

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara individu berinteraksi dan mengekspresikan diri. Jika sebelumnya komunikasi lebih banyak berlangsung secara tatap muka, kini berbagai percakapan dan ekspresi diri hadir melalui ruang digital seperti media sosial. Media sosial menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, bukan hanya sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga sebagai tempat seseorang menunjukkan perasaan, pengalaman, dan suasana hatinya. Boyd (2014) menjelaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang publik daring (*networked publics*) tempat individu membangun identitas dan relasi sosial. Cara menyampaikan pesan pun ikut berubah, alih-alih menyampaikan maksud secara langsung kepada lawan bicara tertentu, pengguna media sosial cenderung berkomunikasi dengan "audiens imajiner" yang beragam dan tidak dapat dipetakan secara pasti, sehingga mereka lebih sering memilih ungkapan yang singkat, umum, atau tidak sepenuhnya gamblang (Marwick & Boyd, 2011). Generasi muda, khususnya Generasi Z, tumbuh bersama perkembangan ini sehingga terbiasa mengekspresikan diri melalui bentuk-bentuk yang sederhana namun tetap bermakna. Di antara berbagai bentuk ekspresi yang muncul, musik menjadi suatu media yang digunakan untuk menyampaikan apa yang sulit diungkapkan secara langsung.

Musik telah menempati posisi penting dalam kehidupan anak muda masa kini, khususnya Generasi Z. Laporan tren Spotify (2023) menunjukkan bahwa mayoritas generasi ini memilih musik berdasarkan kesesuaiannya dengan suasana hati atau momen yang sedang mereka alami, bukan semata-mata sebagai hiburan. Dalam praktik sehari-hari, Generasi Z kerap membagikan musik melalui media sosial sebagai salah satu cara mereka untuk berkomunikasi tanpa harus menjelaskan maksud dibalik musik tersebut. Potongan lirik atau cuplikan lagu yang dibagikan seolah-olah menjadi sebuah penanda tentang bagaimana *mood* mereka hari ini, meskipun maknanya tidak selalu disampaikan secara terang-terangan. Cara ini membuat musik berfungsi sebagai pesan yang bersifat implisit dan terkadang menimbulkan ambiguitas, karena pemaknaannya sangat bergantung pada pengalaman pribadi. Generasi Z yang terbiasa melakukan hal ini mereka membiarkan orang yang melihatnya hanya bisa menebak-nebak dan menafsirkan berdasarkan perspektif mereka masing-masing. Kecenderungan ini sejalan dengan hadirnya fitur-fitur di media sosial terutama Instagram yang dapat memberi ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan perasaannya secara ringkas, tidak langsung, namun tetap terasa autentik bagi dirinya sendiri. (Kreling, Meier, & Reinecke, 2021).

Media sosial Instagram meluncurkan fitur interaktif terbaru bernama Instagram Notes pada akhir 2022. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan catatan kecil, sepotongan musik, dan update lokasi terkini yang hanya dapat dilihat oleh teman mutual atau daftar *close friends*. Instagram Notes terletak pada bagian atas ruang pesan atau *Direct Message*, sehingga sifat komunikasinya lebih personal dan terbatas dibandingkan dengan postingan di story

atau feeds. Karakter komunikasi yang lebih privat ini sesuai dengan konsep *micro-communication* dalam media sosial, yaitu praktik berbagi pesan singkat yang bersifat situasional dan temporer (Papacharissi, 2010). Seperti halnya Instagram Story, fitur ini hanya berdurasi selama 24 jam yang kemudian konten akan menghilang secara otomatis. Kebanyakan Generasi Z menggunakan fitur Instagram Notes ini sebagai alternatif baru untuk berbagi momen atau sekedar mengekspresikan suasana hati yang sedang *relate* pada waktu itu melalui teks pendek (hanya terbatas 80 karakter), musik (berdurasi 30 detik), maupun kombinasi keduanya.

Gambar 1.1 Tampilan Fitur Instagram Notes



Sumber: Meta

Juslin (2019) menjelaskan bahwa manusia seringkali memakai musik untuk memperkuat perasaan yang ada atau malah untuk mengubah *mood* agar jadi lebih tenang. Di Instagram Notes, fitur ini menjadi semacam medium untuk menunjukkan

jati diri dan perasaan kepada orang lain. Musik di sini bukan sekadar latar belakang, tapi simbol yang punya pesan tertentu. Pengguna seolah ingin memberikan "kode" atau membangun citra tertentu lewat musik yang mereka pasang, entah itu ingin terlihat sedang bahagia, sedih, atau sekadar ingin dianggap punya selera musik yang oke. Misalnya, salah satu pengguna memasang lagu On Bended Knee dari Boyz II Men “*can we go back to the days our love was strong?*” untuk menyiratkan rasa galau atau kekecewaan asmara, sementara pengguna lain membagikan instrumen pada awal lagu About You dari The 1975 untuk mengekspresikan perasaan sedang jatuh cinta.

Gambar 1.2 Tampilan Instagram Notes Salah Satu Pengguna



Sumber: Instagram Notes @andhiniamp

Fenomena ini banyak ditemukan pada pengguna dari kalangan Generasi Z, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital (Prensky, 2001). Penggunaan musik sebagai bagian dari komunikasi digital menunjukkan adanya preferensi emosional tertentu yang diwujudkan melalui pilihan lagu, lirik, maupun nuansa musik yang ditampilkan. Mereka memanfaatkan

fitur ini sebagai bentuk komunikasi tidak langsung, di mana penerima pesan diharapkan menangkap "kode" emosional tanpa penjelasan eksplisit. Hal ini memunculkan dinamika interaksi di mana like atau balasan dari mutual menjadi validasi atas interpretasi yang tepat terhadap maksud tersebut.

Instagram menawarkan berbagai fitur komunikasi yang mendukung ekspresi Generasi Z, seperti Stories yang bersifat publik atau terbatas pengikut selama 24 jam, Reels untuk konten video pendek dengan algoritma rekomendasi luas, dan *Close Friends* yang membolehkan akses selektif ke Stories tertentu. Stories menjangkau audiens lebih besar dengan elemen visual kompleks, sementara Reels mengutamakan viralitas melalui musik trending meski kurang personal. *Close Friends* menyediakan ruang selektif mirip Notes, namun tetap bergantung pada format visual yang lebih terbuka terhadap interpretasi audiens luas.

Berdasarkan laporan resmi DataReportal, jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada awal 2025 tercatat menembus angka sekitar 103 juta orang atau sekitar 36,3% dari total populasi. Angka ini menunjukkan tingkat penetrasi yang sangat tinggi di kalangan Masyarakat Indonesia. Secara global, laporan demografi pengguna juga menunjukkan bahwa kelompok usia muda mendominasi penggunaan platform ini. Data statistik dari SQ Magazine juga melaporkan bahwa pengguna media sosial Instagram di seluruh dunia didominasi oleh Generasi Z (30,8%), menjadikan mereka kelompok generasi terbesar dalam penggunaan platform ini. Sementara itu, survei lokal juga menemukan bahwa sebagian besar Generasi Z di Indonesia menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk komunikasi dan berbagi konten.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk menggambarkan makna dan mengeksplorasi pengalaman subjek penelitian secara rinci bagaimana Generasi Z pengguna Instagram memberikan makna pada musik yang mereka pilih di Instagram Notes. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan deskripsi sistematis dan pengalaman faktual mengenai perilaku komunikasi yang terjadi, serta bagaimana preferensi emosional dapat terbentuk melalui interaksi simbolik dalam fitur tersebut. Melalui metode ini, peneliti dapat menangkap nuansa emosional dibalik pemilihan musik yang seringkali bersifat personal dan sulit diukur secara kuantitatif. Penekanan pada aspek deskriptif tersebut bertujuan untuk menyajikan narasi utuh untuk mengenai bagaimana simbol musik tersebut dikonstruksi oleh pengguna sebagai bentuk komunikasi atas perasaan dalam ruang digital yang dinamis.

Perspektif penelitian ini dapat diperdalam melalui teori interaksi simbolik. Menurut Blumer (1969), manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu tersebut bagi mereka. Musik dalam Instagram Notes adalah simbol yang dimaknai secara mendalam oleh pengguna maupun pengikutnya. Pengguna memilih lagu tertentu bukan karena aspek teknis musiknya semata, melainkan karena keterikatan emosional yang dirasakan dalam proses interaksi sosial. Dalam psikologi komunikasi, hal ini berkaitan dengan bagaimana pesan non-verbal mampu membangun impresi dan resonansi emosional pada lingkup virtual.

Penelitian terdahulu belum banyak yang mengkaji mengenai makna musik melalui fitur Instagram Notes. Meskipun beberapa penelitian telah membahas penggunaan fitur Instagram Notes sebagai media komunikasi singkat, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek intensitas penggunaan, pola interaksi

berbasis teks, serta kecenderungan perilaku digital pengguna. Kajian yang secara spesifik menempatkan musik sebagai simbol komunikasi dalam fitur tersebut masih sangat terbatas. Padahal, musik memiliki dimensi emosional yang kompleks dan tidak selalu dapat direduksi sebagai sekadar konten hiburan. Ketiadaan pembahasan yang menyoroti proses pemaknaan musik sebagai representasi emosi dalam ruang interaksi terbatas seperti Instagram Notes menunjukkan adanya celah konseptual yang perlu diisi. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menghadirkan perspektif yang lebih mendalam dengan menempatkan musik sebagai simbol yang dikonstruksi secara sosial dalam praktik komunikasi Generasi Z.

Berdasarkan uraian tersebut, penggunaan musik dalam fitur Instagram Notes menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks komunikasi digital. Pemaknaan musik sebagai preferensi emosional Generasi Z menunjukkan adanya dinamika baru dalam cara individu mengekspresikan dan mengomunikasikan perasaan di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana Generasi Z memaknai musik melalui fitur Instagram Notes serta bagaimana proses komunikasi emosional tersebut berlangsung dalam ruang digital yang dimediasi teknologi.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, fokus penelitian ini adalah untuk menggali makna lebih dalam tentang bagaimana Generasi Z memaknai musik sebagai preferensi emosional mereka melalui fitur Instagram Notes. Maka dari

itu, penelitian ini berfokus pada “**Pemaknaan Musik Melalui Fitur Instagram Notes Sebagai Preferensi Emosional Generasi Z**”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana makna (*meaning*) musik melalui Instagram Notes sebagai preferensi emosional Generasi Z?
2. Bagaimana simbol/bahasa (*symbol/language*) musik yang digunakan Generasi Z untuk berinteraksi melalui Instagram Notes?
3. Bagaimana proses berpikir (*thought*) Generasi Z dalam memilih musik tertentu melalui Instagram Notes sebagai preferensi emosional?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami dan menganalisis makna musik yang dibagikan melalui Instagram Notes sebagai bentuk preferensi emosional Generasi Z.
2. Untuk menjelaskan bagaimana musik digunakan sebagai simbol/bahasa Generasi Z untuk berinteraksi di Instagram Notes.
3. Untuk menggambarkan proses berpikir Generasi Z dalam memilih musik tertentu yang dibagikan melalui Instagram Notes sebagai representasi preferensi emosional mereka.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi yang berhubungan dengan topik yang diteliti, khususnya dalam memperluas cakupan Teori Interaksi Simbolik Herbert Blumer di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya literatur mengenai bagaimana premis-premis klasik seperti *meaning*, *language*, dan *thought* bertransformasi dalam medium teknologi baru, di mana musik berfungsi sebagai simbol non-verbal dalam komunikasi virtual. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi sosiologi komunikasi, terkait cara Generasi Z mengonstruksi identitas dan preferensi emosional mereka melalui fitur-fitur media sosial yang terus berkembang, serta menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji fenomena serupa dalam konteks media sosial, dan bidang kajian psikologi media digital.

2. Kegunaan Praktis

Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pemahaman bagi mahasiswa mengenai fenomena penggunaan musik sebagai bentuk ekspresi emosional di kalangan Generasi Z. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengkaji topik-topik serupa yang berkaitan dengan budaya, ekspresi diri, dan proses pemaknaan dalam kehidupan sosial.

Bagi universitas, penelitian ini dapat menambah wawasan literatur dan referensi akademik di lingkungan universitas, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan kajian yang relevan dengandinamika sosial dan budaya generasi muda.membantu mahasiswa mengelola ekspresi diri di platform privat seperti Notes guna mencegah misinterpretasi yang berujung konflik sosial.

Bagi masyarakat luas, penelitian ini dapat menjadi referensi awal bagi peneliti yang ingin mengkaji fenomena serupa dengan pendekatan, subjek, atau konteks yang berbeda. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk pengembangan penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai pemaknaan musik dan ekspresi emosional dalam kehidupan sosial.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi awal. studi ini membuka peluang replikasi dengan membandingkan fenomena serupa tapi di platform lain seperti WhatsApp Status atau TikTok Notes, serta perbandingan lintas generasi atau wilayah geografis di Indonesia. Kemudian kesenjangan yang teridentifikasi, seperti kurangnya fokus pada pemaknaan musik secara spesifik, preferensi emosional, dan praktik komunikasi Generasi Z di media sosial.