

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap zaman selalu diiringi dengan munculnya generasi baru yang berbeda dari generasi sebelumnya. Tentunya setiap generasi memiliki karakter pribadi yang berbeda-beda dalam menghadapi perkembangan zaman. Generasi dapat dikatakan sebagai kelompok individu yang memiliki kesamaan usia berdasarkan tahun kelahiran. Pada era digital seperti saat ini setiap generasi tidak dapat dipungkiri akan bergantung kepada teknologi, khususnya teknologi komunikasi yang dapat menjangkau dunia dari berbagai arah. Hal tersebut tentu tidak dapat terlepas dari peran serta internet dalam kehidupan sehari-hari.

Di Indonesia, internet sudah masuk pada semua kalangan dan perkembangan internet dalam beberapa tahun mengalami peningkatan yang besar. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia pada April 2019 naik 10,12% dari tahun sebelumnya. Kenaikan ini mencapai 27 juta pengguna. Artinya, ada 171,17 juta jiwa pengguna internet dari total 246,16 juta jiwa penduduk Indonesia berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik). Survei terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan hasil survei yang dilakukan secara daring pada November 2020 dimana hasilnya jumlah pengguna internet di Indonesia naik menjadi 73,7% dari populasi. Artinya, setara dengan 196,7 juta pengguna dari total 266,9 juta

penduduk Indonesia berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik). (APJII, 2020: 1)

Selain meningkatnya jumlah pengguna internet pada tahun 2020, survei APJII juga menyoroti perubahan perilaku penggunaan internet ditengah adanya pandemic Covid-19. Mayoritas pengguna mengakses internet lebih dari 8 jam/hari. Selain itu terdapat juga perubahan konten media online yang diakses. Sejak tahun 2020, mayoritas pengguna mengakses konten pendidikan dan laman sekolah, karena adanya kegiatan pembelajaran jarak jauh selama pandemi. Sementara jenis media hiburan yang banyak diakses adalah *video online* (49.3%), *game online* (16.5%), dan *music online* (15.3%).

Beriringan dengan meningkatnya penggunaan internet, munculah berbagai media elektronik yang memanfaatkannya untuk kegiatan komunikasi dan bertukar informasi yang lebih kita kenal sebagai kegiatan media sosial. Media sosial adalah media *online* (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara *online* di internet. Dalam media sosial, penggunaanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan berbagai aktifitas komunikasi lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif, seperti *youtube*, *blog*, *twitter*, *instagram*, dan aplikasi *chatting* lainnya. Sedangkan menurut Van Dijk, 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 online* yang menggunakan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Kebutuhan akan menjalin hubungan sosial di internet merupakan alasan utama yang dilakukan oleh banyak orang dalam mengakses media sosial. Dimana kondisi ini tidak bisa didapatkan ketika masyarakat mengakses media tradisional (elektronik dan cetak). Bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa pengguna sebuah media sosial di suatu negara jauh lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk Negara itu sendiri, karena tidak sedikit orang yang memiliki akun media sosial lebih dari satu. Media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh *users* itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan *medium* untuk berbagi data, seperti audio dan video.

Indonesia merupakan negara peringkat ketiga pengguna aktif instagram di seluruh dunia dengan 53 juta pengguna aktif berdasarkan data *Instagram's Top Countries 2018*. Sedangkan dilihat dari media sosial paling aktif di Indonesia adalah *youtube*, *facebook*, dan *whatsapp*.

Penggunaan media sosial saat ini tidak lagi terbatas pada kalangan usia tertentu, artinya setiap generasi tentu tidak dapat terlepas dengan yang namanya media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Suatu generasi menggambarkan keadaan situasi dimana setiap individu mempunyai pengalaman hidup yang dilalui, dapat juga menggambarkan siapa diri kita dan bagaimana kita melihat dunia dari kacamata diri sendiri, setiap generasi juga

memiliki karakter tersendiri, serta budaya dan minat yang berbeda. (Dewi & Caropeboka, 2020: 2)

Dari teori generasi, William Strauss dan Neil Howe berpendapat bahwa generasi Y (lahir: 1980 – 1995) akan menjadi generasi yang peduli akan masalah – masalah kemasyarakatan. Sedangkan generasi Z (lahir: 1995 – 2010) adalah generasi yang dibesarkan di era digital dan teknologi canggih yang berpengaruh terhadap perilaku dan kepribadian mereka.

Generasi Y dan generasi Z memiliki kesamaan yaitu hidup pada zaman teknologi dan internet berkembang, (Putra, 2016: 129). Mereka merupakan generasi yang lebih memilih cara instan dalam melakukan pekerjaan. Generasi Y menurut Kharis dalam jurnalnya menyebutkan bahwa mereka terlahir di era teknologi yang sudah berkembang, era dimana komputer, *handphone*, *smartphone* mulai diciptakan. (Hana, 2019: 204). Sedangkan generasi Z menurut Yanuar dalam jurnalnya mengatakan bahwa mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*) dengan menggunakan media sosial. (Putra, 2016: 130).

Menurut Jonah Stillman dalam bukunya yang berjudul Generasi Z, jika dibandingkan maka generasi Y adalah yang banyak menggunakan teknologi komunikasi instant seperti *email*, SMS, *instant messanging*, dan lain sebagainya. Sedangkan generasi Z lebih banyak berhubungan sosial melalui dunia maya, seperti Twitter, instagram, dll. Sejak kecil generasi ini sudah banyak dikenalkan oleh teknologi dan sangat akrab dengan *smartphone*. Untuk

generasi Y sendiri dalam survey Time terhadap 2.700 ibu di Amerika ditemukan bahwa 80% ibu (generasi Y) mengatakan penting untuk menjadi ‘ibu yang sempurna’ dengan cara tetap tinggal di rumah bersama anak-anak (Stillman & Stillman, 2018: 31). Itu artinya banyaknya waktu yang mereka habiskan di rumah membuat mereka menghabiskan waktu dengan *smartphonenya*.

Tetapi ketergantungan tersebut tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung, dalam hal ini seperti faktor ekonomi, ketersediaan infrastruktur atau teknologi, dan pendidikan. Sehingga generasi Y maupun generasi Z belum tentu memiliki ketergantungan yang sama terhadap internet maupun media sosial.

Karakteristik setiap individu berbeda, tergantung dimana individu dibesarkan, bagaimana kondisi ekonomi, kondisi keluarga, dan lain sebagainya. Seseorang yang memiliki ekonomi rendah cenderung minim dengan akses internet maupun pengetahuannya terhadap internet. Ketersediaan infrastruktur dalam masyarakat juga berpengaruh terhadap ketergantungan media sosial karena seseorang yang memiliki ketersediaan infrastruktur maupun teknologi yang rendah juga cenderung memiliki kemampuan yang rendah terhadap penguasaan internet dan media sosial. Begitu pun dengan tingkat pendidikan seseorang, seseorang dengan tingkat pendidikan rendah dan juga pengetahuannya yang minim tentang internet dan media sosial, maka bisa jadi memiliki tingkat ketergantungan yang rendah pula.

Berdasarkan latar belakang di atas, itulah mengapa pentingnya penelitian ini dilakukan. Penulis tertarik dan ingin meneliti bagaimana perbedaan ketergantungan dalam penggunaan media sosial antara generasi Y dan Z, sebab penulis melihat yang terjadi di lingkungan RT.003 / RW.001 Padurenan ini hampir setiap orang memiliki *smartphone* dan menggunakannya dalam intensitas yang sering. Tercatat setiap kepala keluarga memiliki *smartphone* minimal 1 unit, sedangkan untuk keluarga yang memiliki anak rata-rata memiliki lebih dari 1 unit *smartphone*. Meskipun dalam penggunaannya untuk beragam kepentingan, tetapi hal ini berfungsi dalam melihat jenis media sosial seperti apa yang banyak diminati oleh setiap generasi dan bagaimana kualitas interaksi sosial secara langsung di zaman ini. Untuk itu peneliti mengangkat judul Perbedaan Ketergantungan Penggunaan Media Sosial Generasi Y dan Z di RT.003/ RW.001. Kel. Padurenan. Kec. Mustika Jaya. Kota Bekasi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada perbedaan intensitas penggunaan media sosial generasi Y dan generasi Z?
2. Apakah ada perbedaan jenis konten atau media sosial yang digunakan oleh generasi Y dan generasi Z?
3. Bagaimana kualitas kehidupan sosial generasi Y dan generasi Z?

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini permasalahan yang akan dikaji tentu perlu dibatasi. Pembatasan masalah ini bertujuan untuk memfokuskan perhatian saat penelitian agar diperoleh kesimpulan yang mendalam mengenai aspek yang diteliti. Cakupan masalah dalam hal ini dibatasi pada bagaimana perbedaan ketergantungan generasi Y dan Z ini terhadap penggunaan media sosial khususnya jenis *social networking* (jejaring sosial).

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut:

“Apakah ada perbedaan ketergantungan penggunaan media sosial generasi Y dan generasi Z?”

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan:

1. Manfaat Teoretis:

Hasil penelitian yang diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang lain dan menambah wawasan baru tentang Ketergantungan Penggunaan Media Sosial Generasi Y dan Generasi Z.

2. Manfaat Praktis:

a. Bagi Masyarakat

Untuk menambah wawasan mengenai perilaku ketergantungan individu terhadap media sosial saat ini.

b. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui prevalensi seseorang terhadap penggunaan media sosial.

