

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Review Penelitian Sejenis

*Review* penelitian sejenis merupakan bahan pertimbangan, serta pembelajaran bagi peneliti dalam melakukan sebuah penelitian. Peneliti menjadikan beberapa penelitian berikut sebagai referensi dalam menyelami kajian:

1. Penelitian berjudul “Motif Oversharing Sebagai Bentuk Self-Disclosure Pada *Second account* Instagram di Kalangan Generasi Z” menggunakan Self-Disclosure Theory dengan metode penelitian kualitatif berpendekatan deskriptif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada penggunaan metode kualitatif serta fokus kajian pada fenomena penggunaan *second account* Instagram di kalangan Generasi Z. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu lebih menekankan pada aspek self-disclosure dan perilaku oversharing, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengalaman emosional pengguna *second account* sebagai ruang emosional.
2. Penelitian berjudul “Makna Emotional Catharsis dalam Konten Instagram sebagai Bentuk Pelampiasan Emosi pada Mahasiswa di Era Digital” menggunakan teori Emotional Catharsis dengan metode kualitatif berpendekatan fenomenologi. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada pendekatan kualitatif fenomenologi serta fokus pada aspek emosi dalam

penggunaan media sosial Instagram. Perbedaannya, penelitian terdahulu mengkaji konten Instagram secara umum sebagai sarana pelampiasan emosi, sedangkan penelitian ini secara khusus dan eksklusif menyoroti *second account* Instagram sebagai ruang emosional bagi Generasi Z di Kota Bandung.

3. Penelitian berjudul “@RealMe dan Dualitas Identitas Digital pada Remaja: Pengaruh *Second account* sebagai Ruang Aman Ekspresi Diri di Media Sosial” menggunakan teori Identitas Sosial/Digital dan konsep Ruang Aman (Safe Space) dengan metode kuantitatif korelasional (*ex post facto*) serta literature review. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mengkaji *second account* Instagram sebagai ruang aman untuk ekspresi diri. Perbedaannya terletak pada pendekatan dan fokus kajian, di mana penelitian terdahulu menitikberatkan pada dualitas identitas digital, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengalaman emosional dan makna penggunaan *second account* dari sudut pandang fenomenologi.

Tabel 2. 1

## Review Penelitian Sejenis

No.	Judul Penelitian	Teori	Metode	Persamaan	Perbedaan
1.	Motif <i>Oversharing</i> Sebagai Bentuk <i>Self-Disclosure</i> Pada <i>Second account</i> Instagram di Kalangan Generasi Z	<i>Self-Disclosure Theory</i>	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Peneliti dengan peneliti terdahulu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif untuk meneliti akun Instagram	Penelitian ini lebih menekankan kepada <i>Self-Disclosure</i> dan <i>Oversharing</i> sebagai perilaku
2.	Makna <i>Emotional Catharsis</i> dalam Konten Instagram sebagai bentuk Pelampiasan Emosi pada Mahasiswa di Era Digital	<i>Emotional Catharsis</i>	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Peneliti dengan peneliti terdahulu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif untuk meneliti akun Instagram	Penelitian ini lebih menekankan kepada Konten Instagram secara umum, bukan secara spesifik dan eksklusif pada fenomena <i>Second account</i>
3.	@RealMe dan Dualitas Identitas Digital pada Remaja: Pengaruh <i>Second account</i> sebagai Ruang Aman Ekspresi Diri di Media Sosial	Identitas Sosial/Digital dan Konsep Ruang Aman (Safe Space)	Kuantitatif Korelasional ( <i>Ex Post Facto</i> ) dan <i>Literature Review</i> .	Peneliti dengan peneliti terdahulu sama-sama meneliti <i>Second account</i> sebagai Ruang Aman Ekspresi Diri ( <i>Safe Space</i> )	Penelitian ini lebih menekankan kepada Identitas Digital dan Dualitas Identitas ( <i>Digital Identity</i> ) di <i>Second account</i>

Sumber: Google Scholar, 2026

## **2.2 Kerangka Konseptual**

### **2.2.1 Ilmu Komunikasi**

Mas dan Haris (2020:7) menyatakan bahwa kata atau istilah “komunikasi” (Bahasa Inggris “communication”) berasal dari Bahasa Latin “communivatus” yang berarti “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Komunikasi dapat diartikan juga sebagai proses sharing diantara pihak-pihak yang melakukan aktifitas komunikasi tersebut. Umam dalam Laksono (2021) menyatakan bahwa “komunikasi diartikan sebagai sebuah pembicaraan atau saling tukar menukar percakapan dan pendapat sehingga akan terjalin terus kebersamaan dan kekompakan”. Menurut Siregar et all (2021:12) komunikasi dapat diartikan mengadakan pembicaraan dengan mengirimkan dan menerima pesan yang melibatkan dua orang atau lebih dalam mencapai kesamaan pemahaman dengan menggunakan cara berkomunikasi yang biasa melalui lisan, tulisan, maupun sinyal-sinyal nonverbal.

### **2.2.2 Komunikasi Digital**

Penggunaan media digital dengan akses internet pada proses komunikasi disebut dengan komunikasi digital. Secara teknis komunikasi digital ini diakses secara online dengan adanya proses pembuatan konten dan juga penyaluran konten yang terjangkau dan cepat (Rahayu, Maryani, & Gemiharto, 2021). Semakin berkembangnya internet, maka media digital sebagai wadah komunikasi dan informasi juga akan semakin berkembang dengan mengikuti perkembangan zaman. Kehadiran komunikasi digital telah membuat perubahan dalam kehidupan

masyarakat, seperti perubahan perilaku sosial, meliputi pergeseran budaya, etika, maupun norma yang ada di masyarakat.

Komunikasi digital merupakan proses komunikasi yang berlangsung menggunakan teknologi internet, pesan disampaikan dan diterima melalui dunia maya atau cyberspace dengan menggunakan media digital atau media berbasis internet untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan. Menurut Fleishman-Hillard's dalam (Febryansyah, 2021) komunikasi digital merupakan taktik komunikasi keluar untuk penyampaian pesan dengan memanfaatkan teknologi digital seperti email, pesan teks, video, podcast, dan sebagainya. Berikut merupakan 4 (empat) konsep dasar dalam komunikasi digital yang nantinya akan terus berkembang sejalan dengan munculnya inovasi baru pada teknologi digital (Werner J, 2001)

1. Dunia Maya

Dunia maya atau biasa disebut cyberspace yang awalnya diperkenalkan oleh tokoh yang bernama William Gibson, ia mengutarakan bahwa cyberspace adalah empiris yang tersambung dengan dunia menggunakan bantuan teknologi.

2. Komunitas Maya

Komunitas maya merupakan sebuah komunitas yang memanfaatkan fitur ruang obrolan elektronik untuk berkomunikasi dan hal tersebut disebut sebagai proses komunikasi elektronik.

### 3. Interaktivitas

Para konsumen dalam media digital dapat memanfaatkan fitur yang ada untuk berinteraksi satu sama lain.

### 4. Multimedia

Multimedia ialah sebuah system dalam komunikasi yang menampilkan teks, grafik, suara, video bahkan animasi. Para penggunanya bisa melakukan kegiatan seperti bernavigasi, melakukan interaksi dengan satu sama lain, menciptakan karya, dan melakukan proses komunikasi yang membutuhkan indera bantu (tool) dan koneksi (link) dengan fasilitas hypertext yang ada di dalamnya.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mengakibatkan proses komunikasi tidak hanya berlangsung secara tatap muka saja, tetapi proses komunikasi sekarang permanen dapat berlangsung meski komunikator serta komunikan terbentang jeda serta waktu. Komunikasi digital artinya proses komunikasi yang dapat berlangsung menggunakan adanya perangkat elektronik dan jaringan internet sebagai media buat menghubungkan antara komunikator dan komunikan, yang mengacu pada membaca, menulis, berbagi video kamera dan komunikasi melalui jaringan internet dan perangkat elektronik.

Komunikasi digital atau komunikasi virtual adalah cara berkomunikasi dimana penyampaian serta penerimaan pesan dilakukan dengan melalui cyberspace atau biasa diklaim dunia maya. Bentuk-bentuk komunikasi virtual di abad ini sangat digandrungi setiap orang serta dapat ditemukan dimana saja serta kapan saja. salah satu bentuk komunikasi digital atau Impian artinya pada penggunaan internet.

Internet adalah media komunikasi yang relative efektif serta efisien dengan menyediakan layanan fasilitas mirip web, chatting (mIR chat), serta email, friendster, facebook dan twitter, Instagram.

Komunikasi dan interaksi jarak jauh kini dapat terjalin dengan keberadaan media teknologi audio visual sehingga pertemuan pada layar perangkat dianggap seperti melakukan pertemuan langsung dan berkomunikasi secara langsung, atau bertukar informasi dan berkomunikasi melalui chatting dan masih banyak lagi pemanfaatan media digital untuk berkomunikasi.

Dalam hal ini, hampir seluruh pekerjaan dan aktivitas manusia terbantu dengan adanya kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi. Pemanfaatan teknologi sebagai sarana komunikasi digital hingga kini diminati sebagai komunikasi yang praktis, fleksibel, dan ekonomis. Komunikasi digital artinya salah satu bagian berasal penemuan-inovasi dari perkembangan media baru (*New Media*).

Media baru ini adalah perkembangan berasal adanya media usang. Dari McLuhan konten berasal media baru tersebut juga seringkali memanfaatkan atau mengemas balik materi berasal dari media Komunikasi digital adalah suatu bentuk interaksi yang dilakukan tanpa pertemuan fisik langsung, di mana proses ini menggunakan perangkat digital seperti komputer, smartphome, atau teknologi lainnya yang mendukung berbagai aplikasi komunikasi (Wijaya & Rahmanto, 2022).

Menurut jurnal (Yourlanda, Ageng, & Cindoswari, 2023) Komunikasi digital merupakan suatu bentuk komunikasi di mana informasi atau pesan ditransmisikan dan diterima menggunakan teknologi digital melalui jaringan Internet atau platform maya. Komunikasi digital tidak hanya mempengaruhi individu tetapi juga telah mengubah lanskap bisnis, politik, pendidikan, dan budaya. Bisnis mengandalkan komunikasi digital untuk memperluas jangkauan pasar, mempercepat proses bisnis, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Dalam politik, komunikasi digital memainkan peran penting dalam kampanye politik, memungkinkan kandidat dan partai politik untuk terhubung dengan pemilih secara langsung. Di bidang pendidikan, e-learning dan platform pembelajaran digital telah memungkinkan akses pendidikan bagi jutaan orang di seluruh dunia.

### **2.2.3 New Media**

Media Sosial merupakan alat bantu untuk menyampaikan informasi dari seseorang kepada seseorang atau kelompok orang, untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan kelompok. Untuk lebih jelasnya sebagaimana yang telah di kemukakan Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016:8) bahwa “ media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. “ Media sosial digunakan sebagai alat untuk melakukan pemasaran, dan semua media sosial sekarang sudah saling terintegrasi (Saragih 2015). Dan menurut Van Dijk (2013), yang telah dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun

berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Berbagai definisi yang dikemukakan, Dr.Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial (2016:13 ), menyimpulkan bahwa Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.” Media social merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk yang ditawarkan oleh para pebisnis. Media social juga membuat komunikasi dengan pelanggan menjadi lebih dekat, dengan biaya yang termasuk murah, serta penggunaannya yang fleksibel.

#### **2.2.4 Instagram**

Instagram Instagram merupakan media sosial yang mengizinkan pengguna untuk membagikan suatu momen ke dalam aplikasi tersebut, masuk ke dalam lima aplikasi terbesar dengan populasi pengguna aktif dan banyak melakukan unduh di smarphone. Dalam artikel antaranews.com (Meodia, 2020) Instagram merupakan platform social media visual terbesar pada saat ini, Instagram dikatakan memiliki pengguna yang lebih dari satu miliar pengguna aktif setiap bulannya. Berdasarkan artikel tekno.kompas.com (Salsabila, 2019)

Instagram merupakan jejaring online yang diciptakan oleh Mike Kriger dan Kevin Systrom, pertama kali hadir pada Oktober 2010. Sejak pertama diciptakannya aplikasi Instagram. Media sosial Instagram mendapatkan satu juta pengguna aktif hanya dalam waktu satu bulan setelah peluncuran aplikasi. Sejak saat itu pengguna aktif media sosial instagram selalu bertambah secara signifikan. Tingginya sistem interaksi yang dimiliki oleh platform social media Instagram merupakan hal yang disukai oleh para pengguna, membuat penggunanya dapat saling berhubungan dengan para pengguna lainnya, misalnya seperti interaksi yang sederhana yang dihadirkan oleh Instagram yaitu likes dan berkomentar pada unggahan orang lain.

Menurut Macarthy (2015, p. 191) Instagram merupakan aplikasi media sosial yang dilandasi terhadap seseorang yang suka dengan visual dan memiliki fitur-fitur yang menyenangkan untuk digunakan dalam mengabadikan foto-foto, untuk diunggah ke halaman feed yang dapat dilihat oleh orang banyak. Dengan terkenalnya aplikasi media sosial Instagram menjadikan sebuah media yang memiliki peluang yang besar untuk digunakan sebagai media yang dapat melakukan aktivitas pemasaran secara online.

Menurut Atmoko (2011) dalam Utari (2017, p. 9) setelah menjadi sebuah platform social media yang banyak dikagumi oleh penggunannya, Instagram memungkinkan para pengguna untuk melakukan aktivitas pemasaran berbasis online untuk para pengguna, dapat melakukan aktivitas promosi dengan share foto-foto produk dan lainnya

### 2.2.5 Aspek Emotional Emotional

Gross (dalam Strongman, 2003) juga menjelaskan berbagai aspek-aspek emotional, antara lain:

a. Pemilihan situasi (situation selection).

Pemilihan situasi dapat dilakukan dengan mendekati atau menjauhi orang, tempat, atau objekobjek tertentu.

b. Modifikasi situasi (situation modification).

Modifikasi situasi berhubungan dengan strategi pemecahan masalah. Penyebaran perhatian (attentional deployment). Penyebaran perhatian berhubungan dengan kebingungan, konsentrasi, dan atau perenungan.

c. Perubahan kognitif (cognitive change).

Perubahan kognitif menyangkut evaluasi dari modifikasi yang telah dibuat, termasuk pertahanan psikologis, dan menurunkan perbandingan sosial (misalnya dia lebih salah daripada saya). Pada umumnya perubahan kognitif merupakan transformasi kognisi untuk mengubah pengaruh emosional yang kuat dari suatu situasi.

d. Modifikasi respon (response modification/modulation).

Contoh modifikasi respon adalah cara agar tidak mengonsumsi obat-obatan terlarang, mengonsumsi alkohol. Modulasi respon mengacu pada mempengaruhi respon fisiologis, pengalaman, atau perilaku selangsung mungkin. Upaya untuk meregulasi aspek-aspek fisiologis dan pengalaman emosi adalah hal yang lazim dilakukan. Obat mungkin digunakan untuk mentarget respon-respon fisiologis seperti ketegangan otot (anxiolytics)

atau hiperaktivitas (sistem-syaraf) simpatik (beta blockers). Olahraga dan relaksasi juga dapat digunakan untuk mengurangi aspek-aspek fisiologis dan pengalaman emosi negatif, dan, alkohol, rokok, obat, dan bahkan makanan, juga dapat dipakai untuk memodifikasi pengalaman emosi.

## **2.3 Kerangka Teoritis**

### **2.3.1 Fenomenologi**

Schutz adalah seorang perintis pendekatan fenomenologi sebagai alat dalam menangkap segala gejala yang terjadi di dunia ini. Schutz pendekatan fenomenologi secara sistematis, komprehensif, dan praktis. Yang berguna menangkap berbagai gejala dalam dunia sosial.

Pemikiran-pemikiran adalah sebuah jembatan konseptual antara pemikiran fenomenologi pendahulunya yang bernuansakan filsafat sosial dan psikologi. Pemikiran ini lahir sebagaimana dapat memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran ini dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif terutama dalam mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

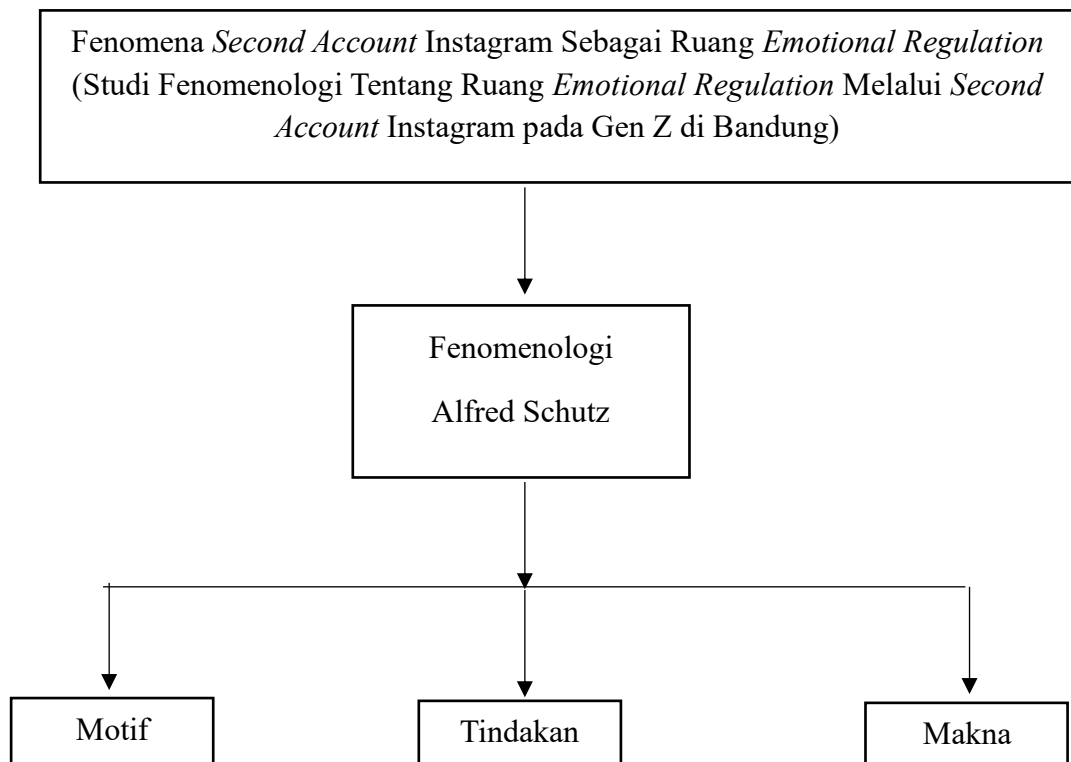
Dalam pandangan Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan di dunia kehidupan sehari-hari adalah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna yang beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk memahami satu

sama lain dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Peneliti akan melampirkan model kerangka pemikiran mengenai fenomena *second account* Instagram sebagai ruang *emotional regulation* (Studi Fenomenologi Tentang Ruang *Emotional Regulation* Melalui *Second account* Instagram pada Gen Z di Bandung)

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran**



**Sumber : Modifikasi Peneliti**