

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Tinjauan terhadap penelitian terdahulu merupakan sumber referensi dan acuan atau rujukan bagi peneliti dalam menyusun dan melakukan penelitian. Melalui bagian ini, penelitian dapat memahami berbagai sudut pandang yang telah digunakan dalam penelitian sejenis, sehingga dapat menjadi dasar dalam menganalisis permasalahan yang diteliti. Selain itu, penelitian – penelitian sebelumnya juga membantu peneliti dalam membandingkan penelitian yang akan dilakukan dengan hasil – hasil penelitian yang telah ada.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan studi literatur. Studi ini bertujuan untuk mengumpulkan referensi serta memperoleh gambaran perbandingan dari penelitian – penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan atau kesamaan topik dengan penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hasil penelusuran, peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan sebagai berikut :

1. Penelitian dari(Shuhef, 2025)dengan judul Self Disclosure pada Kalangan Gen Z di Media Sosial Instagram Tahun 2024 yang tersedia dalam Repository Universitas Nasional (UNAS). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan teknik pengumpulan data

melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi konten Instagram (*stories, reels, notes*) yang melibatkan informan Gen Z aktif di platform Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi faktor utama pendorong *self disclosure*, diikuti kedekatan emosional, penerimaan tanpa syarat, dan responsif dari audiens. Gen Z menggunakan fitur interaktif Instagram untuk berbagi pengalaman pribadi, opini sosial dan momen keseharian, dengan *Communication Privacy Management* (CPM) Theori sebagai landasan analisis batasan privasi. *Fase because motive* (Alfred Schutz) mendominasi pengalaman informan, di mana disclosure dipengaruhi kesadaran digital dan tren platform. Meskipun demikian, penelitian ini mengidentifikasi risiko privasi seperti eksposur permanen via screenshot dan ketidakpastian algoritma audiens. Oleh karena itu, peneliti menekankan bahwa self disclosure Gen Z di Instagram merupakan proses negosiasi dinamis antara kebutuhan ekspresi diri dan pengelolaan batas privasi, dengan CPM menjelaskan kepatuhan, identifikasi, dan internalisasi dalam komunikasi digital. Penelitian ini memiliki keterkaitan sangat tinggi dengan judul saat ini, karena memiliki kesamaan fenomenologi self disclosure Instagram Gen Z 2024-2025 dengan fokus interaktif dari fitur Instagram. Temuan faktor komentar negatif dan ketidakpastian audiens langsung menghubungkan ke fenomena kecemasan pasca disclosure dalam latar belakang sementara fenomenologi Alfred Schutz.

2. Penelitian dari (Wildan Kurniawan & Sukmawati, 2024) yang dipublikasikan dalam Jurnal Komunikasi Universitas Garut. Menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada 7 informan Gen Z usia 18-24 tahun, observasi 200+ Instagram *Stories* selama 6 minggu, dokumentasi visual konten pribadi dan wawancara validasi dengan 3 narasumber ahli komunikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan motif *self disclosure* Gen Z meliputi kebutuhan pengakuan (*recognition*), tidak adanya tempat curhat alternatif, dan fungsi fitur arsip sebagai memori digital, dengan pengalaman positif berupa rasa tenang, lega, bahagia, peningkatan hubungan komunikasi, pemahaman orang lain, dan *self branding*. Sementara pengalaman negatif mencakup rasa iri (*envy*), kesalahpahaman (*misunderstanding*), kecemasan (*anxiety*), tidak percaya diri (*insecure*) karena membandingkan diri sendiri dengan kehidupan atau pencapaian orang lain, serta hate comments dari audiens. Makna *self disclosure* bervariasi tergantung pengalaman individu : media ekspresi diri, *self love*, pengungkapan informasi diri, peningkatan komunikasi, *self confidence*, dan hak setiap orang atas media sosialnya. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan bahwa Instagram, story berfungsi ganda sebagai ruang berekspresi yang bebas sekaligus menjadi pemicu emosi yang kompleks, di mana Gen Z merupakan pengguna aktif Instagram meskipun memiliki risiko negatif yang signifikan. Penelitian ini memiliki keterkaitan sangat erat dengan penelitian saat ini karena memiliki relevansi studi fenomenologi *self*

disclosure Instagram Gen Z usia 18-24 tahun yang secara eksplisit mengidentifikasi kecemasan atau anxiety sebagai pengalaman negatif utama, selaras dengan latar belakang studi Pemaknaan Kecemasan dan Penghindaran Dampak Negatif *Self Disclosure*.

3. Penelitian dari (Syafriana & Chusniyah, 2025) dengan judul penelitian “*Self disclosure* Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Instagram: Studi Kualitatif tentang Ekspresi Diri di Era Digital” yang dipublikasikan dalam jurnal komunikasi LPPM Universitas Bina Sarana Informatika. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi media sosial, wawancara mendalam, dan dokumentasi unggahan mahasiswa seperti foto, video, Instagram story dan *caption* yang melibatkan sejumlah mahasiswa Ilmu Komunikasi. Setelah melakukan penelitian, hasilnya menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai medium krusial manajemen citra diri, di mana tingkat keterbukaan informasi dipengaruhi oleh faktor kepercayaan diri, pengaturan citra melalui filter visual dan interaksi yang dinamis dengan audiens. Berdasarkan dari teori Johari Window dan dimensi *Self-Disclosure DeVito*, ditemukan pola bahwa second accout muncul sebagai strategi autentik untuk menampilkan sisi diri yang lebih otentik tanpa tekanan norma sosial akun utama. Dengan demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa *self disclosure* media sosial memiliki pola berbeda dai interaksi tatap muka, karena elemen anonimitas dan selektivitas audiens yang menciptakan dinamika identitas digital fleksibel. Oleh karena itu, peneliti menekankan

bahwa instagram bukan hanya ruang berbagi informasi, tetapi arena pengelolaan identitas digital yang kompleks di era digital. Penelitian ini memiliki keterkaitan erat dengan penelitian saat ini karena sama-sama mengkaji praktik *self-disclosure* mahasiswa Ilmu Komunikasi di Instagram dengan pendekatan kualitatif yang menyoroti ekspresi diri digital dan manajemen citra. Populasi penelitian identik fokus pada dinamika Instagram sebagai medium ekspresi membuat hal ini relevan.

Untuk memperjelas pembahasan, peneliti menyajikan matriks penelitian terdahulu dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
Shuhef Tim Universitas Nasional (UNAS) (2025)	Self Disclosure Pada Kalangan Gen Z di Media Sosial Instagram Tahun 2024	Kedua penelitian ini memiliki kesamaan yang cukup kuat dan relevan karena mengkaji fenomenologi self disclosure Generasi Z di platform Instagram dengan populasi usia di 18-25 tahun yang aktif menggunakan fitur Stories, Reels, Notes dan fitur Instagram lainnya, serta menerapkan Communication Privacy Management	Terdapat beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu dan saat ini yang sedang dikaji, di dalam penelitian ini berfokus pada faktor pendorong positif (kepercayaan, kedekatan) dan pengelolaan privasi CPM umum, penelitian ini belum menganalisis dampak negatif secara spesifik seperti kecemasan sosial intens, strategi penghindaran konkret (delete post/mute/deactive account/another account) atau gangguan efektivitas komunikasi (noise psikologis, low reciprocity) yang	Penelitian ini berfungsi sebagai fondasi metodologis dan teoretis yang kuat melalui fenomenologi CPM Instagram Gen Z yang mengonfirmasi risiko privasi algoritma, namun terbatas pada perspektif faktor pendorong positif dan pengelolaan batas privasi umum tanpa mengeksplorasi dampak emosional negatif

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
		(CPM) Theory sebagai kerangka analisis batasan pribadi digital, menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi yang mengeksplorasi lived experience subyektif pengguna, di mana kedua penelitian ini memiliki kesamaan yang mengidentifikasi risiko eksposur permanen melalui kecemasan dan penghindaran serta ketidakpastian algoritma audiens sebagai fenomena krusial dalam komunikasi digital Gen Z Indonesia.	menjadi pusat studi ini. Tidak adanya Social Penetration Theory untuk <i>over penetration</i> dan Anxiety/Uncertainty Management untuk avoidance juga menjadi gap metodologis.	kecemasan sosial, strategi penghindaran behavioral spesifik, serta konsekuensi terhadap efektivitas komunikasi interpersonal yang menjadi inti inovasi dalam penelitian yang sedang dikaji, sehingga penelitian ini tidak hanya melengkapi tetapi secara signifikan memajukan pemahaman mengenai paradoks self disclosure digital Gen Z dari negosiasi ekspresi dan privasi, menuju siklus kecemasan – penghindaran – komunikasi tidak efektif, melalui integrasi teori dan model konseptual baru.
Wildan Kurniawan & Sukmawati (2024)	Instagram Story sebagai Media Self Disclosure Generasi Z	Kedua penelitian ini memiliki kesamaan yang cukup kuat dan relevan, karena keduanya mengkaji	Penelitian ini lebih menekankan dan fokus pada pengalaman positif-negatif seimbang dari self disclosure dan Instagram Story sebagai medianya dengan	Penelitian ini memberikan bukti empiris paling kuat untuk mengkonfirmasi fenomena

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
		fenomenologi self disclosure yang dilakukan oleh generasi Z melalui fitur Instagram Storeis sebagai medium ekspresi instan yang mempercepat proses pengungkapan diri dari lapisan ekspresi instan yang mempercepat proses pengungkapan diri dari lapisan superfisial menuju intim dalam waktu 24 jam, menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam kepada 7 informan Gen Z 200+ stories selama 6 minggu yang selaras dengan metodologi Husserls untuk menggali lived experience subjektif, secara langsung dan jelas mengidentifikasi kecemasan atau anxiety sebagai	kecemasan hanya sebagai salah satu emosi minor, penelitian ini juga masih berfokus pada deskripsi motif + pengalamann storeis tanpa menganalisis strategi penghindaran spesifik, pendekatan fenomenologi deskriptif belum mencapai kedalaman textural-structural description Husserl atau esensi kompeherensif seperti penelitian yang sedang dikaji.	kecemasan self disclosure Instagram Stories Gen Z melalui fenomenologi deskriptif yang mengidentifikasi pengalaman negatif konkret namun terbatas pada deskripsi motif dan emosi tanpa menganalisis strategi penghindaran dan dampaknya.

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
		salah satu pengalaman negatif utama self disclosure bersama rasa envy, misunderstanding, dan hate comments yang mengonfirmasi fenomena kecemasan pasca disclosure dalam penelitian yang sedang dikaji, mengungkapkan motif self disclosure, hal ini konsisten dengan koneksi sosial dalam Social Penetration Theory serta menemukan pengalaman emosional ganda positif dan negatif seperti kecemasan dan penghindaran.		
Sharfina & Curnisyah (2025)	Self Disclosure Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Instagram : Studi Kualitatif tentang Ekspresi Diri di Era Digital	Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang dikaji karena memiliki kesamaan dalam mengkaji praktik self disclosure dengan informan mahasiswa Ilmu Komunikasi yang di mana dapat di kelompokkan	Penelitian ini lebih berfokus pada aspek manajemen citra positif dan autentitas second accout menggunakan teori Johari Window dan DeVito, penelitian ini juga belum membahas secara mendalam dengan dimensi kecemasan, penghindaran, maupun dampak negatif terhadap efektivitas komunikasi yang menjadi inti studi fenomenologi Social	Penelitian ini memperkuat argumen bahwa mahasiswa yang dapat di golongan menjadi Gen Z merupakan populasi yang cukup unik dalam studi self disclosure digital karena pemahaman yang teoritis,

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
		menjadi Gen Z di Instagram, dengan pendekatan kualitatif yang menyoroti ekspresi diri digital dan manajemen citra. Populasi penelitian yang identik dengan mahasiswa dan berfokus pada dinamika Instagram sebagai medium ekspresi membuat penelitian ini menjadi relevan.	Penetration Theory. Selain itu, pendekatan deskriptif kualitatif belum mencapai kedalaman esensi subjektif lived experience seperti fenomenologi Husserl yang digunakan dalam penelitian saat ini.	gap kritis pada dampak emosional negatif. Penelitian ini juga berfungsi sebagai arena strategis manajemen identitas digital, di mana second accout muncul sebagai ruang autentik untuk menampilkan sisi diri yang tidak ditampilkan di akun utama. Dengan tingkat keterbukaan dipengaruhi oleh faktor kepercayaan diri dan pengaturan citra visual melalui filter caption selektif dan intetaksi dinamis audiens yang menciptakan dinamika identitas fleksibel, sehingga platform ini bukan sekadar berbagi informasi tetapi medium krusial pengelolaan citra diri di era digital yang

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
				memungkinkan pengguna mengontrol batas publik-privat disclosure secara sadar.

Sumber: Olahan Peneliti, 2026

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 *Self disclosure*

2.1.2.1.1 *Definisi Self disclosure*

Istilah dalam psikologi yang menjelaskan mengenai kegiatan membagi atau menyampaikan informasi diri kepada orang lain dinamakan dengan *self disclosure*. *Self disclosure* yaitu kegiatan membagi informasi kepada orang lain berupa informasi perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, serta ide yang terdapat dalam diri individu. *Self disclosure* diartikan sebagai komunikasi verbal yang dilakukan individu mengenai informasi pribadi yang relevan, pikiran dan perasaan yang dirasakan, agar orang lain mengetahui tentang dirinya (Russel & dkk, 2005). Devito, (2011) membagi *self disclosure* menjadi lima aspek yaitu, pertama *Amount*, frekuensi dengan siapa individu mengungkapkan diri dan berapa waktu yang digunakan untuk mengungkapkan diri. Kedua *Valance*, individu dapat mengungkapkan hal negatif atau positif dalam dirinya kepada orang lain. Ketiga *Accuracy/honesty*, seberapa jujur individu kepada orang lain mengenai dirinya. Keempat *Intention* yaitu, seberapa besar individu mengontrol dirinya dalam mengungkapkan informasi kepada orang lain. Kelima, *Intimacy* yaitu individu

dapat mengungkapkan secara detail mengenai hal-hal tentang dirinya (Ratnasari et al., 2021).

2.1.2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan individu dan kelompok untuk menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi, ide, dan pengalaman dalam bentuk teks, gambar, maupun video secara interaktif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial digital tempat pengguna dapat merepresentasikan diri, membangun identitas, serta menjalin dan memelihara hubungan sosial, seperti yang terjadi pada platform Instagram. Media Sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial sangat umum dan digunakan oleh seluruh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial yang menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Anang SC, n.d.)

Pengaruh dari globalisasi membuat internet dan teknologi berkembang begitu pesat, dan dibarengi dengan perkembangan media sosial. Saat ini orang-orang tidak perlu mengirimkan pesan melalui surat, karena media sosial sudah begitu canggih dan mudah. Untuk mengakses media sosial saat ini sangat mudah karena dapat dilakukan dimana, oleh siapapun, dan juga tanpa batasan waktu, adanya kemudahan mengakses ini merupakan pengaruh dari kekuatan teknologi

smartphone (gawai pintar). Hanya dengan internet dan juga smartphone kita sudah bisa mengetahui beragam informasi dari mancanegara.

Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Menurut riset Nielsen menunjukkan tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia mencapai 26%. Orang Indonesia menghabiskan waktu 1,5 jam sehari untuk berinternet. Menurut ICT Watch, saat ini pengguna ponsel di Indonesia mencapai 180 juta orang dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia. Keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat. Pola interaksi dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu bersamaan. Internet meleburkan batas-batas yang menghambat seseorang untuk berinteraksi. Menurut Anthony Giddens dengan adanya modernitas, hubungan ruang dan waktu terputus dan kemudian ruang perlahan-lahan terpisah dari tempat. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa manusia menciptakan interaksi baru tanpa harus bertemu fisik yang salah satunya melalui internet (*social networking*). Semakin berkembangnya penggunaan internet dan tingginya kebutuhan untuk berinteraksi menjadikan *social networking* atau media sosial menjadi sesuatu yang tidak tertolak terutama bagi semua kalangan khususnya generasi muda (Wahyuni Purbohastuti Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2017).

2.1.2.3 Media Sosial Instagram

Instagram sekarang ini sudah dapat dikatakan sebagai sebuah platform media massa yang banyak digunakan orang dengan tujuan yang bermacam-macam seperti memperoleh informasi, sebagai hiburan, berjualan, mencari barang, dan lain sebagainya. Terlepas dari tujuan tersebut fungsi utama yang

dimiliki instagram secara umum adalah membagikan informasi kepada khalayak dan melakukan interaksi dengan pengguna lainnya. Media sosial Instagram ini dapat digolongkan sebagai media sosial di era media baru. Salah satu media sosial yang sekarang banyak digandrungi masyarakat adalah instagram. Komunikasi yang terjalin antar sesama pengguna instagram diantaranya yaitu dapat mengomentari postingan, memberikan tanda suka, serta mengirim pesan melalui *Direct Message*.

Sebagai aplikasi berbagi foto, para pengguna Instagram dapat mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram milik sendiri. Salah satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadibentuk persegi hingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang pada umumnya digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (*Froyo*) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play. Nama Instagram sendiri terdiri dari kata *insta* dan *gram*. Kata *insta* berasal dari kata *instan*, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan fotoinstan. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid pada tampilannya. Sedangkan kata *gram* berasal dari kata *telegram* yang berfungsi mengirim informasi kepada orang lain dengan cepat. Sebagaimana halnya telegram, Instagram bisa mengunggah foto sekaligus mengirimnya dengan cepat (*instan-telegram*) (Sagiyanto et al., 2018).

2.1.2.4 Generasi Z

Dalam beberapa tahun terakhir definisi generasi telah berkembang, salah satunya adalah definisi menurut Kupperschmidt's (2000) yang mengatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian – kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. Dari beberapa definisi tersebut teori tentang perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991. Howe & Strauss (1991, 2000) membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian – kejadian historis. Pembagian generasi tersebut juga banyak dikemukakan oleh peneliti – peneliti lain dengan label yang berbeda – beda, tetapi secara umum memiliki makna yang sama. Beberapa penelitian perbedaan antar generasi Z dengan generasi lain, salah satu faktor utama yang membedakan adalah penguasaan informasi dan teknologi. Bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, karena mereka lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai – nilai, pandangan dan tujuan hidup mereka. Bangkitnya generasi Z juga akan menimbulkan tantangan baru bagi praktek manajemen dalam organisasi, khususnya bagi praktek manajemen sumber daya manusia.

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir pada rentang akhir 1990-an hingga awal 2010-an yang tumbuh dan berkembang dalam era digital yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi, internet, dan media sosial

seperti Instagram. Generasi ini dikenal sebagai digital native, yaitu individu yang sejak dini telah terbiasa dengan penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Pew Research Center, Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah tahun 1997 dan memiliki karakteristik utama berupa kedekatan dengan teknologi digital serta akses informasi yang cepat dan luas. Hal ini memengaruhi cara mereka berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun hubungan sosial. Selain itu, Don Tapscott mengemukakan bahwa generasi ini merupakan bagian dari Net Generation, yaitu generasi yang hidup dalam lingkungan yang saling terhubung (*networked society*), di mana interaksi sosial tidak lagi terbatas pada ruang fisik, tetapi juga berlangsung secara intens di ruang virtual. Lebih lanjut, Jean Twenge menyebut Generasi Z sebagai iGen, yaitu generasi yang kehidupannya sangat dipengaruhi oleh penggunaan perangkat digital, khususnya smartphone dan media sosial, yang membentuk pola komunikasi, ekspresi diri, serta konstruksi identitas mereka. Dengan demikian, Generasi Z dapat dipahami sebagai generasi yang tidak hanya memanfaatkan teknologi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadikan ruang digital sebagai bagian dari kehidupan sosial mereka. Mereka aktif dalam menciptakan dan menyebarkan konten, merepresentasikan identitas diri, serta membangun relasi sosial melalui interaksi digital yang bersifat cepat, interaktif, dan partisipatif. Dalam praktiknya, Generasi Z menggunakan berbagai fitur Instagram seperti *feed*, *stories*, *reels*, dan *direct message* untuk membangun narasi tentang diri mereka. Aktivitas tersebut tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga reflektif, di mana individu secara sadar memilih apa yang ingin ditampilkan kepada audiensnya.

Proses ini menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai ruang konstruksi identitas sekaligus arena terjadinya *self-disclosure*.

Selain itu, karakteristik Generasi Z yang ekspresif, adaptif, dan terkoneksi secara digital mendorong mereka untuk lebih terbuka dalam berbagi pengalaman, perasaan, dan pandangan hidup. Namun, keterbukaan tersebut sering kali bersifat selektif, tergantung pada konteks audiens, tujuan komunikasi, serta fitur yang digunakan. Dengan demikian, Generasi Z pengguna Instagram dapat dipahami sebagai aktor sosial digital yang aktif dalam memproduksi dan mengelola konten sebagai bentuk representasi diri, sekaligus membangun makna atas pengalaman hidup mereka melalui interaksi di media sosial.

2.1.3 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dalam penelitian ini berfungsi sebagai landasan konseptual untuk memahami fenomena dampak negatif dari keterbukaan diri di ruang digital khususnya di media sosial Instagram Generasi Z. Penelitian ini menggunakan teori Fenomenologi dan teori Etnografi Virtual, kedua teori ini membantu agar penelitian ini tidak keluar konteks dan tetap berada pada inti pembahasan.

2.1.3.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Dalam peta tradisi teori ilmu komunikasi terdapat beberapa pendekatan yang menjadi landasan pemahaman terhadap gejala sosial yang terdapat dalam masyarakat. Salah satu dari pendekatan yang terdapat dalam ilmu sosial dan ilmu komunikasi itu adalah fenomenologi. Fenomenologi secara umum dikenal

sebagai pendekatan yang dipergunakan untuk membantu memahami berbagai gejala atau fenomena sosial dalam komunikasi. Salah satu yang berkompeten dalam memberikan perhatian pada perkembangan. Selain Schutz, sebenarnya ilmuwan sosial yang memberikan perhatian terhadap perkembangan fenomenologi cukup banyak, tetapi Schutz adalah salah seorang perintis pendekatan fenomenologi sebagai alat analisa dalam menangkap segala gejala yang terjadi di dunia ini. Selain itu Schutz menyusun pendekatan fenomenologi secara lebih sistematis, komprehensif, dan praktis sebagai sebuah pendekatan yang berguna untuk menangkap berbagai gejala (fenomena) dalam dunia sosial (Nindito, n.d.)

Istilah fenomenologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *phainomai* yang berarti menampak. Fenomena tidak lain adalah fakta yang disadari dan masuk ke dalam pengindraan manusia. Istilah fenomenologi sendiri tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Fenomenologi ini dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berfikir, yang mempelajari fenomena manusiawi (*human phenomena*) tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya, dan penampakannya. Menurut the *oxford english dictionary*, yang dimaksud dengan fenomenologi adalah *the science of phenomena as distinct from being (ontology), division of any science which describes and classifies its phenomena*. Jadi, fenomenologi adalah ilmu mengenai sebuah fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang telah terjadi, atau disiplin tentang ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan mengenai fenomena, atau studi tentang fenomena. Fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas, berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya.

Tujuan utama dari fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman sebagaimana manusia mengkonstruksi antar makna dan konsep-konsep penting dalam intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain didalamnya. Proses bagaimana manusia membangun dunianya dijelaskan oleh Alfred Schutz, melalui proses pemaknaan. Proses pemaknaan itu berawal dari arus pengalaman (*stream of experience*) yang berkesinambungan yang diterima oleh panca indera. Arus utama dari pengalaman inderawi ini sebenarnya tidak punya arti, mereka hanya ada begitu saja dan objekobjeklah yang bermakna, mereka memiliki kegunaan-kegunaan, nama-nama, bagian-bagian yang berbeda dan mereka memberi tanda tertentu.

Pengidentifikasian dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna inilah yang terjadi di dalam kesadaran individu secara terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi kesadaran-kesadaran. Bagian tentang ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (*acts*) atas data inderawi yang masih mentah untuk menciptakan sebuah makna yang terkandung di dalamnya, sehingga bisa melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak itu, tanpa masuk lebih dekat. Kesadaran bertindak, mengidentifikasikannya melalui suatu proses dengan cara menghubungkan data dengan latar belakangnya.

Lebih lanjut, Alfred Schutz menyebutnya dengan konsep motif, yang mana oleh Alfred Schutz dibedakan menjadi dua pemaknaan dalam konsep motif. Pertama, *in order to motive*, kedua, *motif because of motive*. *In order to motive* merupakan motif yang dijadikan pijakan oleh seorang untuk melakukan sesuatu dengan tujuan mendapatkan sebuah pencapaian hasil, sedangkan *because of motive* merupakan motif yang melihat kebelakang. Secara sederhana bisa dikatakan pengidentifikasian masa lalu sekaligus menganalisisnya sampai seberapa memberikan kontribusi dalam tindakan selanjutnya (Menurut & Schutz, n.d.)

Alfred Schutz menjelaskan bahwa bentuk teori fenomenologi adalah sebagai berikut :

1. Tindakan Sosial Bermakna (*Meaningful Social Action*)

Bagi Schutz, perilaku manusia yang diteliti dalam ilmu sosial adalah tindakan (*action*), bukan sekadar gerak atau kebiasaan. Tindakan disebut sosial dan bermakna karena pelaku melakukan dengan kesadaran, mengarah pada orang lain (*audiens*), dan memiliki makna subjektif bagi dirinya. Keterbukaan diri di Instagram dipahami sebagai tindakan sosial bermakna: mengunggah story/feed/DM bukan sekadar posting, tetapi tindakan yang dilakukan dengan maksud tertentu dan ditujukan pada audiens.

2. Dunia Kehidupan (*Lifeworld*)

Schutz menempatkan manusia dalam dunia kehidupan sehari-hari (*lifeworld*), yaitu dunia yang dianggap wajar dan dijalani tanpa banyak

dipertanyakan. Di dalam lifeworld, tindakan dibentuk oleh rutinitas, kebiasaan, dan norma sosial. Instagram menjadi bagian dari *lifeworld* Generasi Z ruang keseharian tempat mereka berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membangun relasi.

3. Intersubjektivitas (*Intersubjectivity*)

Makna terbentuk karena manusia hidup bersama orang lain. Individu selalu memperhitungkan orang lain dalam tindakannya, dan menafsirkan respon orang lain terhadap dirinya. Makna keterbukaan diri di Instagram terbentuk melalui relasi dengan audiens: komentar, DM, likes, views, bahkan diamnya audiens (*silent viewers*) menjadi sumber pemaknaan apakah pengalaman itu mendukung atau justru negatif.

4. Stok Pengetahuan (*Stock of Knowledge*)

Setiap individu memiliki persediaan pengetahuan yang berasal dari pengalaman, pendidikan, budaya, dan interaksi sosial. Stok pengetahuan ini dipakai untuk membaca situasi dan memutuskan tindakan. Generasi Z membuka diri di Instagram berdasarkan pengalaman sebelumnya (pernah didukung/di-judge), norma lingkungan, dan pengalaman sosial digital yang membentuk cara mereka menilai apakah suatu postingan aman atau berisiko.

5. Tipifikasi (Typification)

Karena media sosial kompleks, individu menyederhanakan kenyataan dengan membuat tipe-tipe orang dan situasi agar mudah dipahami.

6. Motif Tindakan : *Because Motives dan In Order to Motives*

Schutz membedakan dua jenis motif:

- 1) Motif karena (*because motives*): alasan latar belakang yang mendorong tindakan (masa lalu, pengalaman, kebiasaan).
- 2) Motif untuk (*in-order-to motives*): tujuan yang ingin dicapai melalui tindakan. Keterbukaan diri di Instagram terjadi karena latar tertentu (misalnya terbiasa curhat di story, pengalaman kesepian, pengaruh lingkungan) dan untuk tujuan tertentu (misalnya mencari dukungan, validasi, merasa lega, menjaga relasi).

7. Pemaknaan Pengalaman (*Meaning – Making*)

Fenomenologi menekankan bahwa realitas sosial dipahami melalui cara individu memaknai pengalaman, bukan melalui ukuran objektif (Menurut & Schutz, n.d.).

Berdasarkan fenomenologi Alfred Schutz, keterbukaan diri di Instagram dipahami sebagai tindakan sosial bermakna yang berlangsung dalam dunia kehidupan Generasi Z. Tindakan tersebut didorong oleh motif karena dan motif

untuk, ditafsirkan melalui stok pengetahuan dan tipifikasi terhadap audiens serta situasi, dan maknanya terbentuk secara intersubjektif melalui respons sosial di Instagram. Dalam perspektif fenomenologi Schutz, setiap individu memiliki pengalaman yang berbeda dalam memaknai realitas sosialnya. Pengalaman tersebut kemudian membentuk cara individu bertindak dan berinteraksi dengan lingkungannya. Pada penelitian ini, praktik *self-disclosure* yang dilakukan oleh Generasi Z di Instagram dipandang sebagai tindakan sosial yang memiliki makna tertentu bagi individu. Keterbukaan diri yang ditampilkan melalui unggahan foto, video, *stories*, maupun *caption* bukan hanya aktivitas komunikasi biasa, tetapi merupakan bentuk pengalaman sadar yang dipengaruhi oleh motif dan tujuan tertentu. Schutz membagi motif tindakan sosial menjadi dua, yaitu *because motives* dan *in-order-to motives*. *Because motives* merupakan motif yang didasarkan pada pengalaman masa lalu individu, seperti pengalaman emosional, hubungan sosial, kebutuhan untuk didengar, atau pengalaman interaksi sebelumnya di media sosial. Sementara itu, *in-order-to motives* merupakan motif yang berorientasi pada tujuan yang ingin dicapai melalui tindakan tersebut, seperti memperoleh perhatian, validasi sosial, mengekspresikan diri, membangun citra diri, atau menjalin kedekatan dengan orang lain. Melalui konsep tersebut, penelitian ini memandang bahwa praktik *self-disclosure* Generasi Z di Instagram tidak terjadi secara spontan, melainkan merupakan tindakan yang memiliki kesadaran dan makna subjektif. Setiap unggahan yang dibagikan oleh individu mencerminkan pengalaman hidup yang telah dimaknai sebelumnya, sekaligus menunjukkan tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam interaksi sosial digital.

Selain itu, fenomenologi Schutz juga menekankan konsep *lifeworld* atau dunia kehidupan, yaitu dunia keseharian yang dialami individu secara langsung. Dalam konteks penelitian ini, Instagram menjadi bagian dari *lifeworld* Generasi Z, karena media sosial telah terintegrasi dalam aktivitas sehari-hari mereka. Interaksi digital seperti mengunggah konten, melihat respons audiens, dan berkomunikasi melalui media sosial menjadi bagian dari pengalaman sosial yang membentuk cara Generasi Z memahami dirinya maupun orang lain. Dengan demikian, dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana Generasi Z memaknai pengalaman *self-disclosure* di Instagram berdasarkan pengalaman subjektif dan motif tindakan yang mereka miliki. Melalui pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, penelitian ini berupaya memahami makna di balik tindakan keterbukaan diri yang dilakukan oleh individu dalam kehidupan sosial digital mereka.

2.1.3.2 Etnografi Virtual

Dalam upaya memahami keterbukaan diri (*self-disclosure*) Generasi Z di Instagram, penelitian ini berpijak pada teori Etnografi Virtual sebagai kerangka untuk memetakan ruang hidup digital para informan. Etnografi virtual, yang dipelopori oleh pemikir seperti Christine Hine, menegaskan bahwa internet tidak lagi sekadar alat komunikasi teknis, melainkan sebuah ruang kebudayaan yang nyata di mana identitas dibentuk dan interaksi sosial dipelihara. Dalam konteks ini, Instagram dipandang sebagai lapangan (*field*) penelitian yang memiliki struktur sosial, norma, dan simbol-simbol tertentu yang secara langsung memengaruhi bagaimana seorang individu memutuskan untuk membagikan informasi pribadinya. Penggunaan etnografi virtual dalam studi fenomenologi ini memungkinkan peneliti

untuk melihat bahwa tindakan keterbukaan diri oleh Generasi Z bukanlah sebuah peristiwa yang terisolasi, melainkan hasil dari negosiasi terus-menerus antara pengguna dengan arsitektur digital Instagram. Melalui fitur-fitur seperti Instagram *Stories*, *Close Friends*, hingga penggunaan akun sekunder (*second account*), terjadi pergeseran batas antara ruang privat dan ruang publik. Etnografi virtual membantu menjelaskan fenomena *context collapse*, di mana informasi yang semula dimaksudkan untuk lingkaran intim justru dapat meluber ke audiens yang lebih luas karena karakteristik media sosial yang bersifat menetap (*persistence*) dan dapat dicari (*searchability*). Dengan demikian, etnografi virtual menyediakan landasan bagi peneliti untuk menangkap realitas pengalaman para informan secara utuh, bukan hanya sebagai pengguna aplikasi, melainkan sebagai anggota masyarakat digital yang hidup dan berinteraksi di dalamnya.

1. Pergeseran Ruang Sosial (*The Field*) Tradisi etnografi klasik menuntut peneliti untuk hadir secara fisik di sebuah lokasi geografis. Namun, dalam etnografi virtual, lapangan penelitian berpindah ke ruang antarmuka (layar). Bagi Generasi Z, Instagram bukan sekadar aplikasi, melainkan ekstensi dari identitas sosial mereka. Etnografi virtual memandang bahwa aktivitas seperti mengunggah Instagram *Stories*, memberikan komentar, hingga melakukan *curated feed* adalah bentuk praktik budaya digital. Dalam skripsi ini, keterbukaan diri (*self-disclosure*) yang dilakukan subjek penelitian dianggap sebagai tindakan budaya yang memiliki makna mendalam bagi pelakunya.

2. Internet sebagai Artefak dan Kebudayaan Hine (2000) menegaskan bahwa internet harus dipahami dalam dua dimensi, Internet sebagai Artefak, Instagram dipandang sebagai produk teknologi yang memiliki algoritma dan fitur (seperti *Close Friends* atau *Direct Message*) yang mengatur bagaimana informasi dibagikan. Internet sebagai kebudayaan, di dalam Instagram, muncul bahasa dan aturan tidak tertulis. Misalnya, apa yang dianggap layak untuk diunggah dan apa yang dianggap berlebihan (*oversharing*).
3. Dalam etnografi virtual, peneliti melakukan observasi partisipan secara digital. Peneliti tidak hanya mengamati dari jauh, tetapi juga berupaya memahami estetika dan alur informasi di Instagram dari sudut pandang orang dalam. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan Fenomenologi, etnografi virtual berperan sebagai payung yang menjelaskan di mana dan bagaimana pengalaman tersebut terjadi. Penelitian ini memiliki kepekaan refleksif terhadap cara Generasi Z membangun citra diri individu, keterbukaan tersebut bersifat autentik atau sekadar performa digital demi mendapatkan validasi sosial berupa *likes* dan komentar.
4. Batas Ruang Privat dan Publik yang Kabur Salah satu pilar utama etnografi virtual adalah pemahaman tentang *context collapse* atau runtuhnya batasan ruang. Pada Generasi Z, keterbukaan diri sering kali terjadi di ruang yang mereka anggap privat (seperti *Second Account* atau *Close Friends*), namun secara teknis tetap berada di infrastruktur publik.

Dalam konteks penelitian ini, Instagram dipahami sebagai ruang sosial digital tempat Generasi Z melakukan praktik *self-disclosure*. Keterbukaan diri yang dilakukan melalui unggahan foto, video, *stories*, *caption*, maupun interaksi lainnya bukan hanya bentuk komunikasi sederhana, tetapi merupakan praktik sosial yang diproduksi dan dimaknai dalam budaya digital. Generasi Z tidak hanya menggunakan Instagram untuk berbagi informasi, tetapi juga untuk merepresentasikan diri, menunjukkan identitas, serta membangun citra tertentu di hadapan audiensnya. Menurut Hine, dunia *online* dan *offline* tidak berada dalam posisi yang terpisah, melainkan saling terhubung dan memengaruhi satu sama lain. Pengalaman yang ditampilkan individu di media sosial merupakan refleksi dari kehidupan nyata, tetapi pada saat yang sama juga mengalami proses konstruksi ulang ketika dipublikasikan di ruang digital. Hal ini relevan dengan praktik *self-disclosure* Generasi Z di Instagram, di mana individu tidak membagikan seluruh realitas dirinya secara utuh, melainkan memilih, menyaring, dan mengelola informasi tertentu yang ingin ditampilkan kepada publik.

Dengan kata lain, keterbukaan diri di media sosial bersifat selektif dan dipengaruhi oleh kesadaran terhadap audiens. Selain itu, etnografi virtual memandang identitas sebagai sesuatu yang dinamis dan terus dibentuk melalui interaksi digital. Dalam penggunaan Instagram, Generasi Z secara aktif mengonstruksi identitas diri melalui konten yang mereka unggah. Fitur-fitur seperti *feed*, *instastory*, *close friends*, dan *reels* menjadi media bagi individu untuk menentukan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang

lain. Oleh karena itu, praktik *self-disclosure* tidak hanya berkaitan dengan pengungkapan informasi pribadi, tetapi juga berkaitan dengan proses representasi diri dan pembentukan identitas sosial di ruang digital. Interaksi sosial yang terjadi di Instagram juga menjadi bagian penting dalam pembentukan makna keterbukaan diri. Respons audiens berupa *likes*, komentar, *views*, maupun pesan pribadi dapat memengaruhi cara individu memaknai pengalaman *self-disclosure* yang mereka lakukan. Dalam perspektif etnografi virtual, makna sosial terbentuk melalui proses interaksi yang berlangsung secara terus-menerus di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri di Instagram tidak hanya merupakan tindakan personal, tetapi juga praktik sosial yang dipengaruhi oleh budaya media sosial dan hubungan individu dengan audiensnya.

Hine menegaskan bahwa internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari (*everyday life*). Dalam penelitian ini, Instagram dipahami sebagai bagian dari kehidupan sosial Generasi Z yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas keseharian mereka. Media sosial menjadi ruang untuk berkomunikasi, mencari hiburan, membangun relasi, sekaligus mengekspresikan pengalaman pribadi. Oleh karena itu, praktik *self-disclosure* yang dilakukan oleh Generasi Z di Instagram merupakan bagian dari realitas sosial digital yang mereka alami sehari-hari. Berdasarkan pemikiran tersebut, teori etnografi virtual Christine Hine relevan digunakan dalam penelitian ini karena mampu membantu peneliti memahami bagaimana praktik *self-disclosure* Generasi Z terbentuk dan dimaknai dalam

konteks budaya digital Instagram. Pendekatan ini memungkinkan penelitian tidak hanya berfokus pada isi keterbukaan diri yang ditampilkan, tetapi juga pada proses sosial, interaksi digital, serta konstruksi identitas yang terjadi di balik praktik tersebut.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan rangkaian pemikiran peneliti yang disusun secara sistematis sebagai dasar konseptual dalam menjelaskan indikator-indikator yang melandasi penelitian ini. Kerangka ini dibangun dengan mengaitkan konsep dan teori yang relevan dengan permasalahan yang dikaji, sehingga memberikan arah yang jelas dalam memahami fokus dan pertanyaan penelitian.

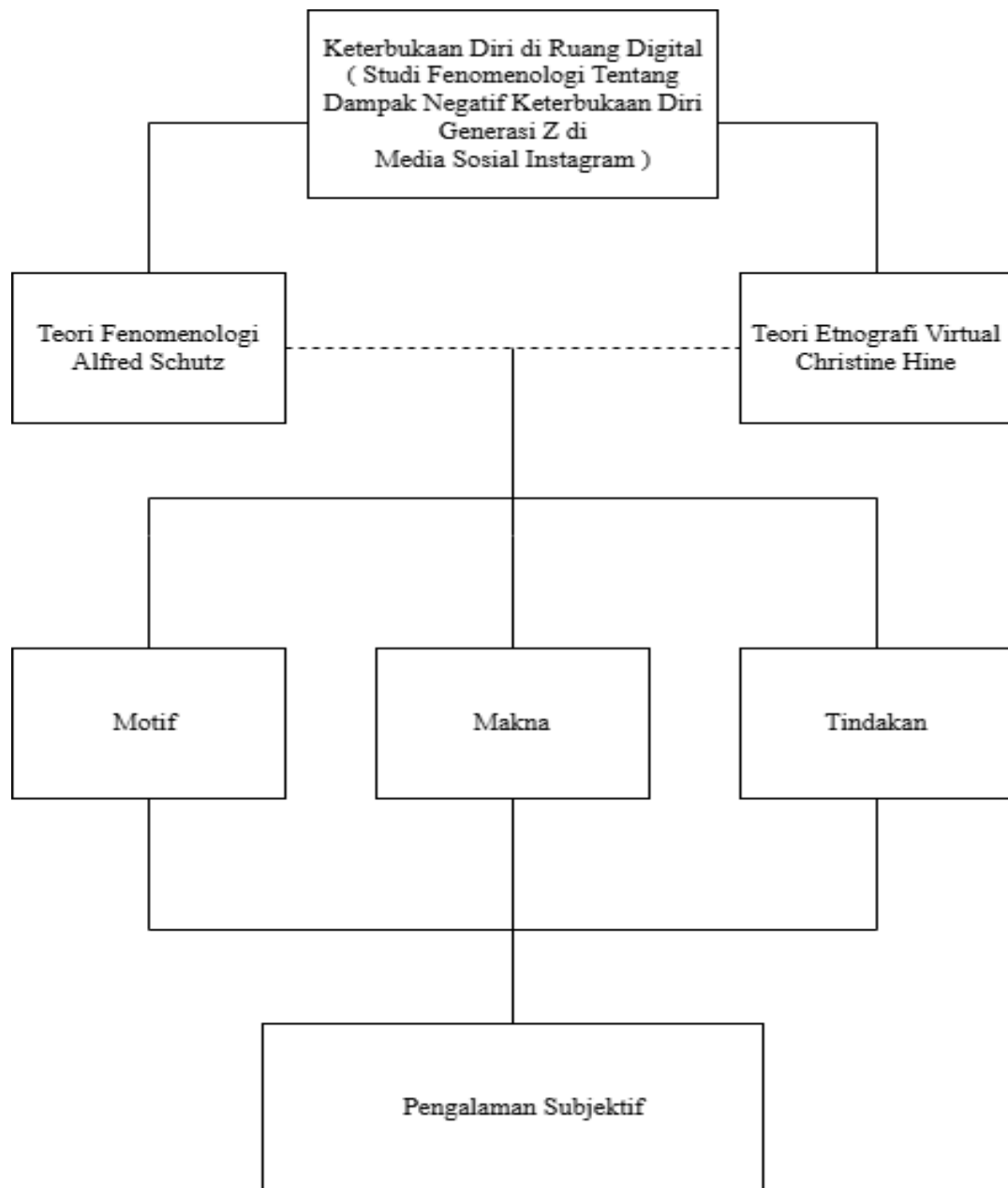
Penelitian ini berangkat dari realitas bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi informasi, melainkan menjadi ruang komunikasi interpersonal yang membentuk dan memelihara hubungan sosial, khususnya bagi Generasi Z. Dalam ruang digital ini, individu bukan sekadar mengirim pesan, tetapi juga menampilkan diri, mengelola impresi, dan bernegosiasi dengan berbagai respons sosial yang muncul. Ketika Generasi Z menggunakan Instagram untuk menyampaikan pengalaman personal, emosi, atau persoalan hidup melalui unggahan, *story*, *caption*, maupun interaksi komentar, mereka sedang melakukan *self-disclosure* yang pada hakikatnya merupakan proses pembukaan diri kepada pihak lain. *Self-disclosure* tersebut dapat dipahami sebagai bagian dari dinamika hubungan interpersonal, namun dalam konteks Instagram prosesnya berlangsung dalam kondisi yang berbeda dengan komunikasi tatap muka, audiensnya cenderung

luas dan tidak sepenuhnya dapat dipetakan, jejak komunikasinya relatif bertahan, dan makna pesan sering dibentuk oleh interpretasi publik yang beragam.

Kerangka pemikiran penelitian ini menggunakan teori fenomenologi sebagai dasar untuk memahami bagaimana pembukaan diri bekerja sebagai mekanisme mendekatkan hubungan, sekaligus membuka kemungkinan menjauhkan hubungan ketika terjadi konsekuensi yang tidak diharapkan

Dari perkembangan media digital telah mengubah cara individu mengekspresikan diri dan membangun hubungan sosial. Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang tempat individu menampilkan identitas, pengalaman, perasaan, dan pandangan pribadinya kepada orang lain. Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang populer di kalangan Generasi Z menjadi ruang digital yang memungkinkan terjadinya praktik keterbukaan diri. Melalui fitur seperti unggahan foto, video, *story*, *reels*, *caption*, dan *close friends*, pengguna dapat membagikan berbagai aspek kehidupannya, baik yang bersifat umum maupun personal. Keterbukaan diri tersebut dapat berupa penyampaian perasaan, pengalaman hidup, pendapat, masalah pribadi, maupun bentuk ekspresi lain yang menunjukkan sisi diri kepada audiens digital. Keterbukaan diri di Instagram tidak dapat dipahami hanya sebagai tindakan membagikan informasi pribadi. Dalam ruang digital, keterbukaan diri juga melibatkan kesadaran, pertimbangan, motif, pengalaman emosional, batas privasi, serta harapan terhadap respons audiens. Bagi Generasi Z, Instagram bukan sekadar media untuk berbagi konten, tetapi juga menjadi ruang sosial tempat mereka mencari pengakuan, membangun relasi, menegosiasikan identitas, dan

menampilkan diri secara selektif. Atas dasar itu, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi relevan karena berfokus pada pengalaman hidup dan makna subjektif yang dialami individu terhadap suatu fenomena. Melalui pendekatan ini, penelitian diarahkan untuk memahami bagaimana Generasi Z mengalami keterbukaan diri di Instagram, bagaimana mereka memaknai tindakan tersebut, apa yang mendorong mereka untuk terbuka, serta bagaimana mereka merefleksikan pengalaman dari keterbukaan diri di ruang digital. Dengan demikian, kerangka pemikiran penelitian ini menempatkan keterbukaan diri sebagai fenomena utama, Instagram sebagai ruang digital tempat fenomena itu berlangsung, Generasi Z sebagai subjek yang mengalaminya, dan fenomenologi sebagai pendekatan untuk menggali makna pengalaman tersebut secara mendalam. Penelitian ini pada akhirnya diarahkan untuk menemukan esensi pengalaman keterbukaan di ruang digital sebagaimana dialami oleh Generasi Z di media sosial Instagram.



Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran

Sumber : Modifikasi Peneliti (2026)