bentuk *reward* (keuntungan) yang diperoleh Generasi Z dalam mencari pasangan melalui DM Instagram.
2. Untuk mengetahui bentuk - bentuk *cost* (kerugian) yang dialami Generasi Z dari interaksi mencari pasangan melalui DM Instagram.
3. Untuk menganalisis *comparison level* (evaluasi) yang dilakukan Generasi Z terhadap interaksi mencari pasangan melalui DM Instagram.
4. Untuk menganalisis *comparison level alternative* (perbandingan) yang muncul dalam interaksi mencari pasangan melalui DM Instagram.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sumbangan ilmiah bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi dan Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi mahasiswa Fisip Unpas sebagai referensi atau acuan bagi mahasiswa yang tertarik menggunakan pola komunikasi sebagai judul penelitian mereka.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada khalayak umum, khususnya para pengguna Instagram yang akan melakukan pencarian pasangan. Membuka pandangan bahwa aplikasi Instagram berbeda dengan mencari teman atau pasangan secara langsung. Jadi secara pola komunikasi pun berbeda dan penelitian ini sebagai referensi untuk mahasiswa yang ingin membangun hubungan asmara melalui pola komunikasi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis merupakan peninjauan review dengan penelitian sejenis sebelum melakukan penelitian skripsi “**Pola Komunikasi Generasi Z Dalam Mencari Pasangan Melalui *Direct Message Instagram***”. Berikut merupakan review penelitian sejenis yang berkaitan dengan yang dijadikan oleh peneliti untuk melakukan penelitian :

1. Jayanti Puspita (182050464), Universitas Pasundan Bandung, dengan judul penelitian “Pola Komunikasi Pengguna Aplikasi Bumble di Kp Gandok Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang.” Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan Teori Penetrasi Sosial yang ditemukan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor. Lalu teori penetrasi memiliki empat tahapan pendekatan yaitu Seperti tahapan orientasi, tahap pertukaran penjangkauan afektif, tahap pertukaran afektif, dan tahap pertukaran stabil. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami proses komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh pengguna aplikasi bumble di Kp Gandok Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang.