



# PROSDING SEMINAR NASIONAL

## ILMU ILMU SOSIAL [SNIIS]

**"Keragaman, Pluralisme, dan Pemberdayaan  
Minoritas di Indonesia."**

**2024**

**VOL.3**

SNIIS 2024  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

[proceeding.unesa.ac.id/iindex.php/sniis](http://proceeding.unesa.ac.id/iindex.php/sniis)

[ikom.fisipol.unesa.ac.id](http://ikom.fisipol.unesa.ac.id)  
[www.fisipol.unesa.ac.id](http://www.fisipol.unesa.ac.id)



@official\_unesa  
@fisipol\_unesa



ISSN 2985-9522



9 772985 952001



## **Dinamika Sistem Penghidupan Masyarakat dalam Perubahan Lingkungan di Kawasan Tambang Pasir Gunung Galunggung, Kabupaten Tasikmalaya**

**Wardatul Adawiah<sup>1</sup>, Eufrasia Kartika Hanindraputri<sup>2</sup>, Putri Dwi Permata Indah<sup>3</sup>**  
**Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>**

[wardatuladawiah@unesa.ac.id](mailto:wardatuladawiah@unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [eufrasahanindraputri@unesa.ac.id](mailto:eufrasahanindraputri@unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [putriindah@unesa.ac.id](mailto:putriindah@unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Penambangan pasir di Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya memberikan dampak ekonomi yang positif bagi pendapatan asli daerah. Namun disisi lain penambangan pasir ini menunjukkan efek buruk bagi lingkungan. Penelitian ini memfokuskan pada analisa perubahan dan dinamika sistem penghidupan masyarakat di tengah kerusakan alam akibat kegiatan penambangan pasir di Kawasan Gunung Galunggung Tasikmalaya. Dinamika sistem penghidupan ini kemudian akan dianalisis melalui kerangka POET (population, organization, environment, technology). Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, studi media dan studi literatur. Adapun bentuk adaptasi dinamika sistem penghidupan yang dilakukan oleh masyarakat yaitu masyarakat melakukan migrasi dan memilih sumber penghidupan yang lain yang tidak bergantung lagi pada sumber air.

**Kata Kunci:** population, organization, environment, technology, penghidupan

### **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang diberkati potensi sumber daya alam yang melimpah. Salah satunya adalah potensi pertambangan yang hasilnya dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan dan memperbaiki kualitas hidup serta kesejahteraannya. Potensi pertambangan ini dapat kita temukan di Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki potensi sumber daya tambang seperti bijih besi, emas, tembaga, mangan, pasir besi, batu bara, gamping, andesit, pasir dan lain sebagainya (Kurniawan, 2015). Wilayah Kabupaten Tasikmalaya sudah lama mengeksploitasi penambangan pasir pasca letusan Gunung Galunggung di tahun 1984. Usaha penambangan pasir ini dilakukan baik oleh masyarakat lokal secara tradisional dan manual maupun masyarakat pendatang yang dilakukan oleh perusahaan penambangan berskala besar. Penambangan pasir terbesar hingga saat ini berlokasi di kaki Gunung Galunggung, tepatnya di Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya. yang mana aktivitas penambangan di kawasan ini adalah kawasan hulu Sungai Cikunir dan Sungai Cibanjuran.

Selama bertahun-tahun aktivitas penambangan pasir di kaki Gunung Galunggung merubah kondisi air yang semula bersih dan jernih. Kini air di wilayah ini kotor dan keruh disebabkan sungai Cibanjuran dan Cikunir yang menjadi sumber air bagi warga dicemari oleh limbah pencucian pasir (ayotasik.com, 2020). Aktivitas penambangan pasir mempengaruhi keberlanjutan system penghidupan masyarakat setempat. Sistem penghidupan masyarakat

kemudian beradaptasi dengan perubahan tersebut. Mekanisme adaptif merupakan bentuk adaptasi yang dibangun oleh individu atau rumah tangga dalam menyesuaikan diri pada keadaan sebagai tujuan bisa bertahan hidup (*survival*) (Dharmawan 2007) (Arrasyiida 2022). Strategi adaptif ini digunakan untuk menghadapi krisis dalam merespon perubahan lingkungan (Arrasyiida 2022).

Berdasarkan hal tersebut, penulis hendak mengkaji dinamika sistem penghidupan masyarakat di tengah perubahan kondisi lingkungan melalui kerangka POET

(*Population, Organization, Environment and Technology*) dalam konteks aktivitas penambangan pasir di Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya.

## **METODE**

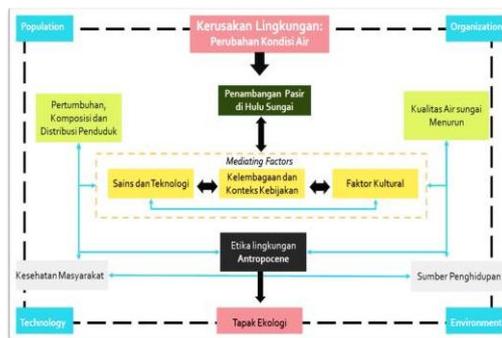
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Data utama yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara dan observasi. Sementara data sekunder diperoleh dari studi literatur dari berbagai penelitian sebelumnya dan data statistik serta data berbagai media. Wawancara dilakukan pada pelaku penambang pasir tradisional dan masyarakat sekitar kawasan penambangan pasir. Wawancara dilakukan untuk mengetahui konteks perubahan lingkungan dan dampaknya pada dinamika system penghidupan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar. Penentuan informan dilakukan secara *purposive* (bertujuan). Peneliti melakukan proses analisis data untuk memeriksa keabsahan data. Analisis data dilakukan dengan tahapan: reduksi data, penyajian data, penarikan simpulan atau verifikasi data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Analisis Kerangka Teori POET (*Population, Organization, Environment, Technology*)**

Kerusakan lingkungan terlihat dari perubahan kondisi air akibat penambangan pasir di hulu sungai Cibajaran dan Cikunir yang mengalir dibawah kaki Gunung Galunggung (Suherman, 2015). Hubungan antar penduduk dan kondisi lingkungan ini tidak lepas dari keterkaitan faktor perantara berupa sains dan teknologi, kelembagaan dan konteks kebijakan serta faktor kultural. Perubahan kondisi air di Kecamatan Sukaratu menyebabkan perubahan dalam sumber penghidupan dan kesehatan masyarakat.

Bentuk kerusakan lingkungan ini menunjukkan etika lingkungan yang dianut adalah *Antropocene* yang meninggalkan tapak ekologi yang buruk bagi lingkungan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kerangka POET (*Population, Organization, Environment, and Technology*). Berikut adalah kerangka pemikiran yang dapat disajikan.



Gambar 1. Analisa PEOET (Siegel & Swanson 2004) diolah oleh peneliti (2024).

- a. **Populasi (*Population*)** Pertumbuhan penduduk total dipengaruhi oleh faktor natalitas (kelahiran), mortalitas (kematian), imigrasi (penduduk masuk) dan emigrasi (penduduk keluar). Berdasarkan data BPS Kecamatan Sukaratu dalam Angka tahun 2022 menunjukkan jumlah penduduk yang melakukan migrasi keluar lebih tinggi dibandingkan jumlah penduduk yang migrasi masuk (Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya 2022). Hal ini dapat dikaitkan bahwa penduduk di Kecamatan ini dominan mencari pekerjaan di luar wilayah untuk bekerja sebagai buruh pabrik dan sebagainya di wilayah lain. Sementara penambangan lebih banyak dilakukan oleh para pendatang tetapi tidak menetap di wilayah ini, karena akses transportasi cukup baik untuk menjangkau areal pertambangan.
- b. **Organisasi (*Organization*)** Peristiwa meletusnya Gunung Galunggung pada 5 April 1982 merupakan peristiwa yang dahsyat. Letusan gunung ini berlangsung selama sembilan bulan. Material letusan gunung yang dimuntahkan hampir menutupi wilayah hingga 600 kilometer persegi, sementara material yang terlontar sebanyak 370 meter kubik (Suherman 2015). Selanjutnya dilakukan upaya penanggulangan bahaya

sekunder Gunung Galunggung dengan melakukan pengangkutan pasir untuk mengurangi beban kantong-kantong lahar dan pengamanan tanggul. Sehingga pada tahun 1987, Presiden Soeharto memberikan instruksi untuk mengangkut sebanyak banyaknya pasir Galunggung menuju Jakarta. Diperkirakan saat itu permintaan dari ibukota terhadap pasir Gunung Galunggung ini mencapai 1.000meter kubik per hari. Aktivitas penambangan pasir ini membawa berkah tersendiri bagi sebagian masyarakat Kabupaten Tasikmalaya yang mempunyai sumber penghidupan di bidang penambangan pasir Gunung Galunggung. Namun, Seiring waktu penambangan pasir yang dilakukan sudah menghabiskan material pasir yang dihasilkan oleh letusan pada tahun 1982. Sehingga aktivitas penambangan saat ini tidak lagi berupaya mengurangi beban kantong lahar dan pengamanan tanggul (Nurpadilah, 2024). Saat ini terdapat 34 penambangan ilegal yang masih beroperasi dari tahun 2002 di Kabupaten Tasikmalaya. Sedangkan di Kecamatan Sukaratu terdapat 8 Perusahaan tambang, 6 diantaranya sudah memiliki izin (transmedia, 2020). Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya sendiri belum memiliki jumlah total pengusaha yang telah mengantongi wilayah ijin usaha pertambangan (WIUP) dan Izin Usaha Pertambangan (IUP) dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat (Kurniawan 2015). Sehingga terjadi beberapa kerusakan lingkungan yang tidak dapat dihindarkan dari perilaku oknum oknum ilegal tersebut yaitu meninggalkan lokasi kawasan eksploitasi tanpa melakukan reklamasi sesuai aturan dalam Undang-Undang.

Organisasi lokal yang aktif bergerak dalam memperjuangkan keberlanjutan lingkungan di 3 desa di Kecamatan Sukaratu adalah Relawan Tawangbanteng Beriman. Relawan ini Bersama para masyarakat aktif mengajukan keberatan dan melakukan mediasi kepada berbagai instansi, termasuk pemerintah dan pihak perusahaan. Narasi yang sampai saat ini terus diperjuangkan tidak lain adalah pengembalian keberadaan sumber air bersih yang sangat vital bagi kehidupan masyarakat. Namun keluhan dan berbagai upaya tersebut selalu mengalami kebuntuan dan tidak mendapat respon yang baik. Hal ini berusaha tetap diperjuangkan oleh Relawan Tawangbanteng Beriman untuk menghindari tindakan anarkis warga terhadap perusahaan tambang.

- c. **Lingkungan (*Environment*)** Aktivitas penambangan yang sangat tidak terkendali ini menyebabkan berbagai dampak bagi lingkungan dan begitupun pada keberlangsungan

strategi penghidupan (*livelihood strategy*) masyarakat sekitar. Strategi penghidupan ini merupakan cara bertahan hidup dalam memperbaiki status kehidupan. Strategi nafkah merupakan bentuk aksi yang dibangun untuk mempertahankan kehidupan dengan tetap memperhatikan eksistensi infrastruktur sosial, struktur sosial dan budaya yang berlaku (Dharmawan 2007). Pandangan Mazhab Bogor melihat bahwa strategi penghidupan di pedesaan senantiasa merujuk pada sektor pertanian dalam arti yang luar. Sementara pada Mazhab Barat memandang sistem penghidupan dan nafkah di pedesaan merupakan setting dinamika sosio ekologis (Arrasyiida 2022). Berikut beberapa dampak yang terjadi di kawasan pertambangan pasir.

- 1) Kerusakan sebagian dam sabo yang terletak di dekat sungai, berfungsi sebagai benteng lahar.
- 2) Lahan pertanian rusak, karena tidak ada reklamasi bekas tambang.
- 3) Kerusakan jalan-jalan penghubung desa akibat menanggung beban berat truk yang melebihi kapasitas.
- 4) Longsor dan banjir. Akibat perubahan struktur tanah dari aktivitas penambangan.
- 5) Musim kemarau masyarakat mengalami kekeringan dan udara sangat berdebu.
- 6) Ketidakseimbangan lingkungan akibat pertambangan bergerak semakin ke hulu menyebabkan perubahan vegetasi dan Kawasan hutan serta pertanian.

Pada aspek lingkungan peneliti menyoroti perubahan kondisi air akibat aktivitas pertambangan. Aktivitas pertambangan dilakukan di dekat hulu sungai, termasuk proses pencucian pasir hasil tambang dilakukan di hulu sungai. Hal ini menyebabkan limbah pencucian pasir mengalir ke sungai Cijulang dan Cikurnir. Sehingga air di Kawasan ini berubah keruh, berbau dan membawa lumpur.

Dampak yang ditimbulkan diantaranya merusak drainase dan tanggul di beberapa desa sehingga menyebabkan banjir pada musim hujan. Disisi masyarakat lokal, air tercemar tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga pada kebutuhan konsumsi masyarakat harus membeli air. Lebih jauh, dampak endapan lumpur yang dibawa aliran sungai menyebabkan terjadinya pendangkalan dan penyumbatan sumber air bagi pengusaha ikan air tawar. Hal ini kemudian mengubah luas kolam ikan yang berangsur menyempit, indukan mati dan pertumbuhan ikan tidak maksimal. Perubahan kondisi air

ini juga banyak mengundang bencana lanjutan setelahnya. Kekeringan pada musim kemarau menjadi tidak terhindarkan. Masyarakat mengalami kesulitan air bersih dan layak konsumsi, beberapa lahan persawahan tidak mendapatkan pengairan yang cukup dan perikanan air tawar ikut terancam hingga akhirnya banyak masyarakat lokal bersikap putus asa dan pada akhirnya menjual sawah, kolam serta tanahnya kepada pengusaha tambang.

#### **d. Teknologi (*Technology*)**

Saat ini aktivitas penambangan dilakukan dengan dua metode yang berbeda. Metode ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **1) Teknologi Tradisional**

Metode penambangan pasir yang dilakukan oleh warga sekitar menggunakan sekop, cangkul dan ayakan/geong secara manual dan tradisional dilakukan pada aliran sungai. Metode ini tidak melakukan bentuk penggalian, tetapi mengambil dari endapan di sungai dan jalur selokan, atau material yang terbawa oleh air sungai. Bentuk penjualan dari usaha masyarakat lokal ini ketika volume pasir sudah mencapai 2 kubik atau setara dengan 1 truk yang dihargai senilai Rp.150.000. Pengerjaan ini dilakukan oleh 3-4 orang yang mana akan saling berbagi hasil sesuai dengan tingkat kontribusinya masing masing.

##### **2) Teknologi Modern**

Metode penambangan pasir menggunakan teknologi modern dilakukan oleh perusahaan pertambangan dengan menggunakan alat berat seperti *dozer*, *excavator*, *sandwasher*, *stoneclasher*, *dumptruk/coltdiesel*. *Excavator/beco*. Alat tersebut digunakan untuk penggalian, pencucian pasir dan pemuatan pasir. *Stoneclasser* digunakan dalam proses penggilingan atau pemotongan dan pemilahan batuan. Sedangkan *dumptruk/coltdiesel* digunakan untuk pengangkutan atau distribusi pasir atau batuan.

Kedua metode dan pemanfaatan teknologi yang berbeda menghasilkan kuantitas yang berbeda pula dalam penambangan pasir. Teknologi tradisional cukup banyak digunakan oleh masyarakat lokal dalam menambang di aliran sungai.

---

Sementara, teknologi modern yang digunakan oleh perusahaan lebih cenderung pada penambangan di area gunung dan kawasan yang jauh lebih luas.

## 2. Kerangka *Livelihood* dan Bentuk Adaptasi Masyarakat Lokal

Penduduk di sekitar wilayah pertambangan merupakan masyarakat agraris. Kecamatan Sukaratu merupakan salah satu wilayah lumbung padi di Kabupaten Tasikmalaya. Namun, sawah untuk pertanian padi, kolam-kolam ikan untuk budidaya ikan tawar, sungai digunakan untuk pengairan dan menjadi sumber mata air mengalami kerusakan akibat aktivitas penambangan pasir di Kawasan hulu sungai. Secara ekonomi, aktivitas pertambangan berkontribusi pada pendapatan asli daerah namun buruk bagi lingkungan dan masyarakat. Bagi masyarakat, rusaknya sumber air turut membebani finansial keluarga untuk membeli air bersih disamping hilangnya sumber penghidupan dari kegiatan pertanian. Air sungai tidak lagi dapat menjadi sumber pengairan bagi persawahan dan perikanan air tawar, apalagi untuk dikonsumsi. Dinamika tersebut memunculkan respon adaptasi dalam kehidupan masyarakat lokal. Beberapa bentuk adaptasi yang dilakukan yakni:

1. **Pemenuhan kebutuhan air minum.** Sungai yang tercemar limbah lumpur pencucian pasir menyebabkan air sungai tidak layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat, sehingga kebutuhan konsumsi minum dan memasak menggunakan air galon. Sementara untuk mencuci alat makan dengan mengangkat air dari sumur umum yang dilakukan setiap pagi hari oleh kaum ibu. Bentuk pemanfaatan air sungai kini sebatas untuk mencuci pakaian karena sumber air sumur tidak dapat memenuhi kebutuhan air yang sangat tinggi untuk kegiatan tersebut. Sehingga, tidak heran jika di masyarakat ini penyakit kulit seperti gatal gatal pada anak sering terjadi dan kini telah dianggap wajar oleh masyarakat.
2. **Perikanan air tawar.** Pengusaha perikanan ikan tawar menyaliasi proses pembibitan di daerah lain, yaitu Kecamatan Singaparna yang cukup jauh dari Kecamatan Sukaratu. Hal ini disebabkan daerah diluar Kecamatan Sukaratu masih memiliki sumber pengairan yang jernih dan bisa dimanfaatkan dalam proses penanaman awal telur-telur ikan. Selain itu, jenis ikan yang dibiakkan di wilayah Kecamatan Sukaratu adalah bibit ikan yang cukup resisten terhadap air berlumpur seperti mujair, dan ikan patin serta meninggalkan jenis ikan yang tidak

---

dapat bertahan di air yang cukup keruh.

3. **Regenerasi penambang lokal.** Kehadiran aktivitas penambangan yang cukup lama di wilayah ini menyebabkan masyarakat banyak yang bergantung pada usaha penambangan. Hal ini tidak lain karena jaminan pendapatan harian lebih pasti dibandingkan usaha pertanian dan perikanan yang mulai terganggu dengan pencemaran air sungai. Sehingga, generasi muda di wilayah ini banyak yang mengikuti jejak orang tua yang melakukan usaha di penambangan pasir tradisional. Selain itu, menjadi buruh perusahaan tambang pasir dan membuka usaha pengolahan pasir cor seperti pembuatan beton, genteng dan lain sebagainya.
4. **Diversifikasi Sektor Ekonomi.** Diversifikasi kehidupan merupakan sebuah strategi kepala keluarga dalam mengurangi kerentanan ekonomi (Fitriani, 2023). Sektor ekonomi yang paling berdampak di wilayah ini adalah pertanian dan perikanan air tawar, meski begitu masyarakat beradaptasi dengan merambah ke sektor industri kecil seperti berdagang makanan, berdagang pakaian, kriya, bengkel, warung sembako dan lain sebagainya.

5.

## **KESIMPULAN**

Kerangka POET dalam menganalisis sistem kehidupan masyarakat dapat menggambarkan bagaimana keterhubungan dinamika penduduk, bentuk dan kebijakan organisasi dan kelembagaan, dampak lingkungan dan pemanfaatan teknologi dapat mempengaruhi pada kondisi lingkungan di Kawasan penambangan pasir di Gunung Galunggung. Keberlanjutan ekologis yang terancam akibat aktivitas pertambangan pasir berpengaruh pada keberlanjutan sistem kehidupan masyarakat lokal di wilayah pertambangan. Krisis air bersih yang terjadi mengubah strategi nafkah masyarakat. Hal ini kemudian berdampak pada masyarakat sekitar lebih banyak keluar daerah untuk mencari pekerjaan sebagai buruh. Banyak petani sawah banyak yang menjual tanahnya kepada perusahaan tambang karena tidak lagi dapat beroperasi akibat kekeringan dan kekurangan air. Selain itu, pengusaha ikan tawar mengalami berbagai kerugian akibat kondisi air yang mengandung limbah lumpur berdampak buruk bagi indukan, proses pertumbuhan ikan, dan hasil yang diperoleh. Sedangkan rumah tangga bagi kaum ibu, kemampuan finansial semakin terancam karena kebutuhan keluarga semakin semakin

---

meningkat oleh kebutuhan air bersih, pembelian galon air untuk konsumsi dan pembelian beras karena tidak lagi memiliki sawah.

## DAFTAR PUSTAKA

Arrasyida, Raihani Alfiatush. 2022. “Strategi Penghidupan Dan Resiliensi Nafkah Rumah Tangga Petani Di Kawasan Banjir.”

Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya. 2022. *Kecamatan Sukaratu Dalam Angka 2022*.

Dharmawan, Arya Hadi. 2007. “Sistem Penghidupan Dan Nafkah Pedesaan.” *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, Dan Ekologi Manusia* 1(2):169–92.

<https://doi.org/10.22500/sodality.v1i2.5932>

Fitriani, and Dedi Supriadi Adhuri. 2023. “Kemiskinan Dan Strategi Penghidupan Nelayan Kecil Di Tanjung Kait, Banten.” *Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 171–131. 18(1), 113.

<https://doi.org/10.15578/jsekp.v18i1.12364>

Hapsari, T. A., Dharmawan, A. H., & Sita, R. 2024. Hutan Rakyat dalam Sistem Penghidupan Rumah Tangga Petani dan Peranannya dalam Industri Penggajian Kayu di Pedesaan: Studi Kasus Desa Prigi, Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 8(01), 14–28.  
<https://doi.org/10.29244/jskpm.v8i01.1280>

Kurniawan, Tonny Firman. 2015. “Daya Dukung Sumberdaya Alam Dalam Pemenuhan Kebutuhan Dinamika Pertumbuhan Ekonomi Dan Penduduk Jawa Barat.” *IPB - Tesis* 1– 81.

Nurpadilah, Irena, et al. 2024. “Analisis Dampak Penambangan Bukit Sepuluh Ribu Terhadap Masyarakat Kelurahan Cigantang.” 2(2):56–62.

Siegel & Swanson. 2004.

*David\_a.\_Swanson\_Jacob\_S.\_Siegel\_the\_Methods\_and\_Materials\_of\_Demography\_Second\_Edition\_2004.*

---

Suherman, D. W. 2015. “Kajian Perubahan Kondisi Lahan, Air, Sosial Dan Ekonomi Akibat Penambangan Pasir Di Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya.” (Journal of Natural Resources and Environmental Management), 5(2), 99–105.  
<https://doi.org/10.19081/jpsl.2015.5>

.2.99

Muslim, I. W. 2019 Desember 4. Warga Tawangbanteng Keluhkan Pekatnya Lumpur Aliran Sungai. Ayotasik.com. [Diakses 19 Desember 2020].  
<https://www.ayotasik.com/read/2019/12/04/3817/warga-tawangbanteng-keluhkan-peatnya-lumpur-aliran-sungai>

Putra, D. F., Wardani, N. R., Suprianto, A., & Triwahyudianto. 2024. MODEL STRATEGI PENGHIDUPAN BERKELANJUTAN MASYARAKAT DALAM PELESTARIAN HUTAN DESA ORO-ORO OMBO KOTA BATU.

*jurnal.univpgri-palembang.ac.id*.  
<https://doi.org/10.31851/swarnabhu>  
[mi.v9i1.13285](https://doi.org/10.31851/swarnabhu)

<https://doi.org/10.31851/swarnabhu>

Sunito, M. A. (2018). *BATAS POLITIK*

*IDENTITAS ETNIS Teritorialisasi Tandingan dan Migrasi Frontier di Desa Pegunungan Sulawesi Tengah* (MA tesis). Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/94915>

Transmedia. 2020 Februari 18. Indonesiaku: Dilemma Tambang Pasir Kaki Galunggung Part 1-3. Trans7 Official. [Diakses 17 Desember 2020].  
[https://www.youtube.com/watch?v=PIQ-HzGIkPY&ab\\_channel=TRANS7OFFICIAL](https://www.youtube.com/watch?v=PIQ-HzGIkPY&ab_channel=TRANS7OFFICIAL)

## **Rasisme dan Gender dalam Game Online: Interseksi Diskriminasi dalam Komunitas Virtual**

Husniyah<sup>1</sup>, Finza Komala Jesica<sup>2</sup>, Junisa Berliana Putri<sup>3</sup>, Alzaidan Achmad Dafa<sup>4</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3,4</sup>

[24041184001@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184001@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [24041184057@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184057@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>,  
[24041184198@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184198@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>, [24041184008@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184008@mhs.unesa.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstrak:** Studi ini melihat bagaimana rasisme dan diskriminasi gender berinteraksi dalam game online dan bagaimana keduanya berinteraksi satu sama lain dan bagaimana pengalaman pemain dalam komunitas virtual. Memanfaatkan pendekatan interseksional dalam situs game online, analisis konten rasisme dan diskriminasi dari berbagai postingan di media sosial seperti Tiktok, Facebook, X dan Thread. Serta wawancara mendalam dengan pemain game online sekitar 15 pemain dalam waktu wawancara sekitar 10-15 menit per orang. Makalah ini mengungkapkan bagaimana stereotip gender dan rasial seringkali diperkuat dalam lingkungan permainan online, yang menghalangi kelompok termarginalisasi untuk berpartisipasi. Hasil menunjukkan bahwa untuk memahami dan mengatasi kompleksitas diskriminasi dalam ruang virtual ini, pendekatan interseksional diperlukan. Dan upaya dalam mencegah diskriminasi serta dampak pada korban yang kami dapatkan dari analisis konten dan wawancara mendalam. Pada kesimpulan, kami juga menyarankan metode untuk menciptakan permainan yang lebih inklusif.

**Kata Kunci:** rasisme gender, interseksional, game online

### **PENDAHULUAN**

Industri game online telah berkembang dengan cepat dalam beberapa dekade terakhir, membentuk ruang virtual yang luas di mana jutaan pemain dari berbagai latar belakang berinteraksi setiap hari. Video game yang memiliki narasi yang kuat semakin populer di kalangan pengembang game. Menurut Wibowo dan Limanda (2020), banyak permainan dibuat berdasarkan masalah dunia dalam ceritanya. Game online adalah permainan yang dimainkan di komputer atau gawai yang disukai oleh remaja, anak-anak, dan orang dewasa. Mereka memiliki efek positif apabila dimainkan secara teratur karena dapat digunakan sebagai sarana hiburan, menghilangkan stres, dan juga sebagai cara untuk mengisi waktu luang (Winanda et al., 2022). Semua tujuan game online akan berbeda jika Anda memilih game dengan tema kekerasan, yang dapat didefinisikan sebagai game online dengan elemen medan pertempuran atau perang, yang memungkinkan pemain menggunakan berbagai senjata untuk membunuh dan menghancurkan (Markey, 2010).

Namun, di balik peningkatan dan popularitas yang luar biasa ini, komunitas game online juga menunjukkan dan kadang-kadang memperkuat ketimpangan sosial yang ada di dunia nyata. Dua masalah sosial yang sudah lama ada, seksisme dan rasisme, telah mengambil bentuk baru di dunia digital saat ini. Fredman (2016) menyatakan bahwa rasisme adalah bentuk hubungan kontrol dan penyerahan, semacam kedengkian terhadap kelompok ras lain untuk mempertahankan derajat mereka, yang dilegitimasi oleh keyakinan mereka bahwa kelompok ras lain lebih rendah, kotor, dan tidak manusiawi.

Dalam game online, rasisme dapat dimanifestasikan dalam berbagai bentuk, mulai dari perilaku rasis pemain hingga representasi stereotip karakter non-kulit putih. Berdasarkan kasus ini, perempuan mengalami pengalaman yang berbeda di setiap etnis golongan warna kulit. Ochefu (2021) menyatakan bahwa perempuan kulit hitam mengalami rasisme tertinggi, sedangkan perempuan kulit putih mengalami seksisme. Sebaliknya, diskriminasi gender dalam permainan telah menjadi subjek banyak penelitian. Pada kenyataannya, stereotipe bahwa game online hanya ditujukan untuk laki-laki terus ada. Ini dapat berasal dari perbandingan antara pemain laki-laki dan perempuan, di mana perempuan tetap menjadi kelompok minoritas, dan perempuan digambarkan sebagai orang luar dan minoritas dalam budaya game online (Tang et al., 2020). Salah satu konsekuensi dari perbedaan ini adalah cara para pemain perempuan diperlakukan, seperti mendapatkan pelecehan atau pelecehan, terutama pelecehan seksual. Pemain yang bukan laki-laki sering dilecehkan oleh pemain lain. Ini terutama berlaku dalam permainan internet (Gray, 2014; Nakamura, 2012; Salter & Blodgett, 2012). Pemain perempuan, menurut laporan Cote (2017), berbicara tentang masalah sehari-hari mereka, terutama saat bermain video game online.

Pelecehan seksual, komentar sugestif atau diskriminatif, pemaksaan seksual, dan perilaku lain yang menargetkan seseorang berdasarkan jenis kelaminnya disebut sebagai pelecehan seksual (Pina et al., 2009). Dalam video game online, bentuk pelecehan seksual termasuk lelucon seksis (lelucon seksual), hinaan seksis (hinaan seksual), rayuan seksual yang tidak diinginkan, lelucon pemerkosaan (lelucon pemerkosaan), dan komentar tentang penampilan pemain perempuan (Fox & Tang, 2014).

Rasisme dan seksisme dalam dunia permainan menciptakan pengalaman yang unik dan sering

kali lebih menantang bagi pemain yang termasuk dalam berbagai kategori termarginalisasi. Meskipun kesadaran akan masalah ini telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir dan beberapa upaya telah dilakukan untuk membuat komunitas gaming lebih inklusif, masalah ini masih ada. Faktor risiko untuk meningkatkan perilaku agresif sehari-hari, seperti perasaan gelisah dan jengkel, adalah kebiasaan bermain game dengan genre kekerasan dengan tema kompetitif (Greitemeyer, 2014).

Game online memiliki peran penting dalam budaya modern dan dapat memfasilitasi interaksi sosial dan pembentukan identitas. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami dan mengatasi masalah rasisme dan seksisme dalam konteks ini. Tujuan dari makalah ini adalah untuk mempelajari hubungan antara rasisme dan diskriminasi gender dalam game online, bagaimana antara rasisme dan diskriminasi berinteraksi dan bagaimana pengalaman pemain dalam komunitas virtual dapat saling mempengaruhi. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kompleksitas diskriminasi di ruang virtual ini dan menyarankan metode untuk membuat lingkungan permainan yang lebih adil dan inklusif bagi semua pemain. Penelitian ini menggunakan pendekatan interseksional.

## **METODE**

Melalui pendekatan interseksional, studi ini akan melihat bagaimana pengalaman pemain game online dipengaruhi oleh perpotongan beberapa identitas, seperti perempuan seringkali menghadapi diskriminasi gender dalam forum game karena kepayahan mereka bermain dalam tim. Dan Etnisitas dimana perempuan dari latar belakang etnis tertentu mungkin menghadapi rasisme dan diskriminasi budaya seperti etnis China yang sering diolok lemah, atau etnis Jawa yang sering berkata kotor.

Peneliti telah melakukan wawancara mendalam dengan pemain game online dari berbagai latar belakang untuk menggali pengalaman mereka. Analisis data akan fokus pada apa saja faktor penyebab pemain membawa ras, budaya, dan gender sebagai pelampiasan saat bermain game online dan bagaimana tanggapan dari para korban yang kerap mendapatkan perlakuan tersebut.

Studi ini menggunakan metode kualitatif yang melibatkan wawancara mendalam. Metode ini dipilih karena akan memberikan pemahaman yang luas dan mendalam tentang situasi

kehidupan pemain yang menghadapi diskriminasi interseksional. Sasaran narasumber kami adalah sepenuhnya berfokus pada gamers aktif. Sebuah wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan lima belas pemain dari berbagai ras dan gender. 10 di antaranya sedang bermain game mobile legend, sedangkan 5 lainnya sedang bermain game free fire. Peserta yang dipilih adalah 10 perempuan dan 5 laki-laki, tidak ada ras yang dipilih. Wawancara ini dilakukan serentak pada tanggal 5 Oktober 2024. Wawancara dilakukan setiap sepuluh hingga lima belas menit untuk setiap anak dan membahas hal-hal seperti pengalaman diskriminasi, strategi untuk mengatasi, dan persepsi tentang inklusi dalam komunitas permainan.

Kita juga menggunakan teknik analisis konten selain wawancara. Peneliti ingin melihat bagaimana media sosial digunakan untuk menyebarkan ujaran kebencian terhadap pelaku diskriminasi dan rasisme. Pertama, kami melakukan pencarian dengan kata kunci seperti "ujaran kebencian", "stereotipe", dan "rasisme game online". Kemudian, kami membaca setiap postingan dan menandai komentar kritis dari para netizen. Setelah itu, kami akan mengumpulkan komentar dari berbagai postingan di berbagai platform seperti Youtube, Thread, Tiktok, dan X. Kami akan menerapkan temuan dari upaya di atas dan menentukan bagaimana media sosial digunakan untuk menyebarkan ujaran kebencian dan bagaimana hal ini dapat berdampak pada persepsi publik terhadap pelaku rasisme dan diskriminasi game online. Sampel purposive dari thread dan postingan yang berkaitan dengan isu rasisme dan seksisme dianalisis menggunakan kerangka kerja analisis tematik. Ini memungkinkan identifikasi tema-tema kunci dan pola dalam diskusi komunitas tentang diskriminasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasisme dan seksisme dalam game online muncul dalam berbagai bentuk, sering kali lebih halus dan tersembunyi dibandingkan dengan interaksi dunia nyata. Fokus penelitian ini adalah konsekuensi dari perbedaan bagaimana cara para pemain diperlakukan, seperti pandangan lelaki yang menganggap para perempuan itu lemah, sehingga mereka dapat melakukan pelecehan, tak terkecuali pelecehan seksual.

### **Manifestasi Rasisme dan Seksisme**

Menurut analisis konten game, stereotip rasial dan gender masih ada dalam desain karakter. Seringkali, orang non-kulit putih digambarkan dengan cara yang mendukung stereotip yang

---

buruk tentang mereka, seperti orang kulit hitam yang digambarkan sebagai agresif atau orang Asia yang terlalu seksual. Terlepas dari ras, karakter perempuan sering digambarkan dengan proporsi tubuh yang tidak realistis dan pakaian yang terlalu seksi, bahkan dalam situasi yang tidak sesuai. Salah satu netizen berkomentar : "Setiap kali saya berbicara di voice chat, saya langsung mendapat komentar tentang bagaimana saya pasti 'gadis Asia yang imut' atau lelucon tentang kemampuan matematika saya. Itu sangat menjengkelkan."

Dalam metode analisis kualitatif berupa wawancara mendalam, fokus pertanyaan yang kami ajukan berpacu pada bagaimana mereka bisa mendapatkan diskriminasi tersebut dan bagaimana dampak yang dirasakan. Beberapa pemain perempuan yang kerap mendapatkan perilaku tersebut menyimpulkan bahwa perempuan kerap dihina, diejek karena laki-laki berpikir bahwa perempuan itu lemah, hanya beban. Tak sampai di situ, apabila emosi lelaki sedang dalam tingkat tinggi, barulah bisa menyinggung ras, gender, dan budaya. Contohnya, "Cewe itu beban, dari China lagi memang tahu apa kamu. Memang dasarnya cupu". Pelecehan verbal yang menargetkan ras dan gender sangat umum, menurut wawancara yang dilakukan dengan pemain. Tanggapan mereka sebenarnya biasa saja, namun ada kalanya pernah sakit hati apabila kalimat yang dikeluarkan sangat kotor/jorok dan menyinggung perihal keluarga.

Melalui wawancara mendalam yang kami lakukan secara langsung, berdasarkan pengalaman pemain, rasisme atau diskriminasi interseksional ini dapat terjadi karena adanya prasangka dari lawan yang sudah terbentuk sebelumnya akan suatu golongan tertentu. Misal, ras Madura yang dianggap jemet dan tak handal dalam bidang apa pun termasuk bermain game. Sehingga apabila diketahui bahwa ada salah satu warga dari ras Madura, sekali melakukan kesalahan bisa diungkit sedalam-dalamnya. Selain itu, ada stereotip tentang suatu kelompok padahal sering kali pernyataan tersebut tidak akurat. Dalam pendekatan interseksional ini, memperjelas bahwa beberapa oknum telah jelas melakukan berbagai jenis diskriminasi seperti diskriminasi ras, gender, agama, usia dan budaya.

## **KESIMPULAN**

Penelitian kami menggunakan pendekatan interseksional menemukan bahwa rasisme dan diskriminasi pada situs game online masih sangat umum dan dinormalisasikan oleh individu tertentu. Menurut analisis konten yang telah kami lakukan, media sosial telah memainkan peran

yang signifikan dalam membantu para korban bersuara. Namun, sejauh analisis kami, belum ada tindakan dari pemerintah untuk menangani masalah ini. Ini karena kemampuan mereka untuk bermain dengan cara anonim, yang memungkinkan mereka bertindak tanpa konsekuensi langsung.

Korban rasisme dan diskriminasi pasti akan terkena dampak, apakah itu kecil atau besar. Diskriminasi dan rasisme, baik yang dilakukan secara sengaja atau pun tidak sengaja, tentu akan berdampak pada korban. Pertama, diskriminasi dapat menyebabkan kerusakan psikologis yang dapat menyebabkan stres, depresi, dan kecemasan. Kedua, diskriminasi juga dapat menyebabkan kekerasan fisik dan konflik. Di satu sisi, diskriminasi menyebabkan kerusakan psikologis, seperti stres, depresi, dan kecemasan. Di sisi lain, diskriminasi dapat menciptakan kesenjangan sosial antara kelompok masyarakat tertentu dan juga dapat menyebabkan kekerasan fisik dan konflik.

Studi kami bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pemain terhadap bahaya diskriminasi dan pentingnya kesetaraan. Selain itu, rekomendasi kami untuk menghentikan diskriminasi termasuk menumbuhkan kesadaran untuk menghargai perbedaan. Selain itu, kami menyarankan cara agar lingkungan permainan menjadi lebih adil dan inklusif bagi semua pemain. Salah satunya adalah menerapkan aturan anti-rasisme dan anti-diskriminasi pada setiap situs game online, dengan membuat fitur yang dapat mengidentifikasi kata atau kalimat yang diucapkan oleh para pemain. Berikan peringatan kepada mereka yang melanggar, dan blokir pengguna yang terus-menerus bertindak buruk. Kami juga menyarankan setiap pemain game online untuk mengisi formulir pendaftaran. Jadi, meskipun orang di luar dapat menggunakan nama samaran, pihak yang berwenang dapat mengakses data kapan saja dibutuhkan. Dengan cara ini, kami percaya dapat membuat permainan yang lebih inklusif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Wibowo, T., & Limanda, K. (2020). Penggunaan Naratif Dalam Video Game Sebagai Media Edukasi Isu Dunia: Studi Kasus Detroit Become Human. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(2), 1-7.

- Winanda, N., Nurwahidin, M., & Yusmansyah. (2022). Hubungan Regulasi Emosi Dengan Intensitas Bermain Game Online Pada Siswa Kelas Xi Di Sma Negeri 2 Kalianda Tahun Ajaran 2020/2021. 2(1), 93–101
- Markey, P. M., & Markey, C. N. (2010). Vulnerability to Violent Video Games: A Review and Integration of Personality Research. *Review of General Psychology*, 14(2), 82–91. <https://doi.org/10.1037/a001900>
- Fredman, S. (2016). Emerging from the shadows: Substantive equality and article 14 of the European convention on human rights. *Human Rights Law Review*, 16(2), 273-301.
- Ochefu, A. (2021, Mei 5). The history of intersectionality and the Black feminists behind it. Diakses melalui <https://assembly.malala.org/stories/the-history-of-intersectionalityand-the-black-feminists-behind-it>
- Tang, W. Y., Reer, F., & Quandt, T. (2020). Investigating Sexual Harassment in Online Video Games: How Personality and Context Factors Are Related to Toxic Sexual Behaviors Against Fellow Players. *Aggressive Behavior*, 46(1), 127–135. <https://doi.org/10.1002/ab.21873>
- Gray, K. L. (2014). *Race, Gender, and Deviance in Xbox Live: Theoretical Perspectives from the Virtual Margins*. New York, NY: Routledge.
- Nakamura, L. (2012). “It’s a Nigger in Here! Kill the Nigger!”: User-Generated Media Campaigns Against Racism, Sexism, and Homophobia in Digital Games. In A. N. Valdivia (Ed.), *The International Encyclopedia of Media Studies* (Vol. 5, pp. 2–15). Malden, MA: WileyBlackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems159>
- Salter, A., & Blodgett, B. (2012). Hypermasculinity & Dickwolves: The Contentious Role of Women in the New Gaming Public. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3), 401–416. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.705199>
- Cote, A. C. (2017). “I Can Defend Myself”: Women’s Strategies for Coping With Harassment While Gaming Online. *Games and Culture*, 12(2), 136–155. <https://doi.org/10.1177/1555412015587603>

- 
- Pina, A., Gannon, T. A., & Saunders, B. (2009). An Overview of the Literature on Sexual Harassment: Perpetrator, Theory, And Treatment Issues. *Aggression and Violent Behavior*, 14(2), 126–138. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2009.01.002>
- Fox, J., & Tang, W. Y. (2014). Sexism in Online Video Games: The Role of Conformity to Masculine Norms and Social Dominance Orientation. *Computers in Human Behavior*, 33, 314–320. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.014>

## **Budaya Korea dan Trend *Fashion Unisex* pada Penggemar BTS**

**Nur'aini Inayah<sup>1</sup>, Eufrasia Kartika Hanin Putri<sup>2</sup>, Putri Dwi Permata Indah<sup>3</sup>**

**Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>**

[nurainiinayah@unesa.ac.id](mailto:nurainiinayah@unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [eufrasahanindraputri@unesa.ac.id](mailto:eufrasahanindraputri@unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [putriindah@unesa.ac.id](mailto:putriindah@unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Fashion atau mode pakaian selalu mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan fashion ini dipengaruhi oleh berbagai hal, baik kebutuhan industri maupun perubahan sosial budaya masyarakat. Budaya Korea melalui BTS menjadi salah satu kiblat perkembangan fashion di kalangan penggemarnya. Bahkan fashion yang digunakan BTS tidak sekedar peniruan gaya berpakaian. Namun juga merepresentasikan pandangan gender penggemar BTS terhadap trend fashion khususnya fashion Unisex. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana bentuk trend fashion unisex pada kalangan penggemar BTS. Serta bagaimana bentuk peniadaan gender melalui fashion unisex pada penggemar BTS. Peneliti menganalisis data temuan menggunakan teori undoing gender yang dicetuskan oleh Judith Butler. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa bentuk trend fashion unisex yang terjadi pada kalangan penggemar BTS ditunjukkan dengan proses imitasi busana serta aksesoris idolnya. Penggemar BTS meniru cara berpakaian idol BTS yang menjadi biasanya. Fenomena ini bukan hanya sekedar imitasi busana, akan tetapi juga menunjukkan adanya pemahaman peniadaan gender pada kalangan penggemar BTS. Mereka tidak memperlakukan gender dari idolnya, disisi lain hanya melihat trend fashion yang sedang berkembang. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini bahwa trend fashion unisex bukan hanya bentuk peniruan dari penggemar namun juga menunjukkan pandangan mereka tentang gender.

**Kata Kunci:** Korea, Fashion, Unisex, BTS

### **PENDAHULUAN**

*Fashion* atau mode pakaian selalu mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan *fashion* ini dipengaruhi oleh berbagai hal, baik kebutuhan industri maupun perubahan sosial budaya masyarakat. Manusia sebagai makhluk berbudaya selalu mengalami perubahan dalam hal pemikiran maupun kreativitas hasil karya (Lestari, 2019). Melalui kemampuan tersebut, ada bagian terkait dengan perjalanan sejarah dan perkembangan mode busana di dunia. Pada zaman pra-sejarah, manusia menciptakan pakaian untuk melindungi dirinya dari alam. Namun, sekarang pakaian tidak hanya berfungsi untuk melindungi diri. Melainkan menunjukkan nilai dan status yang mereka miliki. Pakaian yang melekat pada diri seseorang dapat

---

merepresentasikan siapa dirinya. Hal ini tidak lepas dari pengaruh modernisme dan juga media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

*Trend fashion* yang ada dalam masyarakat banyak dipengaruhi oleh perubahan *fashion* dunia barat (Nagpal et al., 2023). Seringkali penata busana dari negara-negara barat menciptakan trend berbusana sesuai dengan wacana yang ingin mereka angkat. Kimberly Chrisman (2015) dalam tulisannya mengungkapkan bahwa department store di London sengaja membuat pameran busana *Unisex* sebagai bentuk ekspresi untuk membongkar dominasi gender. Hal ini menunjukkan adanya wacana nilai yang ingin disampaikan oleh perancang busana berkaitan dengan gender. Bahwa pakaian *unisex* bukan hanya sekedar perkembangan mode pakaian, akan tetapi memiliki arti sendiri bagi gerakan gender (Chrisman-Campbell, 2015).

Jill Forshee (2006) dalam bukunya yang berjudul *Culture and Customs of Indonesia* menerangkan bahwa mode *fashion* yang ada dalam masyarakat Indonesia dipengaruhi oleh berbagai hal, di antaranya adalah status dan tempat tinggal. Pada masyarakat kepulauan, kain tenun yang dibuat oleh perempuan merupakan simbol pakaian terhormat. Sedangkan pada masyarakat kota, *fashion* telah dipengaruhi oleh berbagai kebudayaan populer. Kebudayaan populer tersebut berkiblat pada negara barat dan Amerika yang mengutamakan hiburan (Forshee, 2006). *Trend fashion* tersebut kemudian dipopulerkan oleh media dan ditiru oleh masyarakat kota. Hal tersebut membentuk kebudayaan *fashion* dalam masyarakat.

Kiblat *fashion* dari negara barat tidak hanya dianut oleh masyarakat Indonesia, akan tetapi juga memengaruhi trend *fashion* negara dunia ketiga seperti negara Korea. Korea dengan persebaran budayanya yang belakangan masif tidak murni menyebarkan kebudayaan yang mereka miliki. Akan tetapi kebudayaan tersebut merupakan bentuk *transcultural* atau budaya campuran dari Korea dan budaya populer. Kebudayaan Korea tidak hanya mengubah sudut pandang hiburan dalam masyarakat. Namun sekaligus mengubah selera makanan dan trend *fashion* masyarakat.

Sejauh ini, media sosial terutama media hiburan memang sangat berperan terhadap perubahan pandangan masyarakat terhadap suatu nilai. Perubahan pandangan masyarakat terhadap suatu nilai akan berdampak pula pada perubahan perilaku yang mereka lakukan. Penelitian yang dilakukan oleh M.T & Irwansyah (2020) menjelaskan bahwa melalui sosial media khususnya yang berbasis teknologi audiovisual persebaran budaya Korea lebih mudah

diterima masyarakat terutama pada generasi muda. Melalui media tersebut banyak peniruan yang dilakukan oleh generasi muda. Selain itu, mereka berpikir bahwa budaya Korea merupakan satu kiblat kebudayaan yang patut untuk ditiru (M.T & Irwansyah, 2020). Dalam hal penampilan, generasi milenial cenderung berkiblat pada artis Korea. Penelitian yang dilakukan oleh M.T & Irwansyah (2020) hanya menyoroti perubahan perilaku generasi muda yang lebih berkiblat pada budaya Korea dikarenakan penggunaan audiovisual.

Penelitian lain yang telah memfokuskan pada salah satu *boyband* asal Korea Selatan adalah penelitian yang dilakukan oleh Safina & Kusumandyoko (2020). Pada penelitian tersebut, peneliti memfokuskan kajian pada *boyband* BTS. Safina & Kusumandyoko (2020) menjelaskan bahwa penampilan BTS pada foto konsep album Love Your Self: Answer versi S merupakan bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity*. Selain itu, member BTS juga mencoba menampilkan diri dengan tema *New Romantic* (laki-laki dengan gaya flamboyan). Sehingga sisi maskulin dan feminim tetap terlihat dan menarik perhatian penggemar (Safina & Kusumandyoko, 2020). Analisis data dilakukan dengan cara melihat tanda-tanda dari setiap foto pada album Love Your Self: Answer versi S.

Yasa (2021) juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa video musik *boyband* BTS merupakan salah satu bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity*. Bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity* dilakukan dengan menampilkan adegan yang menunjukkan sisi feminim dari setiap member. BTS juga tidak ragu tampil dengan menggunakan *make up* serta aksesoris yang bias gender/*unisex* (Yasa, 2021). Penelitian tersebut tidak terlalu dalam menjelaskan tentang apa yang dimaksud dengan aksesoris *unisex* BTS.

Tren Fashion Unisex yang ada di Korea Selatan mulai muncul sejak tahun 1970-an. Tren ini merupakan bentuk perlawanan kaum feminis terhadap ketidak setaraan gender. Lambat laun, tren fashion Unisex juga diadopsi oleh seniman terutama seniman K-Pop (Park & Thanommongkol, 2021). Tren fashion Unisex kemudian menjadi salah satu kampanye idol-idol K-Pop tentang kesetaraan gender. Berdasarkan beberapa data tersebut, peneliti ingin melihat lebih dalam tentang bagaimana trend *fashion unisex* yang terjadi pada kalangan penggemar BTS serta sejauh mana hal tersebut menciptakan peniadaan gender pada penggemar BTS.

---

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih untuk melihat secara mendalam pengalaman informan berkaitan dengan fashion Unisex. Peneliti mencoba mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, serta studi literasi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti mengumpulkan data berupa gambar dan verbal untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data gambar didapatkan dari akun Instagram kemudian gambar diterjemahkan sebagai bentuk wacana yang dibawa oleh BTS pada penggemarnya. Peneliti juga melihat respon pada kolom komentar yang postingan akun *fanbase* BTS untuk melihat sejauh mana respon penggemar terhadap idolnya.

Data yang diperoleh diolah dan dianalisis menggunakan perspektif teori *undoing* gender Judith Butler. Butler mengungkapkan bahwa gender merupakan suatu bentuk konstruksi sosial yang ada dalam masyarakat. Seorang individu mengidentifikasi gendernya berdasarkan apa yang ia lihat dan pelajari dari lingkungannya. Hal ini dianggap sering menyebabkan ketimpangan gender dengan kasus-kasus tertentu. Maka dari itu Butler menawarkan suatu konsep peniadaan gender (*undoing gender*) (Butler, 2007).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Trend Fashion Unisex pada Penggemar BTS**

*Hallyu* atau Korean Wave merupakan gelombang persebaran budaya Korea secara internasional dan telah diterima oleh masyarakat di seluruh dunia (Fachrosi et al., 2020). Gelombang Korea terbagi ke dalam beberapa bidang hiburan, di antaranya adalah K-Drama, K-Pop serta *Variety Show*. Ketiga bidang hiburan tersebut memberikan pengaruh yang signifikan pada kehidupan masyarakat, khususnya penggemar hiburan Korea. Pengaruh yang dapat dilihat adalah dalam penggunaan fashion serta produk-produk asal Korea. Trend penggunaan fashion pada penggemar Korea, kebanyakan berkiblat pada idol-idol Korea (Aulia Hillar Setyani & Muhammad Zakky Azhari, 2021). Selain itu, penjualan produk-produk asal Korea juga mengalami kenaikan yang signifikan.

Persebaran budaya Korea dimulai pada tahun 1992 dengan dibukanya hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan Thailand. Tahun-tahun selanjutnya, mulai banyak produksi drama dan musik asal Korea Selatan yang mendunia (Utama, 2021). Drama Korea dianggap berhasil menarik emosi penontonnya dengan menggambarkan ekspektasi sosial

negara berkembang, modernitas, dan kekuatan pasar global. Terdapat dua drama Korea yang berkontribusi pada kesuksesan fenomenal ini, yaitu 'Winter Sonata' and 'Daejangguem' (Jewel in the Palace). Selain itu, drama dari Korea Selatan mulai mendapat berbagai penghargaan dari industri hiburan dunia (Jung, 2011). Kemudian, pada awal tahun 2000-an mulai muncul *boyband* H.O.T. Perkembangan selanjutnya terlihat dengan kemunculan *boyband* yang mampu meraih kesuksesan di negara-negara Eropa serta Amerika seperti *boyband* BigBang, Super Junior, EXO, 2PM, Wanna One, BTS, dan *girlband* Black Pink (Utama, 2021).

*Boyband* Korea Selatan yang muncul di antara tahun 2000 – 2005 menampilkan sisi maskulin melalui penggunaan kostum berwarna gelap. *Boyband* yang muncul pada tahun 2000-an di antaranya TVXQ dan Big Bang dengan penampilan yang maskulin serta genre musik Hip-Hop (Nadhiroh, 2018). Periode selanjutnya barulah muncul laki-laki dengan sifat *softmasculin* atau laki-laki yang menampakkan sisi feminim. Indikator dari sifat *softmasculine* ditunjukkan dengan sikap penyayang, berkulit putih, serta penggunaan aksesoris yang feminim. Bentuk maskulinitas yang ditampilkan oleh idol Korea tersebut merupakan bentuk hibridasi antara budaya transkultural, nasional serta kebudayaan yang spesifik. Hasilnya berupa kebudayaan populer baru yang identik dengan negara Korea Selatan. Sebelum munculnya K-Pop, bentuk maskulinitas yang ada di negara Korea Selatan dipengaruhi oleh industri hiburan dari Jepang. Mengingat negara Korea Selatan merupakan salah satu negara jajahan Jepang pada masa kolonial (Jung, 2011).

BTS (*Bangtan Sonyeondan*) adalah satu *boyband* asal Korea Selatan yang beranggotakan tujuh *member*. Tujuh *member* tersebut di antaranya adalah Kim Nam-joon (RM), Park Ji-min (Jimin), Joen Jung-kook (Jung-kook), Kim Tae-hyung (V), Kim Soek-jin (Jin), Min Yoon-gi (Suga), serta Jung Ho-Soek (J-Hope). *Boyband* BTS debut (pertama kali dikenalkan sebagai idol) pada tahun 2013. Mereka berasal dari agensi bernama Big Hit Entertainment yang didirikan oleh Bang Si Hyuk. Dibandingkan dengan agensi yang lain seperti SM, YG dan JYP, Big Hit Entertainment termasuk dalam agensi kecil pada tahun 2013 (Jeeheng, 2019).

BTS mengalami transformasi dari tahun awal debut pada tahun 2013 hingga tahun 2022 sebelum mengalami *hiatus* (masa istirahat). Pada awal kemunculannya BTS mencitrakan diri sebagai *boyband* dengan pandangan maskulin. Seiring berjalannya waktu dengan wacana dunia yang berubah, BTS mengubah sudut serta tampilan mereka menjadi lebih *softmasculine*. Awal muncul, BTS hadir dengan corak *hardmasculine* melalui tema lagu dan penampilannya. Seluruh komponen yang mereka tampilkan seperti tema album dan gaya fashion menunjukkan

---

adanya karakter *hardmasculine*. Sedangkan mulai tahun 2017, BTS menunjukkan adanya perubahan tema menuju *softmasculine*.

Pada penelitian sebelumnya, peneliti menemukan perbedaan perubahan tema BTS dalam album mereka (lirik lagu, tema *costums*, gerakan *dance*, dan tema album). Hal tersebut dapat diperdalam dengan melihat fashion yang digunakan *member* BTS dalam kehidupan sehari-hari melalui *variety show* dan akun media sosial mereka. Peneliti menemukan adanya penggunaan pakaian *Unisex* pada *member* BTS. Pakaian *Unisex* sendiri merupakan jenis pakaian yang bisa digunakan oleh laki-laki dan perempuan. Pakaian ini mulai dikenal pada tahun 1960-an ketika salah satu desainer merancang sejenis legging dan tunik jersey bagi laki-laki.

Fashion selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu, baik fashion untuk perempuan ataupun laki-laki. Menurut McNeil (2023), fashion laki-laki selalu mengalami perubahan. Perubahan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh gaya dan juga inovasi desainer. Namun, perubahan fashion laki-laki juga dipengaruhi oleh era politik yang ada pada suatu negara (McNeil, 2023). Pada tulisannya yang berjudul *Men's Fashion*, McNeil menerangkan bahwa setiap masa pemerintahan yang ada di Italia sangat memengaruhi gaya berpakaian laki-laki. Bahkan pada masa penjajahan di Italia, laki-laki yang sering berkumpul dengan wanita akan dianggap menyimpang oleh masyarakat. Mereka dilarang menggunakan dress dan pakaian-pakaian tertentu.

Mulai abad 20 gaya berpakaian laki-laki cenderung berubah. Hal ini juga dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya adalah mulai munculnya wacana perjuangan kaum minoritas gender. Mereka mengampanyekan wacana tersebut melalui fashion dan juga hiburan seperti musik serta tarian. Wacana tersebut kemudian ditangkap oleh agen hiburan dan dijadikan sebagai modal untuk menghasilkan karya. Seperti yang dilakukan oleh *boyband* BTS dan agensinya. Secara umum, mereka melihat adanya beberapa kaum yang termarginalkan dalam masyarakat kemudian menciptakan karya dengan ekspresi mendukung mereka. Hal ini memang tidak berarti bahwa mereka termasuk dalam kaum itu. Namun, karya yang mereka ciptakan dapat memengaruhi sudut pandang dan wacana bagi penggemarnya.

*Boyband* BTS yang semua terdiri dari laki-laki mulai mendobrak citra fashion laki-laki yang *masculine* menjadi *soft masculine*. Hal tersebut dapat dilihat dari tampilan fashion yang digunakan dalam *variety show* dan juga postingan pada akun sosial media agensi.



Gambar 1. Idol Jin menggunakan pakaian *Unisex*

Sumber: Akun Instagram @Jin

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa citra pakaian unisex yang digunakan oleh member BTS adalah pakaian dengan warna cerah. Member BTS yang merupakan keturunan ras kulit putih memiliki kecenderungan cocok menggunakan warna-warna cerah. Warna tersebut biasanya digunakan oleh perempuan, namun BTS muncul membongkar pelabelan warna tersebut. Hal ini sekaligus memberikan referensi pada fans BTS dalam mengatur pakaian yang mereka gunakan.

Selain warna, BTS juga memunculkan gaya baru melalui bahan yang digunakan pada pakaiannya seperti bahan kain bulu-bulu yang identik dengan perempuan serta musim dingin. BTS mencoba mendobrak itu dengan memakainya. Berdasarkan hal tersebut, terjadi sebuah perubahan sudut pandang dari penggemar BTS tentang fashion laki-laki. Mereka juga mendefinisikan laki-laki idamanya dengan sifat-sifat *softmasculine*. Sifat-sifat *softmasculine* didefinisikan dengan laki-laki yang ramah, bersih, dan cenderung *fashionable*. Penggunaan warna-warna cerah oleh laki-laki juga cenderung dimaklumi oleh penggemar BTS.

Tampilan lain yang ditonjolkan oleh member BTS yaitu menggunakan pakaian yang memang didesain untuk perempuan. Seperti yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Penggunaan baju perempuan oleh J-Hope

Sumber: Akun Instagram @bangtanoutfit7

Gambar di atas menunjukkan jenis baju yang digunakan oleh salah satu member BTS yaitu J-Hope. Ia mengenakan kemeja *unisex*. Mengenai hal ini penggemar banyak yang memuji penampilan J-Hope tersebut. Menurut penggemar tampilannya memukau dan ada kecenderungan penggemar untuk meniru gaya pakaian J-Hope. Penggemar BTS memang menjadikan idolnya sebagai kiblat dalam kehidupan. Baik cara berpakaian bahkan tidak jarang mereka mengidentifikasi dirinya sebagai idolnya.

Identifikasi diri sebagai idol sering dilakukan oleh penggemar BTS usia remaja. Mereka terobsesi menjadi sama dengan idol biasanya. Cara yang dilakukan adalah meniru semua sifat-sifat yang mereka tangkap dari idol *bias*. Termasuk cara berpakaian, berjalan, serta *gestur* badan. Tidak heran apabila idol Korea menjadi sumber daya bagi industri dalam menawarkan produk mereka. Jumlah penggemar yang cukup banyak dengan loyalitas yang tinggi menjadi daya tarik sekaligus pasar terbuka bagi berbagai produk. Terutama produk *fashion* dan kecantikan. Selain dua *member* di atas, *member* lain yang menggunakan pakaian *unisex* adalah Jimin. Seperti yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 3. Jimin mengenakan *outer* cerah dan feminin

*Sumber: Akun Instagram @bangtanoutfit7*

Jimin menggunakan *outer* yang bisa digunakan oleh perempuan maupun laki-laki. Dengan pemilihan warna yang cenderung netral sehingga tidak identik dengan gender-gender tertentu. Riasan wajah yang digunakan juga cenderung *soft*. Tidak heran saat ini banyak fans laki-laki yang mulai meniru riasan tersebut. Selain itu, penggemar laki-laki juga memiliki kecenderungan merawat tubuhnya menggunakan *skincare*. Hal ini tidak lagi tabu bagi mereka untuk rajin merawat diri. Seringkali *fansgirl* BTS memiliki kecenderungan menyukai laki-laki yang pandai merawat diri.

Peneliti melakukan wawancara dengan sejumlah informan untuk mengetahui sejauh mana mereka meniru penggunaan pakaian unisex. Berdasarkan hasil wawancara informan AD menjawab bahwa dia mengenal pakaian unisex dari idol BTS. Menurutnya, pakaian yang digunakan oleh idol biasanya yaitu Jimin selalu pas ditubuh Jimin. Maka dari itu informan AD seringkali ingin memadukan pakaian yang digunakan Jimin dalam style yang dia gunakan. Salah satunya yaitu pemilihan anting, aksesoris, dan juga *outer*. Meskipun dia tidak membeli merk seperti yang digunakan Jimin, namun informan AD mengaku memilih model yang hampir sama dengan Jimin.

Selain itu, informan lain juga mengeskpresikan kesukaannya dengan cara yang sama. Mereka meniru dan membeli pakaian dengan gaya yang mirip idol biasanya. Penggemar juga meniru cara *make up* yang digunakan oleh idol bias mereka. Sehingga ini memunculkan bentuk fashion unisex yang baru di kalangan penggemar BTS. Hal yang diamati oleh penggemar BTS secara terus menerus akan ditiru secara otomatis oleh mereka. Peniruan ini yang kemudian dimaknai sebagai performativitas gender penggemar BTS.

---

## B. Peniadaan Gender melalui *Fashion Unisex*

BTS sebagai salah satu *boyband* idola menghadirkan citra tubuh yang menarik pandangan mata penggemarnya. Seperti halnya *boyband* terdahulu asal Korea Selatan, BTS membawa konsep maskulinitas baru di kalangan penggemarnya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, seluruh informan menjawab bahwa setiap *member* BTS itu maskulin. Konsep maskulinitas baru tersebut di antaranya ialah mulai menghadirkan laki-laki yang gemar merawat tubuh serta penampilannya, menampilkan sifat-sifat *softboy* seperti laki-laki yang mengayomi, dewasa dan tidak menyukai kekerasan. Gambaran laki-laki yang dipertontonkan BTS berbeda jauh dari bentuk maskulinitas sebelumnya. Gambaran maskulinitas yang ditampilkan oleh BTS dapat pula disebut sebagai bentuk maskufeminim atau *soft masculinity*. Pada penampilannya mereka banyak menggunakan aksesoris seperti anting serta pakaian yang *unisex*. Namun, BTS tetap menonjolkan adanya sisi keunggulan mereka sebagai laki-laki melalui bentuk tubuh yang besar.

Bentuk gambaran *soft masculinity* yang ditampilkan BTS ditangkap oleh Army melalui tindakan yang mereka tampilkan secara berulang. Tindakan yang ditampilkan secara berulang tersebut dilihat Army melalui MV, *variety show*, serta unggahan lain dari akun sosial media BTS. Tindakan-tindakan tersebut mereka rangkum dan pahami sesuai dengan pengalaman masing-masing. Hal ini disebabkan karena Army memiliki pandangan yang beragam tentang BTS. Pandangan tersebut dimaknai sesuai dengan pengalaman yang dimiliki. Jadi, citra yang digambarkan BTS dapat diterima sebagai suatu konsep maskulinitas baru karena Army menangkapnya sebagai satu kesatuan nilai yang mereka anggap benar. Selain itu, tepatnya pasar hiburan yang dipilih BTS dalam kampanye kesetaraan gender juga memberikan keuntungan tersendiri bagi BTS. Nilai kesetaraan gender yang dibawa BTS dapat dianggap benar karena Army juga mengalami ketegangan gender di lingkungan mereka. Sehingga apa yang dibawa oleh BTS dapat diterima dengan baik dan dijadikan alternatif solusi.

Peneliti menemukan bahwa penggemar BTS tidak lagi mempedulikan bagaimana bentuk orientasi seksual dari setiap *member* BTS maupun orang disekitarnya. Bagi Army, hal yang berkaitan dengan orientasi seksual merupakan privasi yang tidak boleh dicampuri oleh orang lain. Orientasi seksual merupakan ranah pribadi yang bebas dipilih oleh setiap anggota masyarakat. Army juga menjelaskan bahwa kebahagiaan *member* BTS adalah segalanya bagi mereka. Berdasarkan hal tersebut, konsep *undoing* gender yang ditawarkan oleh Butler terjadi dikalangan Army. Army memaknai performativitas gender BTS sebagai bentuk *soft*

---

*masculinity*. BTS mampu melakukan dekonstruksi terhadap budaya mainstream maskulinitas. Melalui penampilan atau performa yang mereka tampilkan, BTS mampu menanamkan nilai bahwa tidak perbedaan gender antara laki-laki dan perempuan. Semua manusia dapat memilih bagaimana orientasi seksual yang mereka inginkan. Selain itu, dalam segi *fashion* semua orang dapat menggunakan selera *fashion* sesuai keinginannya. Mereka tidak harus terperangkap dalam kotak perbedaan antara laki-laki dan perempuan.

Penggemar BTS juga menganggap bahwa *fashion* hanyalah bagian gaya seseorang. Setiap pakaian yang digunakan oleh idol mereka merupakan bentuk ekspresi kenyamanan semata. Hal tersebut dianggap sebagai alternatif baru dalam menggunakan *fashion*. Selain itu *fashion unisex* juga memudahkan penggemar dalam menyelami berbagai mode pakaian baru. Berbagai pilihan menjadi konsekuensi yang memanjakan bagi mereka. Semua mudah didapatkan dan tidak lagi dibatasi oleh batas-batas gender. Hal ini yang dapat disebut sebagai peniadaan gender atau *undoing gender* dalam *fashion unisex* BTS.

## **KESIMPULAN**

Fashion atau mode pakaian selalu mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan fashion ini dipengaruhi oleh berbagai hal, baik kebutuhan industri maupun perubahan sosial budaya masyarakat. Manusia sebagai makhluk berbudaya selalu mengalami perubahan dalam hal pemikiran maupun kreativitas hasil karya. Kemunculan budaya Korea di Indonesia tidak hanya memengaruhi selera musik masyarakat, namun juga memengaruhi fashion masyarakat. BTS sebagai salah satu *boyband* terkenal mampu mengubah pandangan penggemarnya dalam hal *fashion*. Bentuk *fashion* yang menjadi andalan penggemar BTS adalah pakaian *unisex*. Pakaian ini dianggap lebih memudahkan mereka dalam memilih gaya dan variasi berpakaian. Selain itu melalui pakaian *unisex*, penggemar BTS tidak merasa terbatas oleh batas-batas gender dalam masyarakat. Maka terjadilah peniadaan gender melalui pakaian *unisex*. Penelitian ini menunjukkan bahwa trend fashion unisex di kalangan penggemar BTS mencerminkan bentuk peniadaan gender. Hal ini sesuai dengan konsep *undoing gender* oleh Judith Butler.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Hillar Setyani, & Muhammad Zakky Azhari. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1).
- Butler, J. (2007). *Gender Trouble* (3rd ed.).
- Chrisman-Campbell, K. (2015). A Brief History of Unisex Fashion. *The Atlantic*.  
<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/when-unisex-was-the-new-black/390168/>
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. *Diversita*, 6(2).
- Forshee, J. (2006). *Culture and Customs of Indonesia*. Greenwood Press.
- Jeeheng, L. (2019). *The Book of BTS Army*. CommunicationBooks.
- Jung, S. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption*. Hong Kong University Press.
- Lestari, D. R. (2019). *REPRESENTASI BIAS GENDER DALAM DUNIA FASHION KOREA SELATAN: ANALISIS FRAMING GAYA ANDROGINI ANGGOTA BOY BAND KOREA SELATAN*. Universitas Jember.
- M.T, M. F., & Irwansyah. (2020). PERANAN AUDIOVISUAL DALAM FENOMENA HALLYU SEBAGAI BUDAYA DAN GAYA HIDUP REMAJA DI JAKARTA. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(2), 184–201.
- McNeil, P. (2023). Men's Fashion 2008-22. *The Routledge History of Fashion and Dress, 1800 to the Present*, 411–436. <https://doi.org/10.4324/9780429295607-27>
- Nadhiroh, F. R. (2018). 8 Boy Band Korea yang Hits di Tahun 2000-an. *IDN TIMES*.
- Aulia Hillar Setyani, & Muhammad Zakky Azhari. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1).
- Butler, J. (2007). *Gender Trouble* (3rd ed.).

- 
- Chrisman-Campbell, K. (2015). A Brief History of Unisex Fashion. *The Atlantic*.  
<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/when-unisex-was-the-new-black/390168/>
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. *Diversita*, 6(2).
- Forshee, J. (2006). *Culture and Customs of Indonesia*. Greenwood Press.
- Jeeheng, L. (2019). *The Book of BTS Army*. CommunicationBooks.
- Jung, S. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption*. Hong Kong University Press.
- Lestari, D. R. (2019). *REPRESENTASI BIAS GENDER DALAM DUNIA FASHION KOREA SELATAN: ANALISIS FRAMING GAYA ANDROGINI ANGGOTA BOY BAND KOREA SELATAN*. Universitas Jember.
- M.T, M. F., & Irwansyah. (2020). PERANAN AUDIOVISUAL DALAM FENOMENA HALLYU SEBAGAI BUDAYA DAN GAYA HIDUP REMAJA DI JAKARTA. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(2), 184–201.
- McNeil, P. (2023). Men’s Fashion 200822. *The Routledge History of Fashion and Dress, 1800 to the Present*, 411–436. <https://doi.org/10.4324/9780429295607-27>
- Nadhiroh, F. R. (2018). 8 Boy Band Korea yang Hits di Tahun 2000-an. *IDN TIMES*.
- Nagpal, S., Ruchi, & Sharma, P. (2023). A Study on Factors Affecting Fashion Trends that Impacts the Society. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 5(1), 1–5. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i01.1440>
- Park, J.-K., & Thanommongkol, P. (2021). “Shock of Daughters”: Fashion, Unisex Style, and Gender Politics in South Korean Media (1970s–1980s). *Acta Koreana*, 21(2), 79–104.
- Safina, M., & Kusumandyoko, T. C. (2020). KAJIAN FOTO KONSEP ALBUM LOVE YOURSELF: ANSWER VERSI S OLEH BANGTAN SEONYEONDAN BTS. *Jurnal Barik*, 1(1), 123–136.
- Utama, P. (2021, June 13). Gelombang Hallyu yang Terus Berderu. *Koran Tempo*.



---

Yasa, D. P. Y. A. T. (2021). VIDEO MUSIK BOYBAND BTS SEBAGAI BENTUK  
PERLAWANAN TERHADAP TOXIC MASCULINITY. *Prosiding Seminar Nasional  
Desain Dan Arsitektur (SENADA)*.

## **Rasisme dan Gender dalam Game Online: Interseksi Diskriminasi dalam Komunitas Virtual**

**Husniyah Rmw<sup>1</sup>, Alzaidan Achmad Dafa<sup>2</sup>, Finza Komala Jesica<sup>3</sup>**  
**Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>**

[24041184001@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184001@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [24041184008@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184008@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [24041184057@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184057@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Studi ini melihat bagaimana rasisme dan diskriminasi gender berinteraksi dalam game online dan bagaimana keduanya berinteraksi satu sama lain dan bagaimana pengalaman pemain dalam komunitas virtual. Memanfaatkan analisis literatur saat ini, studi kasus dari berbagai platform permainan, dan wawancara mendalam dengan pemain, makalah ini mengungkapkan bagaimana stereotip gender dan rasial seringkali diperkuat dalam lingkungan permainan online, yang menghalangi kelompok termarginalisasi untuk berpartisipasi. Hasil menunjukkan bahwa untuk memahami dan mengatasi kompleksitas diskriminasi dalam ruang virtual ini, pendekatan interseksional diperlukan. Selain itu, penelitian ini melihat strategi coping yang digunakan oleh pemain yang terdampak, serta upaya yang dilakukan oleh industri dan komunitas untuk mengatasi masalah ini. Hasil ini dibahas dalam konteks perubahan kebijakan dan praktik industri game yang lebih inklusif.

**Kata Kunci:** rasisme gender, interseksional, game online

### **PENDAHULUAN**

Industri game online telah berkembang dengan cepat dalam beberapa dekade terakhir, membentuk ruang virtual yang luas di mana jutaan pemain dari berbagai latar belakang berinteraksi setiap hari. Sebuah laporan dari Association of Entertainment Software (2021) menunjukkan bahwa lebih dari 214 juta orang di Amerika Serikat bermain video game, dengan 41% di antaranya perempuan. Selain itu, menurut penelitian Newzoo (2020), Asia-Pasifik menyumbang 49% dari pendapatan pasar game pada tahun 2020. Statistik ini menunjukkan seberapa besar dan beragam komunitas game di seluruh dunia.

Namun, di balik peningkatan dan popularitas yang luar biasa ini, komunitas game online juga menunjukkan dan kadang-kadang memperkuat ketimpangan sosial yang ada di dunia nyata. Dalam dunia digital saat ini, seksisme dan rasisme, dua masalah sosial yang sudah lama ada, telah mengambil bentuk baru. Menurut Yee (2014) dalam bukunya "The Proteus Paradox", meskipun dunia virtual memberi kita kesempatan untuk melampaui batas-batas dunia nyata, stereotip dan keyakinan negatif seringkali diulang dan bahkan diperkuat di dalamnya.

---

Dalam game online, rasisme dapat dimanifestasikan dalam berbagai bentuk, mulai dari perilaku rasis pemain hingga representasi stereotip karakter non-kulit putih. Nakamura (2009) menjelaskan bagaimana tenaga kerja digital dalam video game seperti Mobile Legend sering dirasialkan, mencerminkan, dan memperkuat hierarki rasial yang ada di dunia nyata. Meskipun demikian, Gray (2012) menyelidiki bagaimana pemain perempuan kulit hitam menghadapi berbagai jenis pelecehan di platform seperti Xbox Live, menunjukkan hubungan antara rasisme dan seksisme di dunia permainan.

Di sisi lain, diskriminasi gender dalam gaming telah menjadi topik yang banyak diteliti. Fox & Tang (2014) menemukan bahwa pemain perempuan sering mengalami pelecehan, objektifikasi, dan marginalisasi dalam komunitas gaming online. Penelitian oleh Lynch et al. (2016) mengungkapkan bahwa meskipun representasi karakter perempuan dalam video game telah meningkat selama tiga dekade terakhir, stereotip gender masih lazim dalam desain karakter dan narasi game.

Bagi pemain yang termasuk dalam berbagai kategori termarginalisasi, konflik rasisme dan seksisme yang terjadi dalam dunia permainan menciptakan pengalaman yang unik dan sering kali lebih menantang. Dalam teorinya tentang interseksionalitas, Crenshaw (1989) menekankan betapa pentingnya memahami bagaimana berbagai jenis diskriminasi dapat saling memperkuat dan tumpang tindih. Metode interseksional ini sangat relevan untuk memahami kompleksitas pengalaman pemain dari berbagai latar belakang dalam dunia permainan.

Meskipun kesadaran akan masalah ini telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir dan beberapa inisiatif telah dibuat untuk membuat komunitas gaming yang lebih inklusif, masalah tetap ada. Kasus seperti Gamergate pada tahun 2014 menunjukkan bagaimana konflik dan ketidaksetaraan dapat muncul dalam komunitas game ketika masalah kesetaraan diangkat (Massanari, 2017).

Game online memiliki peran penting dalam budaya modern dan dapat memfasilitasi interaksi sosial dan pembentukan identitas. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami dan mengatasi masalah rasisme dan seksisme dalam konteks ini. Tujuan dari makalah ini adalah untuk mempelajari hubungan antara rasisme dan diskriminasi gender dalam game online, bagaimana keduanya berinteraksi dan bagaimana pengalaman pemain dalam komunitas virtual dipengaruhi. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kompleksitas diskriminasi di ruang virtual ini dan menyarankan metode untuk membuat lingkungan permainan yang lebih adil dan inklusif bagi semua pemain.

---

Penelitian ini menggunakan pendekatan interseksional.

### **Rasisme dalam Game Online**

Dalam sepuluh tahun terakhir, rasisme dalam game online telah menjadi subjek studi yang semakin berkembang. Studi telah menunjukkan bahwa rasisme ada di komunitas game online, baik dalam bentuk representasi stereotip karakter non-putih maupun perilaku rasis pemain. Nakamura (2009) melihat bagaimana ras digambarkan dan dibuat dalam game online populer seperti *World of Warcraft*, menunjukkan bagaimana stereotip rasial sering ditemukan dalam desain karakter dan cerita game. Gray (2012) kemudian mempelajari pengalaman pemain Afrika Amerika di Xbox Live, menunjukkan bagaimana rasisme muncul dalam interaksi dan strategi bermain pemain.

Pemain minoritas rasial sering mengalami pelecehan verbal, pengucilan, dan stereotip negatif, menurut penelitian yang dilakukan oleh Ortiz pada tahun 2019. Ini mencakup penggunaan bahasa rasis dalam chat game, pengucilan dari tim atau guild berdasarkan keyakinan tentang kemampuan bermain berdasarkan ras, dan objektifikasi karakter pemain berdasarkan stereotip rasial. Yang menarik, penelitian juga melihat bagaimana game online dapat menjadi tempat untuk perundingan dan melawan rasisme. Salah satu contohnya adalah penelitian Yang et al. (2014) yang menunjukkan bagaimana pemain Asia Amerika menggunakan strategi performatif untuk menantang stereotip rasial dalam permainan online.

### **Diskriminasi Gender dalam Gaming**

Dalam dunia permainan, seksisme telah didokumentasikan dengan baik; penelitian menunjukkan bahwa pemain perempuan sering mengalami pelecehan, menjadi objek dari orang lain, dan dimarginalisasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Brehm (2013), pemain perempuan sering mengalami hal-hal berikut: stereotip buruk tentang kemampuan mereka, pelecehan seksual verbal, dan dilarang berpartisipasi dalam kompetisi game.

Fox dan Tang (2014) juga menyelidiki bagaimana orientasi dominansi sosial dan norma maskulin mempengaruhi perilaku seksis dalam game online. Mereka menemukan bahwa pemain laki-laki yang lebih kuat dan memiliki orientasi dominansi sosial yang lebih tinggi cenderung menunjukkan perilaku seksis terhadap pemain perempuan.

Selain itu, stereotip gender berdampak pada desain karakter dan cerita game. Analisis

---

konten yang dilakukan oleh Lynch et al. (2016) terhadap representasi karakter perempuan dalam game selama 31 tahun menunjukkan bahwa objekifikasi dan hiperseksualisasi terus terjadi, meskipun dalam beberapa tahun terakhir telah terlihat tren ke arah representasi yang lebih beragam. Diskriminasi gender dalam permainan tidak terbatas pada dikotomi laki-laki-perempuan. Paaßen et al. (2017) melakukan penelitian bagaimana standar gender biner dalam komunitas permainan dapat membuat pengalaman yang sangat sulit bagi mereka yang tidak sesuai dengan kategori gender tradisional.

### **Pendekatan Interseksional**

Kimberlé Crenshaw (1989) menciptakan teori interseksionalitas, yang menekankan bagaimana berbagai jenis diskriminasi dapat berinteraksi dan memperkuat satu sama lain. Metode ini dapat membantu memahami hubungan antara rasisme dan seksisme dalam dunia permainan dan bagaimana hal itu berdampak pada pengalaman pemain (Gray, 2018). Gray menggunakan lensa interseksional untuk memeriksa pengalaman pemain lesbian kulit hitam di Xbox Live, menunjukkan bagaimana identitas ras, gender, dan seksualitas berinteraksi satu sama lain untuk membentuk pengalaman unik yang tidak dapat dipahami secara menyeluruh hanya dengan melihat satu aspek identitas.

Studi ini juga membahas bagaimana interseksionalitas dapat digunakan untuk memahami representasi dan pengalaman pemain dalam game. Shaw berpendapat bahwa pendekatan interseksional tidak hanya membantu mengungkap kompleksitas diskriminasi tetapi juga dapat memberikan informasi tentang strategi yang lebih efisien untuk menciptakan lingkungan permainan yang inklusif. Selain itu, Vossen et al. (2020) menyelidiki bagaimana berbagai jenis privilege dan marginalisasi berinteraksi dalam komunitas esports dengan menggunakan pendekatan interseksional. Mereka menemukan bahwa pemain dengan berbagai jenis marginalisasi (seperti perempuan kulit berwarna) lebih sulit untuk berpartisipasi dan mendapatkan pengakuan profesional.

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam. Serta survei data dengan meminta pendapat dari berbagai responden. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan pemahaman yang kaya dan nuansa tentang pengalaman hidup pemain yang

menghadapi diskriminasi interseksional. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan 20 pemain dari berbagai latar belakang ras dan gender. 10 diantaranya merupakan gaming aktif di game mobile legend, sedangkan 10 lainnya merupakan gaming aktif di game free fire. Partisipan direkrut random dengan menyesuaikan ras atau gender yang kami butuhkan. Wawancara berlangsung selama 10-15 menit per anak dan mencakup topik seperti pengalaman diskriminasi, strategi coping, dan persepsi tentang inklusi dalam komunitas gaming. Semua wawancara direkam, ditranskrip, dan dianalisis menggunakan analisis tematik.

Selain survei dan wawancara, kita juga menggunakan metode analisis konten kualitatif. Dimana analisis ini dilakukan pada forum diskusi game dan media sosial terkait gaming, termasuk Thread, Facebook, dan Twitter. Sampel purposive dari thread dan postingan yang berkaitan dengan isu rasisme dan seksisme dianalisis menggunakan kerangka kerja analisis tematik. Ini memungkinkan identifikasi tema-tema kunci dan pola dalam diskusi komunitas tentang diskriminasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Manifestasi Rasisme dan Seksisme**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasisme dan seksisme dalam game online muncul dalam berbagai bentuk, sering kali lebih halus dan tersembunyi dibandingkan dengan interaksi dunia nyata. Beberapa manifestasi utama meliputi:

- Menurut analisis konten game, stereotip rasial dan gender masih ada dalam desain karakter. Seringkali, orang non-kulit putih digambarkan dengan cara yang mendukung stereotip yang buruk tentang mereka, seperti orang kulit hitam yang digambarkan sebagai agresif atau orang Asia yang terlalu seksual. Terlepas dari ras, karakter perempuan sering digambarkan dengan proporsi tubuh yang tidak realistis dan pakaian yang terlalu seksi, bahkan dalam situasi yang tidak sesuai (seperti menggunakan armor yang tidak sesuai untuk pertempuran). Dalam wawancara yang dilakukan dengan pemain, ditemukan bahwa pelecehan verbal yang menargetkan ras dan gender sangat umum. Penggunaan slur rasial, komentar seksis, dan stereotip negatif adalah contohnya. Salah satunya berkata : "Setiap kali saya berbicara di voice chat, saya langsung mendapat komentar tentang bagaimana saya pasti 'gadis Asia yang imut' atau lelucon tentang kemampuan matematika saya. Itu sangat menjengkelkan."

- Seperti yang ditunjukkan oleh analisis konten game, stereotip rasial dan gender masih ada dalam desain karakter. Seringkali, orang non-kulit putih digambarkan dengan cara yang mendukung stereotip negatif tentang mereka; ini termasuk menggambarkan orang kulit hitam sebagai agresif atau orang Asia yang terlalu seksual. Karakter perempuan, terlepas dari rasnya, sering digambarkan dengan proporsi tubuh yang tidak realistis dan pakaian yang terlalu seksi; ini bahkan terjadi dalam situasi yang tidak sesuai, seperti mengenakan armor yang tidak sesuai untuk pertempuran.
- Pelecehan verbal yang menargetkan ras dan gender sangat umum, menurut wawancara yang dilakukan dengan pemain. Contohnya adalah penggunaan slur rasial, komentar seksis, dan stereotip negatif. Setiap kali saya berbicara di voice chat, saya selalu mendapat lelucon tentang kemampuan saya atau komentar tentang bagaimana saya pasti 'gadis Asia yang imut'.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alin, E. (2018). *Do you believe in magic? The potency of the fantasy gender change in digital games*. *Feminist Media Studies*, 18(5), 956-971.
- Behm-Morawitz, E., & Mastro, D. (2009). *The effects of the sexualization of female video game characters on gender stereotyping and female self-concept*. *Sex Roles*, 61(11), 808-823.
- Bertozi, E. (2008). *'You play like a girl!': Cross-gender competition and the uneven playing field*. *Convergence*, 14(4), 473-487.
- Brock, A. (2011). *"When keeping it real goes wrong": Resident Evil 5, racial representation, and gamers*. *Games and Culture*, 6(5), 429-452.
- Burgess, M. C. R., Dill, K. E., Stermer, S. P., Burgess, S. R., & Brown, B. P. (2011). *Playing with prejudice: The prevalence and consequences of racial stereotypes in video games*. *Media Psychology*, 14(3), 289-311.

## Perspektif Generasi Z Terhadap Pernikahan Dini

Hanum Rafidah Kusuma<sup>1</sup>, Keysha Azalia Fitzdiny<sup>2</sup>, Nayla Roudlotul Jannah<sup>3</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>  
[24041184220@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184220@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [24041184234@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184234@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>,  
[24041184255@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184255@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Pembahasan ini mengeksplor aspek pernikahan dini dalam sudut pandang Generasi Z. Generasi Z umumnya lahir diantara pertengahan tahun 1990-an sampai 2010-an, selain itu faktor faktor seperti pengaruh media sosial berperan penting dalam membentuk sikap mereka, perspektif Generasi Z terhadap pernikahan dini juga banyak menjadi sorotan karena adanya isu yang beredar di media sosial tentang “*marriage is scary*” membuat para Generasi Z menjadikan pikiran mereka untuk menunda pernikahan dan menyangkal pada pernikahan dini, istilah “*marriage is scary*” ini mulai ramai karena pengalaman seseorang yang menceritakan bagaimana kehidupan setelah masa pernikahan sehingga para *audience* memiliki pandangan yang berbeda seperti rasa ketakutan yang besar yang diperlihatkan dalam satu video atau kutipan di *platform X*. Pernikahan dini di Indonesia ini dilegalkan secara agama namun tidak di dalam hukum negara yang dimana harus sesuai dengan umur yang telah ditetapkan. Generasi Z cenderung memiliki pandangan yang kritis terhadap pernikahan dini, menggagapnya sebagai praktik yang dapat membatasi peluang pendidikan, karir, dan pengembangan diri mereka. Maka dari itu mayoritas Generasi Z lebih memilih untuk menunda pernikahan demi mencapai tujuan hidup yang luas.

**Kata Kunci:** Generasi Z, Perspektif, Pernikahan dini

### PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini banyak berita pernikahan dini yang menjadi perbincangan Generasi Z. Banyak berita yang menginformasikan bahwa isu dan konflik sering terjadi dalam pernikahan dini dapat disimpulkan bahwa hal ini rentan terjadi, namun tidak bisa dinormalisasikan dan dibiasakan terlebih di kehidupan sekarang. Di kehidupan sekarang yang semua serba mahal sehingga banyak yang masih memprioritaskan pendidikan agar mendapatkan kehidupan yang layak, hal ini dikarenakan juga tekanan beban dari keluarga terutama dari sandwich gen yang mengartikan bahwa dirinya dituntut untuk membiayai keluarganya sendiri. Hal tersebut lah membuat orang berpikir dua kali untuk menikah di zaman yang baru ini.

Generasi Z yang menjadi subjek penelitian, ditemukan setidaknya tiga persepsi: (1) tertarik melakukan pernikahan adat sejak awal karena ingin melestarikan adatnya; (2) tidak begitu tertarik dengan berbagai ritual dalam upacara adat tetapi masih akan melakukannya; dan (3)

---

secara lugas menyatakan enggan untuk menikah dengan konsep adat apa pun. (Putri & Ikhwan, 2023)

Generasi Z memiliki banyak tanggapan dalam pernikahan dini termasuk takut untuk menikah karena berita pernikahan dini terus bermunculan, tidak sedikit yang memamerkan kehidupan rumah tangganya di media sosial sehingga komentar dan perbincangan pernikahan dini selalu menjadi perbincangan hangat di media sosial maupun dalam realita. Dalam sudut pandang Generasi Z, isu dan konflik pernikahan dini topik yang seru untuk dibahas dan dikupas tuntas. Tak segan-segan banyak dari Generasi Z menelusuri melalui media sosial riwayat dari pendidikan.

Faktor pendidikan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi fenomena menunda pernikahan pada Generasi Z. Generasi Z cenderung lebih fokus pada pendidikan dan karir mereka, sehingga pernikahan menjadi tidak menjadi prioritas utama. Selain itu, adanya biaya pendidikan yang semakin tinggi juga membuat banyak orang menunda pernikahan hingga mereka selesai menyelesaikan pendidikan mereka. (Riska, 2023)

Dari hasil susenas Maret 2021, BPS merilis bahwa pemuda di perkotaan yang menamatkan pendidikan perguruan tinggi lebih besar dibandingkan pemuda di perdesaan (13,09 persen berbanding 7,08 persen). Hal ini berkaitan erat dengan bagaimana akhirnya seorang pemuda yang memutuskan untuk menikah karena tingkat pendidikan yang mereka dapatkan mempengaruhi hal tersebut. (Christiani, Citra, Ikasari, 2020)

Perspektif Generasi Z terhadap isu pernikahan dini merupakan tindakan ilegal karena pernikahan bukan suatu hal yang mudah dan dapat dipermainkan. Berbagai hal melatarbelakangi pernikahan dini dan beberapa faktor.

Meski banyak Generasi Z yang memutuskan tidak menikah, menunda pernikahan, atau bahkan lebih memilih untuk melanjutkan pendidikan dan kematangan finansial, masih banyak juga perempuan Generasi Z di Jorong Pasa Tiku yang memutuskan untuk menikah pada usia muda baik itu setelah lulus SMA maupun usia 20-an awal dengan berbagai alasan. (Elviana & Erianjoni, 2024)

Salah satu faktor adalah tradisi, tradisi ini menganut statement “banyak anak banyak rezeki”, pernyataan yang tidak dapat diterima di zaman sekarang. Adanya pernikahan dini dapat menghalangi impian yang seharusnya dapat mereka usahakan, karena terhalang dengan mengurus anak sehingga kebutuhan rumah tangga yang harus tetap terpenuhi agar kondisi anak yang sehat dan stabil, jika tidak dapat terpenuhi maka mereka masih belum layak untuk

menikah faktor ini juga karena ekonomi yang terhambat. Jika mereka bisa memperjuangkan pendidikan dan mendapatkan pekerjaan yang layak maka mereka dapat menghasilkan finansial yang cukup sehingga ekonomi dan kebutuhan rumah tangga dapat terpenuhi dengan baik. Finansial yang tidak stabil ini terkadang membuat salah satu pihak antara suami atau istri mengalami perbudakan sehingga mau tidak mau mencari pekerjaan sebanyak-banyaknya, menurut kutipan “Pernikahan bukanlah perbudakan. Pernikahan didasarkan pada hubungan cinta yang berakar dalam kebebasan. Setiap pasangan bebas dari pasangannya dan karenanya bebas untuk mencintai pasangannya. Di mana ada kendali, atau persepsi kendali, di situ tidak ada cinta. Cinta hanya ada di mana ada kebebasan.” (Henry Cloud, 1999). Hal ini mencerminkan bahwa Generasi Z menikah hanya karena bermain-main untuk membebaskan diri padahal menikah bukan hanya sekedar melepas beban dari memutuskan pendidikan melainkan harus memaksa diri mereka untuk memberikan finansial yang cukup juga.

Gaya hidup yang berbeda juga mempengaruhi fenomena menunda pernikahan pada Generasi Z. Gaya hidup yang serba instant, digital, dan modern membuat banyak Generasi Z lebih memilih untuk menikmati hidup tanpa pernikahan dan lebih fokus pada kebebasan, hiburan, dan traveling. Gaya hidup yang berbeda juga mempengaruhi fenomena menunda pernikahan pada Generasi Z. Gaya hidup yang serba instant, digital, dan modern membuat banyak Generasi Z lebih memilih untuk menikmati hidup tanpa pernikahan dan lebih fokus pada kebebasan, hiburan, dan traveling. (Amuda, 2024)

Penelitian menemukan bahwa lebih dari 75% Generasi Z mendukung adanya penetapan batas usia pernikahan. Hal ini juga berkesesuaian dimana, lebih dari 80% Generasi Z juga cenderung menolak perjodohan tanpa melibatkan anak. (Syafri, Putri, Liannita, & Humairah, 2022)

Lalu, bagaimana lingkungan sosial yang baik untuk Generasi Z terhadap pernikahan dini? Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah sebagai wadah untuk informasi bahwa pernikahan di pandangan Generasi Z bisa menjadi tampungan aspirasi generasi yang akan datang dan mengedukasi wawasan generasi yang sebelumnya memiliki pemikiran berbeda tentang pernikahan dini.

## **METODE**

Pada penelitian dengan metode kualitatif ini perkawinan pada usia dini bukan solusi mengatasi dalam ekonomi maupun sosial, hal tersebut malah membuat beban berat pada anak dan menjerumuskan pada masalah kompleks. Nyatanya banyak sekali Generasi Z bekerja yang

harusnya masih menempuh pendidikan harus berhenti karena membantu orang tua dalam ekonomi (@DevinaYo) menurut riset pada *platform* x banyak berpendapat tentang pernikahan dini adalah hal yang ilegal dikarenakan kita belum siap dalam segala aspek dan hukum negara meskipun terkadang memang adanya budaya atau tradisi untuk menikah pada usia tersebut. meskipun di tahun 2023 angka penurunan terjadi tetapi masih banyak juga pernikahan dini terjadi yang bagaimana mereka kurang sekali mendapatkan edukasi dalam hal tersebut dikarenakan permasalahan ekonomi adalah salah satu faktor terbesar dalam pernikahan dini. Metode pada penelitian ini kita ambil dari banyak data pada platform X dan menanyakan ke individu yang melakukan pernikahan dini, dimana Generasi Z banyak sekali kurang setuju terhadap pernikahan dini, banyaknya pernikahan dini dengan alasan “agar tidak zina” mereka menyangkal hal itu. Tradisi maupun budaya mereka sangkal karena yang difikirkan ialah apakah mental mereka siap dalam berpasangan, ini adalah salah satu hal juga menurut riset pada sebuah *platform* X dan data data di kemenpppa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari wawancara dengan metode pendekatan kualitatif menghasilkan beberapa dari mereka beranggapan bahwa pernikahan dini sulit untuk dijalani karena secara mental, jiwa, finansial, bahkan pendidikan mereka yang belum matang. Dan beranggapan juga bahwa mereka memilih menikah di usia dini karena faktor dari tradisi, ekonomi, lingkungan, serta hamil sebelum menikah yang mengharuskan untuk melaksanakan pernikahan di usia dini tersebut.

Dari penelitian ini membuktikan bahwa Generasi Z khawatir akan adanya pernikahan dini karena banyaknya kejadian yang tidak sesuai dengan ekspektasi dan kesenangan pribadi. Sesuai dari hukum negara di Indonesia, menikah memiliki batasan usia yang telah ditetapkan yaitu, pada Pasal 16 ayat (7) dan ayat (2) bahwa perkawinan hanya diizinkan jika pihak pria dan wanita sudah mencapai umur 19 tahun. Pada kasus pernikahan dini, calon suami/istri yang di bawah umur 19 tahun tidak diperbolehkan. Selain itu pada calon mempelai pria jika belum mencapai umur 21 tahun, harus mendapat izin dari kedua orang tua agar dapat melakukan pernikahan. Tertera pada pasal 6 ayat (2) UU Perkawinan. Edukasi dari penelitian ini termasuk ke dalam pendidikan yang harus dituntaskan. Oleh karena itu jika tidak melakukan pendidikan dengan baik akan melakukan hal yang diluar kendali.

Pembahasan pernikahan dini ini memiliki faktor lain selain karena adanya dorongan dari diri sendiri mereka yang memutuskan untuk pernikahan dini didorong oleh tradisi dan budaya yang sudah turun temurun sehingga tanpa adanya pilihan mereka akan menikah di usia dini. Banyak dari Generasi Z tidak setuju dengan tradisi dan budaya ini, terlihat di beberapa komentar di era modern namun mereka yang sudah menjadi keharusan tidak bisa dipaksa untuk mundur dan keluar dari tradisi dan budaya tersebut. Tradisi dan budaya memang tidak bisa dibantah namun dengan mencegahnya pernikahan dapat membantu keturunan lain agar memberhentikan angka kenaikan pernikahan dini di Indonesia. Meski tahun ke tahun angka pernikahan di Indonesia menurun karena hal ini terpengaruh dari komentar yang memberikan edukasi namun warga di pelosok atau wilayah wilayah kecil yang minim edukasi tidak dapat diberhentikan begitu saja. Sistem pendidikan di Indonesia yang belum merata membuat mereka yang memiliki minat pendidikan pun harus terputus begitu saja karena akses dan fasilitas yang kurang dari pemerintah untuk Indonesia maju.

Data yang terdapat pada UNICEF tahun 2023 Indonesia menempati peringkat empat dalam perkawinan anak global dengan kasus sebanyak 25,53 juta, dalam kasus ini sebagian masyarakat mewajarkan hal ini. Dari data tersebut terlihat bahwa angka pernikahan dini di Indonesia cukup besar, selain karena penduduk Indonesia yang banyak namun hal ini bisa saja diberhentikan jika dapat mengontrol faktor-faktor yang menjadi penyebab pernikahan dini yang setiap tahunnya memiliki kasus dan hal yang diluar nalar. Faktor pernikahan dini yang menjadi *statement* paling besar adalah melakukan diluar kontrol dengan hamil sebelum menikah. Hal ini sering terjadi yang membuat terpaksa harus menikah karena sebagai tanggung jawab dari perbuatan tersebut, tak heran jika mereka yang banyak tidak direstui oleh orang tuanya untuk menikah melakukan perbuatan tersebut. Contoh perbuatan ini dilakukan oleh orang yang peneliti kenal dan berada di lingkungan sekitar sehingga orang tua dari anak tersebut terpaksa harus menikahi mereka berdua meski umur yang belum menginjak 20 tahun. Ekonomi yang mereka dapatkan juga tidak begitu banyak karena suami belum bekerja dan istri yang harus mengurus anak sambil berjualan makanan di media sosial, upah yang diperoleh juga tidak menjanjikan namun cukup untuk makan dan keseharian. Pernikahan dini Generasi Z juga biasanya hanya dilakukan semata-mata karena ingin berdua dan menyalurkan hasrat pribadi, terkadang mereka yang tidak memiliki rumah harus tinggal bersama orang tua atau mengontrak rumah yang cukup ditinggali berdua. Hal ini miris terjadi karena dalam perspektif Generasi z menikah adalah tentang kesiapan.

Bagi mereka yang masih belum siap jangan mencoba untuk menikah karena tantangan dan beban yang berat. Selain karena Generasi Z yang tidak direstui mereka yang seharusnya dapat mengontrol diri mereka juga dapat mengisi otak mereka bahwa kehidupan ini berat. Mencari pekerjaan di masa sekarang ini sulit jika tidak pintar dan tidak melalui orang dalam, di perspektif Generasi Z diterapkan seperti itu. Jadi, banyak Generasi Z berlomba-lomba untuk *flexing* pekerjaan yang didapat dengan gaji yang besar, fasilitas memadai, dan kehidupan yang layak. Oleh karena itu penting untuk dapat mengontrol nafsu dan diri sendiri karena masa depan masih panjang dan edukasi, pendidikan, pekerjaan semua hal tersebut tidak dapat datang dengan *instant* sehingga bekerja keras dan carilah ilmu sebanyak-banyaknya.

## **KESIMPULAN**

Perkembangan zaman dalam masyarakat mendorong adanya perubahan mengenai nilai-nilai pada masyarakat, dan menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki pandangan berbeda yang kuat terhadap nilai-nilai tersebut seperti pernikahan dini, menganggapnya sebagai isu yang kompleks dan sering kali tidak layak. Banyak dari mereka yang menunda pernikahan demi fokus pada pendidikan dan karir, serta menghindari beban finansial dan sosial pada pernikahan di usia muda. Meskipun ada dorongan dari tradisi dan budaya, Generasi Z cenderung menolak pernikahan dini, terutama ketika mereka merasa belum siap secara mental, finansial dan pendidikan. Dan juga menyoroti pentingnya edukasi dan kesadaran akan konsekuensi dari pernikahan dini, serta perlu adanya sebuah dukungan sosial untuk mengatasi faktor-faktor pernikahan dini ini. Dengan meningkatnya kesadaran dan pendidikan yang lebih baik, diharapkan angka pernikahan dini dapat berkurang, dan generasi Z dapat mengejar impian serta mencapai kematangan sebelum memasuki kehidupan pernikahan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Dewi, M., Ulfah, M., Gayatri, M., (2024). Persepsi Remaja Generasi Z Tentang Kesiapan Menikah Dan Keselarasan Kebijakan Pernikahan. *Jurnal Masalah Kebidanan*, 8(1), 27-28.
- Adhani, F, A., Aripudin, A., (2024). Perspektif Platform X Generasi Z Terhadap Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 188-189.

- Heriani, N, F., (2022). “Begini Hukumnya Menikah di Usia Dini. Tersedia: <https://www.hukumonline.com/berita/a/begini-hukumnya-menikah-di-usia-dini-lt634dcfb5efc54/>.
- Eco, Law, Office., (2024, 16 Februari). Pernikahan Usia Dini Menurut Hukum di Indonesia. Diakses pada 07 November 2024, dari <https://siplawfirm.id/pernikahan-usia-dini/?lang=id>.
- Syafri, M., Putri, A, R., Liannita, L., Humairah, A, S., (2022). Generation Z's Perception of Marriage Age Restrictions and Arranged Marriage Phenomenon. *Junal Hawa Studi Pengarus Utamaan Gender dan Anak*, 4(1).
- Khasanah, N., Riska, H., (2023). Faktor Yang Memengaruhi Fenomena Menunda Pernikahan Pada Generasi Z. *Jurnal Indonesian Health Issue*, 2(1), 48.
- Amuda, N., (2024, 29 Mei). Pernikahan Dalam Pandangan Gen Z. Diakses pada 7 November 2024, dari <https://mahasiswa.ung.ac.id/311423018/home/2024/5/29/pernikahan-dalam-pandangan-gen-z.html>.
- Christiani, L, C., Prinisia, N, I., (2020), “Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa”, *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2).
- Putri, A, F., Ikhwan, H., (2023), Sudut Pandang Generasi Z: Proyeksi Keberlanjutan Pernikahan Adat, diakses pada 07 November 2024, dari <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/230914>.
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 06: 60-73

---

## **Pola Komunikasi Antara Santri dan Orang Tua untuk Menjalin Hubungan Jarak Jauh di Pondok Pesantren Manba'ul Hikam**

Nabila Azzahra<sup>1</sup>, Nafisa Putri Salsabila<sup>2</sup>, Alyaa Windra Azzahra<sup>3</sup>

**Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>**

[24041184002@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184002@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [24041184199@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184199@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [24041184016@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184016@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pola komunikasi dalam hubungan jarak jauh antara santri dan orang tua yang tinggal berjauhan guna menjaga hubungan baik. Pola komunikasi yang dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah pola komunikasi yang berbeda antara anak dan orang tua yaitu pola komunikasi otoriter, pola komunikasi permisif, dan pola komunikasi otoriter. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan proses pengumpulan data di lapangan dengan menggunakan teknik observasi rinci dan wawancara kepada para santri yang mengalami hal tersebut. Sumber informasinya adalah 5 santri Pesantren Mamba'ul Hikam. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa komunikasi orang tua-anak santri tidak maksimal karena tidak memiliki komunikasi yang personal dan terbatas serta hanya mengandalkan media sebagai saluran komunikasi seperti surat, telepon dan lain-lain. Pola komunikasi orang tua dan anak santri berbeda-beda dan terbatas, sehingga banyak pola komunikasi yang terjadi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi antara anak santri dan orang tua masih terbatas karena waktu dan media.

**Kata Kunci:** Komunikasi Anak Santri dengan Orang Tua, Pola Komunikasi

### **PENDAHULUAN**

Komunikasi berhubungan dengan antar perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Menurut Mulyana (1996). Tujuan dari berkomunikasi adalah untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada pihak lain. Peristiwa komunikasi dapat terjadi dimana, kapan saja dan oleh siapa saja. Sedangkan, pengertian komunikasi secara terminologis adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Menurut para ahli mendefinisikan bahwa komunikasi sebagai proses karena komunikasi merupakan kegiatan yang ditandai dengan Tindakan, perubahan, pertukaran, dan perpindahan. Terdapat kontinuitas dari setiap unsurnya.

Dalam kehidupan sehari-hari setiap orang selalu melakukan komunikasi dengan lingkungan, seperti halnya dengan keluarga. Menurut Safrudin (2015). Keluarga adalah kumpulan beberapa orang yang karena terikat oleh suatu ikatan perkawinan, lalu mengerti dan merasa berdiri sebagai suatu gabungan yang khas dan bersama-sama memperteguh gabungan itu untuk kebahagiaan, semua anggota yang ada di dalam keluarga tersebut. Anak dan orangtua memiliki ikatan batin satu sama lain, hal tersebut yang menjadikan hubungan antara anak dengan orangtua menjadi sangat dekat, ada faktor lain yaitu tinggal dalam satu rumah, namun

---

ada beberapa anak yang memiliki karakteristik yang berbeda sehingga pola komunikasi yang dimiliki setiap anak pada orang tua berbeda.

Hubungan orang tua dengan anak sangat berkaitan dengan komunikasi, Komunikasi yang baik dan efektif dapat memberikan dampak yang baik bagi setiap anak, komunikasi yang berjalan baik dapat mengoptimalkan peran orang tua bagi setiap anak. Melalui komunikasi rutin dapat memberikan dukungan dan semangat bagi anak yang sedang tinggal jauh dari orang tua, seperti santri yang berada di pondak pesantren.

Setiap orang tua dalam sebuah keluarga pasti ingin memberikan yang terbaik bagi anak-anaknya, terutama dalam segi Aqidah dan Pendidikan, salah satunya yang dapat dilakukan oleh orang tua dalam hal tersebut yaitu dengan mendaftarkan anak ke pondok pesantren. Selain mendapatkan ilmu dari bangku sekolah, mereka juga belajar hidup mandiri sebab tinggal jauh dari orang tua. Hal itu yang membedakan para santri dengan anak sekolah lainnya.

Long Distance Relationship (LDR) hubungan jarak jauh terjadi karena faktor geografis yang memisahkan. Hal ini dialami dalam berbagai hubungan, seperti hubungan dengan teman, keluarga, atau pasangan romantis, khususnya santri dengan keluarganya. Kondisi santri dengan orang tua berada dalam hubungan jarak jauh karena faktor geografis dan faktor mengejar Pendidikan. Fokus penelitian ini untuk mengetahui bagaimana komunikasi jarak jauh antara orang tua dan santri.

## **METODE**

Dalam penulisan karya ilmiah ini menggunakan metode kualitatif menentukan untuk efektif dan sistematisnya sebuah penelitian. Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui langkah-langkah yang sistematis. Dalam setiap penelitian diperlukan metode penelitian untuk mencari suatu tujuan untuk mengumpulkan data mengenai masalah-masalah tertentu. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu suatu penelitian yang dimaksud untuk mengumpulkan data yang memiliki hubungan dengan topik penelitian dengan cara wawancara dan survey tanya jawab pertanyaan yang telah kami sediakan. Data yang kami gali pada penelitian ini adalah bagaimana pola komunikasi santri dengan orang tua dalam menjalin hubungan jarak jauh dan media apa saja yang digunakan untuk membangun komunikasi sebuah hubungan meskipun sedang dalam jarak jauh.

---

Setelah data terkumpul melalui metode wawancara dan survey tanya jawab, data tersebut akan dibahas melalui metode kualitatif, metode kualitatif guna untuk menganalisa kumpulan data hasil wawancara. Penelitian Kualitatif adalah untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti.

### **Populasi dan Sampel**

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Menurut Margono, populasi adalah keseluruhan dari data yang kemudian menjadi topik utama atau pusat perhatian dari seorang peneliti. Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih erat hubungannya dengan penelitian ini. Populasi ini adalah Santri Pondok Pesantren Manba'ul Hikam angkatan 2024 yang berasal dari Sidoarjo.

#### b. Sampel

Sampel adalah Sebagian atau wakil dari populasi yang telah diteliti. Sampel adalah bagian dari populasi, sebagai contoh yang diambil dengan cara wawancara dan survey tanya jawab. Dan jika meneliti Sebagian dari elemen-elemen suatu populasi juga disebut sebagai sampel. Maka penelitian ini menggunakan Teknik non-random sampling yaitu pemberian peluang Sebagian populasi untuk ditentukan menjadi sampel.

Berdasarkan penjelasan di atas kriteria atau ciri-ciri dalam pengambilan sampel penelitian ini sebagai berikut:

1. Santri Pondok Pesantren Manba'ul Hikam.
2. Berasal dari daerah Sidoarjo.
3. Santri yang jauh dengan orang tua.

### **Metode pengumpulan data**

#### a. Survey

Survey merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari sekelompok responden melalui berbagai pertanyaan. Pertanyaan ini datang dari sekelompok responden melalui berbagai pertanyaan. Pertanyaan ini datang dari peneliti yang memberi kertas berisi beberapa pertanyaan dan responden

---

menjawab pertanyaan tersebut. peneliti yang memberi kertas berisi beberapa pertanyaan dan responden menjawab pertanyaan tersebut.

b. Observasi

Observasi adalah suatu cara dalam pengumpulan data dengan mendatangi langsung tempat atau lokasi penelitian. Penelitian dilapangan, untuk mengetahui apa yang terjadi dengan mengandalkan indera pengamatan. Cara ini menjadi sarana untuk mengumpulkan data mengenai gejala dan proses komunikasi interpersonal yang dilakukan orangtua dan anak yang berjauhan tempat tinggal. Sehingga observasi itu dapat menjadi bahan masukan dalam penyelesaian penelitian yang dilakukan.

### **Metode Analisa data**

Teknik ini menjadi sarana untuk mengumpulkan data mengenai gejala dan proses komunikasi interpersonal yang dilakukan orang tua dan anak yang berjauhan tempat tinggal. Sehingga observasi itu dapat menjadi bahan masukan dalam penyelesaian penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisa data yang bersifat kualitatif, yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif analisis, yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis, perilakunya yang nyata, dan juga diteliti serta dipelajari. Setelah analisis data selesai maka hasilnya akan disajikan secara deskriptif, yaitu dengan cara menuturkan dan menggambarkan apa adanya sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Setelah itu mengambil kesimpulan akhir data-data yang telah dianalisis.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada umumnya kehidupan keluarga merupakan lingkungan pertama bagi setiap orang. Kehidupan keluarga memberikan pengaruh bagi sikap dan keterampilan seorang anak. Dalam hal ini pengaruh orang tua sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan anak. Keberhasilan sebuah keluarga dapat dilihat dari bagaimana orang tua menanamkan nilai-nilai kebajikan bagi anak mereka. Dalam sebuah keluarga, seorang anak akan merasa nyaman dalam berkomunikasi apabila mereka memiliki sikap terbuka terhadap seorang anak. Menurut Gottman dan De Claire (1998) Menjadi orang tua yang baik, kemudian membutuhkan lebih dari sekedar intelektualitas, melainkan juga menyentuh dimensi kepribadian dan melibatkan emosi. Keterbukaan emosi berarti menyadari perasaan anak, mampu berempati, menghibur, dan membimbing mereka. Perlakuan yang demikian

sering disebut kasih sayang afirmatif, yaitu bentuk kasih sayang yang menyediakan situasi yang baik bagi perkembangan emosi anak dan mendukung melalui cara yang dengan jelas dikenali oleh anak. Kasih sayang ini lebih dari sekedar memberi pujian, pelukan ataupun ciuman, tetapi melibatkan diri secara aktif dalam kehidupan emosi anak.

Pola komunikasi yang efektif memerlukan keterampilan komunikasi yang baik dari orang tua, seperti kemampuan memilih kata-kata yang tepat, menyusun pesan dengan struktur logis dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan kondisi emosional seorang anak. Selain itu, sikap dan pengetahuan orang tua juga memengaruhi efektivitas komunikasi. Sikap yang positif dan pengetahuan yang cukup tentang kondisi anak akan membantu dalam menyampaikan pesannya lebih efektif dan berdampak positif pada Kesehatan mental seorang anak khususnya seorang santri.

Dalam konteks pola komunikasi orang tua dan santri, pola komunikasi dua arah lebih disarankan karena memungkinkan adanya umpan balik santri kepada orangtua. Umpan balik ini penting untuk menyesuaikan pesan yang diberikan sehingga dapat membantu meningkatkan rasa dukungan juga kenyamanan emosional santri. Sebaliknya, komunikasi satu arah yang hanya mengalir dari orang tua ke santri tanpa umpan balik dapat menimbulkan kesalahpahaman sehingga dapat memperburuk hubungan juga komunikasi antara orang tua dengan santri. Peran orang tua dalam kehidupan seorang anak sangat penting, tidak terkecuali bagi santri. Hubungan dan komunikasi yang terjalin dengan baik akan mempengaruhi kehidupan seorang anak. Seperti, anak akan merasa lebih ceria di tiap hari-harinya, lebih mudah bergaul dengan sesama, dapat beradaptasi lebih cepat dengan sekitar dll.

Pada penelitian ini bertujuan untuk membahas hasil wawancara pada 5 orang santri Pondok Pesantren Manba'ul Hikam.

No	Nama/Identitas Santri	Asal Daerah	Keterangan
1	Nadyah Amirah Balqis	Sidoarjo	Melakukan hubungan jarak jauh Ketika SMP hingga saat ini ( SMA )

2	AlifatuZZakiyah Choironi	Sidoarjo	Melakukan hubungan jarak jauh Ketika SMP hingga saat ini ( SMA )
3	Nadin 'Athiyah Nafisah	Sidoarjo	Melakukan hubungan jarak jauh Ketika SMP hingga saat ini ( SMA )
4	Feby Nur 'Aisyah	Sidoarjo	Melakukan hubungan jarak jauh Ketika SMP hingga saat ini ( SMA )
5	Bryan Maulani	Sidoarjo	Melakukan hubungan jarak jauh Ketika SMP hingga saat ini ( SMA )

Pertanyaan hasil penelitian dari wawancara yang kami lakukan pada kelima narasumber sebagai berikut :

1. Sebagai anak yang hidup jauh orang tua, bagaimana cara kalian tetap menjaga komunikasi dengan orang tua?

**Narasumber 1 :** “ Dengan cara selalu mengikuti kegiatan di pondok pesantren, karena disetiap acara apapun kan pasti ada sesi dokumentasi, sehingga orang tua kita tau kegiatan apa saja yang kkita lakukan di pondok pesantren.”

**Narasumber 2 :** “ Sering mengirim surat kepada orang tua, berecerita lewat surat.”

**Narasumber 3 :** “ Mengirim kabar yang baik melalui surat.”

**Narasumber 4 :** “ Dengan cara mengirim surat yang nantinya akan dikirimkan oleh pengurus kepada orang tua.”

**Narasumber 5 :** “ Dipondok pesantren kan ada yang Namanya *sambang* (jenguk), dengan cara itulah kita dapat berkomunikasi secara langsung dengan orang tua.”

2. Seberapa sering kalian sebagai santri berkomunikasi dengan orang tua?

**Narasumber 1 :** “ Tidak terlalu sering, kita hanya diberi 1 kali bertemu sja dengan orang tua pada saat *sambangan* (jenguk), Pada saat itulah kita harus memanfaatkan waktu tersebut sebaik mungkin.”

**Narasumber 2 :** “ Hanya 1 bulan sekali, itupun jikalau orang tua sempat menjenguk.”

---

**Narasumber 3 :** “ jarang, karena minimnya alat komunikasi yang tersedia.”

**Narasumber 4 :** “ jarang, karena keterbatasan waktu, HP atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi.”

**Narasumber 5 :** “ tidak terlalu sering, ada kesempatan berkomunikasi jikalau waktu sambang santri saja.”

3. Kalian lebih suka menajlain komunikasi dengan orang tua dengan cara dijenguk atau sekedar via chat dan telepon? berikan alasannya!

**Narasumber 1 :** “ lebih suka via chat dan telepon karena lebih bisa mengungkapkan isi hati, soalnya kalau ketemu langsung atau dijenguk kadang malah terselip rasa gengsi.”

**Narasumber 2:** “ lebih memilih via chat daripada dijenguk, karena lebih praktis dan tidak merepotkan orang tua.”

**Narasumber 3 :** “ lebih suka langsung dijenguk daripada via chat, karena lebih melegakan.”

**Narasumber 4 :** “ Aku suka dijenguk soalnya ketemu langsung, dibandingin virtual.”

**Narasumber 5 :** “ Saya sendiri lebih suka dijenguk langsung, soalnya biar ga canggung kalo ngomong sama orang tua, sama biar dapet banyak motivasi dari orang tua.”

4. Sebagai seorang anak kalian pasti memiliki cerita yang terbuka mengenai masalah yang menimpa kalian, Bagaimana kalian menceritakan masalah kalian kepada orang tua kalian?

**Narasumber 1 :** “ Saya tidak pernah menceritakan masalah saya kepada orang tua, selagi saya bisa mengatasi sendiri saya tidak bercerita, dan saya selalu menceritakan hal-hal baik saja kepada orang tua.”

**Narasumber 2 :** “ Kalo mau cerita, biasanya pas liburan karena lebih banyak waktu dan ruangan mendukung.”

**Narasumber 3 :** “ Yang di ceritain yang baik-baik aja, agar orang tua tidak terlalu memikirkan masalah anak.”

**Narasumber 4 :** “ kalo saya menceritakan apa saja yang telah saya alami di pondok pesantren, dengan itu kita menjadi tenang karena tidak ada lagi yang saya sembunyikan.”

---

**Narasumber 5 :** “ saya sebagai anak biasanya menyelesaikan masalah saya sendiritanpa menyangkutkan orang tua. Tapi kalo sekiranya saya kesulitan dalam menghadapi sebuah masalah saya akan meminta solusi dan pendapat kepada orang tua saya.”

Dari wawancara tersebut dapat kita lihat, Bahwa Anak-anak dengan orang tua dan informannya juga sering melakukan komunikasi antar pribadi atau individu. Komunikasi arus bawah diartikan sebagai percakapan yang dimulai antara informan orang tua dan anak. Komunikasi hulu inilah yang disebut dengan komunikasi yang dimulai dari orang tua informan dan berlanjut ke anak informan. Dengan kelancaran arus komunikasi, diskusi tingkat atas dan bawah dapat terjadi satu sama lain

Pola komunikasi yang efektif memerlukan keterampilan komunikasi yang baik dari orang tua, seperti kemampuan memilih kata-kata yang tepat, menyusun pesan dengan struktur logis, dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan kondisi emosional anak. Selain itu, sikap dan pengetahuan orang tua juga memengaruhi efektivitas komunikasi. Sikap yang positif dan pengetahuan yang cukup tentang kondisi anak akan membantu dalam menyampaikan pesan yang lebih efektif dan berdampak positif pada kesehatan mental santri.

Dalam menjaga hubungan jarak jauh, seorang santri dalam menjaga komunikasinya dengan orang tua biasanya dengan, telpon, chat, *video call*, yang paling utama yakni dengan cara sambang atau dijenguk oleh orang tua. Setiap pondok pesantren pasti memiliki jadwal tersendiri untuk jenguk santri. Sehingga, orang tua tidak akan khawatir dengan kondisi anak mereka, sebab bisa bertatap muka dan berkomunikasi secara langsung dengan anak. Penting untuk memperhatikan intensitas komunikasi yang dilakukan agar hubungan tetap terjaga dan tidak terputus. Jika berbicara tentang zaman yang sudah maju, maka pondok pesantren pun tidak tertinggal oleh teknologi. Beberapa kegiatan yang dilakukan di pondok pesantren akan didokumentasikan oleh pihak pondok yang nantinya akan di-*share* atau dibagikan kepada walisantri. Metode ini sudah diterapkan di Pondok Pesantren Manba’ul Hikam.

Seorang anak yang menimba ilmu jauh dari orang tua, khususnya seorang santri pasti memiliki banyak sisi kebaikan. Salah satunya adalah mereka jauh lebih mandiri dan bertanggung jawab atas diri mereka sendiri. Orang tua pun tak perlu khawatir karena sudah

---

ada pihak yang mengawasi anak-anak mereka. Seperti, kyai, ustadz dan ustadzah juga pengurus yang akan mendampingi mereka di pondok pesantren.

Komunikasi yang terjadi pada santri yang merantau sering kali orang tua dan anak berkomunikasi dengan menanyakan kabar antara satu sama lain, bagaimana sekolahnya, mengajinya dan kesehariannya disana. Selain itu, para narasumber juga menjelaskan apabila mereka sedang mengalami permasalahan atau sesuatu yang terjadi kepada diri mereka, mereka lebih memilih untuk tidak menceritakan. Hal tersebut karena mereka takut orang tua mereka akan khawatir dan malah merepotkan orang tua yang jauh di sana. Sehingga mereka lebih memilih untuk menyelesaikan permasalahannya sendiri terlebih dahulu. Biasanya mereka hanya akan meminta pendapat atau motivasi kepada orang tua untuk sekedar memberi semangat dalam menimba ilmu di pondok pesantren.

Hubungan komunikasi anak dan orang tua dapat terjalin harmonis dengan tetap melakukan komunikasi via online seperti telfon dan video call, ditambah dengan sambang atau jenguk santri. Waktu-waktu tersebut dapat dimanfaatkan untuk berbincang-bincang mengenai cerita sederhana yang bisa menghangatkan suasana. Apabila terjadi perselisihan antara anak dan orang tua mereka selalu membicarakannya dengan baik. Orang tua memberikan nasehat dan wejangan kepada anak. Sedangkan anak juga diberikan kesempatan untuk mengutarakan pendapatnya dan juga pemikiran dari sudut pandangnya meskipun anak tersebut tetap bersalah.

Sering kita temui, zaman sekarang banyak orang tua yang menerapkan 2 pola komunikasi yakni *Authoritarian* dan *Authoritative*. *Authoritarian* merupakan gaya komunikasi orang tua yang otoriter dan mengorbankan otonomi anak, yakni pola komunikasi otoriter dimana orang tua melarang anak dengan mengorbankan otonomi anak. Pola komunikasi ini memiliki banyak aturan-aturan yang kaku dari orang tua, sebab aturan ini di buat demi kebaikan sang anak, sehingga sang anak harus mengikuti segala aturan yang diberikan, terkadang membuat sang anak merasa di kekang oleh kedua orang tua dengan aturan-aturan dari orang tua yang harus di patuhi.

Sedangkan, *Authoritative* yakni pola komunikasi orang tua secara demokratis, adanya sikap terbuka antara orang tua dengan sang anak. seperti orang tuanya yang selalu menghargai kemampuan anak, dan menyepakati aturan-aturan secara bersama antara anak dan orang tua. Dengan pola komunikasi ini bagi orang tua mementingkan kepentingan anak

adalah nomor satu dan tidak ragu dalam mengendalikan anak. orang tua juga harus memberikan kebebasan kepada anak untuk memilih, melalui tindakan pendekatan antara orang tua dan anak serta mendorong anak agar mampu memiliki sikap mandiri terhadap pengendalian dan tindakan anak.

Keterbukaan seorang anak tidak semata-merta sama dalam setiap keluarga, dikarenakan melihat dengan kondisi keluarga masing-masing. Jarak yang jauh juga alat yang terbatas di pondok pesantren menjadi hambatan komunikasi santri dengan orang tua. Sebuah percakapan atau komunikasi akan terputus sewaktu-waktu apabila adanya hambatan tersebut. Sehingga *sambang* atau jenguk santri menjadi solusi bagi para orang tua untuk tetap menjaga komunikasi yang baik dan efektif kepada anak mereka yang tinggal di pondok pesantren.

## **KESIMPULAN**

Dapat disimpulkan bahwa orang tua memiliki peran yang penting dalam mendukung Kesehatan jiwa anak, terutama bagi mereka yang berada dalam jarak jauh dari orang tua di pondok pesantren. Dukungan, perhatian, dan kasih sayang dari orang tua juga sangat diperlukan untuk membantu anak merasa lebih baik dan terhubung satu sama lain meskipun jauh dari rumah. Komunikasi yang baik antara orang tua dan anak merupakan kunci untuk membangun hubungan yang sehat. Saat orang tua mengutamakan kepentingan anak dan terlibat aktif dalam interaksi, hal ini menciptakan pola komunikasi yang efektif. Dalam konteks anak yang sedang di pondok pesantren, komunikasi ini sering kali meliputi pertanyaan tentang kabar, pengalaman sehari-hari, dan perasaan masing-masing. Media juga sangat berperan, seperti surat dan telepon yang sangat membantu para santri untuk membangun sebuah hubungan dan komunikasi yang baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Christian, C. and Jatmika, D. (2020). Pengaruh persepsi komunikasi efektif dengan orang tua terhadap kecenderungan kenakalan remaja di sma x jakarta. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 5(2), 157-168. <https://doi.org/10.24854/jpu77>

---

Fadhilah, C. (2023). Psikoedukasi mengenai penerapan komunikasi efektif antara orang tua dengan anak untuk meningkatkan perilaku positif anak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 2(2), 59-68. <https://doi.org/10.36490/jpmtnd.v2i2.671>

Fajri, M. (2022). Pola komunikasi orang tua dan anak di era digital: analisis quranic parenting terhadap q.s yusuf [12]:4-6. *Mafatih*, 2(1), 71-83. <https://doi.org/10.24260/mafatih.v2i1.722>

Mardhiyah, A. and Imran, A. (2019). Motivasi menghafal al-qur'an pada anak melalui komunikasi interpersonal. *Nyimak Journal of Communication*, 3(2), 97. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i2.1204>

Nurhaipah, T. (2023). Pelatihan pola komunikasi orangtua dan anak dalam mencegah kecanduan gadget pada anggota komunitas awabe. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7-12. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v13i3.2918>

Sabarua, J. and Mornene, I. (2020). Komunikasi keluarga dalam membentuk karakter anak. *International Journal of Elementary Education*, 4(1), 83. <https://doi.org/10.23887/ijee.v4i1.24322>

Septiani, R. (2021). Pentingnya komunikasi keluarga dalam pencegahan kasus kekerasan seks pada anak usia dini. *Jurnal Pendidikan Anak*, 10(1), 50-58. <https://doi.org/10.21831/jpa.v10i1.40031>

Sidharta, V. (2021). Pola komunikasi keluarga dalam pendidikan anak pada masa new normal. *Global Komunika Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(2), 21-26. <https://doi.org/10.33822/gk.v4i2.2619>

Wijayanti, A. and Puspitasari, N. (2018). Analisis pola komunikasi antarbudaya para santri di pondok pesantren tahfidz daarul quran jawa tengah. *Paramasastra*, 5(2). <https://doi.org/10.26740/parama.v5i2.3629>

Mulyana, Deddy. (1996). *Komunikasi Antarbudaya Panduan berkomunikasi dengan orang-orang berbeda budaya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

## Menggali Identitas Cosplayer Anime di Surabaya

Yuningsih Rajagukguk<sup>1</sup>, Zola Febeta Pratama<sup>2</sup>, dan Sultan Rahman Alamsyah<sup>3</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184138@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184138@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>

[20241184032@mhs.unesa.ac.id](mailto:20241184032@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>

[24041184081@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184081@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Cosplay adalah singkatan dari costum play yang berarti memakai kostum dari karakter anime, manga, dan game. Perkembangan Jepang sangat pesat membuat cosplay dikenal dimasyarakat luas khususnya para anak muda. Cosplay biasanya dijadikan wadah untuk mengekspresikan diri, selain itu komunitas cosplay juga berperan sebagai jembatan bagi para anak muda yang ingin menambah relasi dan juga pertemanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dibalik ketertarikan para cosplayer untuk menjadi cosplayer anime. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode wawancara dengan mewawancarai sebanyak enam informan yang termasuk dalam metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian kami ini juga mencari informan para cosplayer yang bergabung dalam komunitas cosplayer di Surabaya. Identitas cosplayer anime dibentuk oleh perpaduan antara ekspresi kreativitas, apresiasi pada anime Jepang, dan keinginan untuk memerankan karakter fiktif dari dunia game. Cosplay tidak hanya tentang mengenakan kostum, tetapi juga tentang berinteraksi dengan banyak orang, berbagi keterampilan membuat kostum karakter dari anime, manga dan game.

**Kata Kunci:** Kreativitas, kostum, komunitas, hobi, riasan wajah.

### PENDAHULUAN

Pada saat ini, sudah banyak budaya Jepang yang populer di Indonesia. mulai dari film, musik, anime, manga/komik, dan fashion. Masuknya budaya Jepang di Indonesia tidak lepas karena perkembangan teknologi yang pesat. Pada studi kasus kali ini akan lebih berfokus kepada salah satu budaya Jepang yang sangat terkenal di Indonesia, yaitu anime. Animasi Jepang atau yang biasa disebut dengan anime adalah sebuah Gambaran tangan atau animasi yang dibuat dengan bantuan teknologi seperti computer, Anime menyediakan berbagai genre cerita fiksi yang dapat membuat orang yang membaca/menonton sangat terpujau. Tidak bisa dipungkiri penulis/produser anime memang sangat luar biasa dalam menciptakan alur cerita. Selain itu, anime juga menyediakan kualitas visual dan grafis yang sangat luar biasa, hal ini tentu menarik banyak peminat. Orang-orang yang gemar menonton anime memiliki sebutan tersendiri, yaitu otaku. Para otaku tidak hanya gemar menonton anime, mereka kerap kali menirukan gaya berbicara dan kerap kali menggunakan pakaian yang digunakan oleh suatu karakter yang ada di anime pada suatu event cosplay. Cosplay yang awalnya berasal dari kecintaan terhadap karakter anime telah menjadi gaya hidup anak muda sekarang ini. Dengan mengikuti event cosplay anime, para cosplayer merasa mereka dapat mengekspresikan diri melalui karakter yang dipakai. Di Surabaya, antusiasme terhadap cosplay sangat tinggi,

banyak event cosplay yang diadakan hampir setiap minggu. Sekarang ini cosplay bukan hanya sekedar hobi melainkan sebuah pekerjaan yang dapat menghasilkan sehingga banyak orang yang menyebut diri mereka seorang cosplayer. Dalam era digital dan globalisasi, banyak orang yang menemukan jati diri mereka melalui karakter yang mereka sukai, menciptakan koneksi sosial dengan sesama penggemar. Menurut kami hal ini perlu diteliti, mengapa mereka menyebut identitas diri mereka sebagai cosplayer. Penelitian tentang identitas cosplay ini di Surabaya menjadi penting untuk dijawab karena fenomena ini tidak sekedar bentuk untuk hiburan, melainkan juga cara individu untuk mengekspresikan diri dan menemukan tempat dalam komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses membentuk identitas individu cosplay anime.

Penelitian penelitian ini kualitatif menggunakan metode dengan cara menggunakan pendekatan Fenomenologi Edgar dan Sedwick. Alasan peneliti menggunakan pendekatan Fenomenologi yaitu ingin mengetahui secara mendalam dan menyeluruh dari beberapa informan yang sudah terpilih. Peneliti akan melakukan pendekatan terhadap para informan yang sudah terpilih, lalu menggali informasi sedalam dalamnya dari para informan yang sudah terpilih. Dengan penelitian ini, diharapkan akan didapatkan hasil yang Hasil akhir penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan mendalam mengenai peran cosplay sebagai sarana pembentukan identitas, terutama pada konteks budaya Surabaya yang unik. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana budaya global seperti anime dapat diadaptasi dalam konteks lokal, serta bagaimana komunitas cosplay di Surabaya menjadi salah satu bentuk ekspresi budaya pada masa kini.

## **METODE**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif fenomenologi, metode kualitatif fenomenologi adalah salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang fokus pada pemahaman pengalaman hidup individu atau kelompok terkait suatu fenomena tertentu. Tujuan utama metode ini adalah menggali makna yang mendalam dari pengalaman tersebut, berdasarkan sudut pandang orang-orang yang mengalaminya langsung. Menurut (Moleong, 2018) bahwa “metodologi penelitian kualitatif yaitu sebagai prosedur suatu penelitian yang dimana menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari Untuk memahami suatu gejala, kita harus sabar menyaksikan, mendengarkan, dan memahami bahasa yang diungkapkan. Bagi Brouwer,

fenomenologi tidak bisa hilang dan menjadi syarat mutlak bagi seseorang yang mau memikirkan dasar dari usaha ilmiah atau dasar dari hidupnya sendiri. Ada beberapa aspek penting dalam fenomenologi. Pertama, fokus pada pengalaman subjektif, yaitu menggali pengalaman pribadi dari partisipan yang terlibat dalam fenomena tersebut, misalnya bagaimana seseorang pengalaman memaknai mereka kedalam dunia orang-orang atau suatu perilaku yang diamati”. sedangkan menurut Kirk dan Miller yang di kutip dari (Moleong, 2018) Peneliti kualitatif menurutnya adalah “ Tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahan nya”. Kata Brouwer (1984:3), seorang fenomenolog senang melihat gejala (fenomena). Ia bukan ilmu, tetapi merupakan sebuah cara pandang, metode pemikiran, a way of looking at things. cosplay. dilakukan Kedua, pengalaman data melalui wawancara, yaitu percakapan Panjang yang memungkinkan partisipan bercerita secara bebasd tentang pengalaman mereka. Ketiga, kami mencoba untuk memahami dan menggambarkan makna dari pengalaman tersebut, bukan menyamaratakan, tetapi untuk menjelaskan apa yang dirasakan dan dipikirkan oleh orang-orang yang mengalami fenomena tersebut. Keempat, kami mengesampingkan prasangka atau opini, agar pandangan subjektif para responden tidak memengaruhi hasil penelitian.

No	Inisial nama	Umur
1	LH	18
2	JB	16
3	VR	18
4	GA	16
5	AB	16

Table 1. Subjek Responden

Sumber data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian kualitatif adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama atau langsung dari partisipan dalam subjek penelitian. Data primer ini diperoleh dari Teknik pengumpulan data secara langsung dan juga melalui *WhatsApp*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomenologi berdasarkan pemikiran Moleong (2018) adalah suatu penelitian ilmiah yang mengkaji dan menyelidiki suatu peristiwa yang dialami oleh seorang individu, sekelompok individu, atau sekelompok makhluk yang hidup. Dalam penelitian ini didapatkan hasil dari teori moleong yang menetapkan fenomenologi adalah suatu peristiwa yang dialami oleh seorang individu atau kelompok individu. Hasil penelitian ini berasal dari pengalaman para informan. Sebagian besar jawaban responden mengatakan bahwa dalam beberapa tahun terakhir, jumlah event *cosplay* semakin banyak, dalam seminggu event *cosplay* diadakan satu atau dua kali. Seseorang yang ingin disebut sebagai *cosplayer* harus memahami karakter yang dia perankan baik dari segi penampilan maupun sifatnya. Hal tersebut diperlukan agar penampilan yang diperankan lebih terlihat natural. Tidak ada batasan umur untuk menjadi seorang *cosplayer*, anak-anak hingga dewasa bisa menjadi *cosplayer* namun, kostum yang dipakai harus sesuai dengan karakter yang diperankan karena ada beberapa kostum karakter *anime* yang terbuka dan tidak cocok digunakan oleh anak-anak. Sebagian besar responden menyatakan bahwa motivasi utama mereka menjadi *cosplayer* adalah untuk mengekspresikan kecintaan terhadap karakter *anime* favorit mereka. Beberapa responden juga mengungkapkan bahwa *cosplay* memberi ruang mereka untuk melarikan diri dari kehidupan mereka yang sebenarnya karena mereka bisa menjadi sosok yang berbeda. Beberapa *cosplayer* di Surabaya memilih untuk membuat kostum sendiri dan beberapa yang lainnya memilih untuk menyewa kostum. Dalam beberapa kasus, keputusan untuk membuat dan menyewa kostum dipengaruhi oleh faktor ekonomi, waktu, dan keterampilan para *cosplayer* itu sendiri. *Cosplay* tidak hanya dilihat sebagai hobi pribadi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun solidaritas dalam komunitas. Komunitas *cosplay* di Surabaya cukup solid, dengan adanya dukungan antar anggota dalam bentuk kolaborasi membuat kostum, berbagi tips *make up*, hingga mendukung satu sama lain saat mengikuti kompetisi atau acara *cosplay*.

Banyak *cosplayer* merasakan keadaan dualitas identitas saat mereka mengenakan kostum karakter *anime*. Identitas asli mereka sebagai individu seringkali bercampur dengan identitas karakter yang mereka perankan, menciptakan suatu ruang di mana mereka dapat mengeksplorasi bagian dari diri mereka yang tidak terungkap dalam kehidupan sehari-hari. Kekuatan komunitas *cosplay* di Surabaya sangat berpengaruh dalam pembentukan identitas kelompok. Solidaritas dan kebersamaan dalam komunitas ini menunjukkan bahwa identitas

*cosplayer* tidak hanya terbentuk dari diri individu, tetapi juga dari hubungan sosial dengan sesama *cosplayer*. Aspek ekonomi dan teknologi juga memengaruhi proses pembentukan identitas *cosplayer*. Keberadaan platform daring seperti *Instagram* dan *Tiktok* memungkinkan *cosplayer* untuk memposting kostum mereka kepada audiens yang lebih luas, sementara faktor ekonomi memengaruhi kemampuan mereka untuk membuat atau menyewa kostum yang diperankan. Secara keseluruhan, *cosplayer anime* di Surabaya adalah fenomena yang kompleks dan kaya akan makna identitas, baik secara individual maupun kelompok. Melalui *cosplay*, mereka menemukan cara baru untuk mengekspresikan diri dan membangun komunitas.

Beberapa hasil pertanyaan penelitian dari wawancara yang telah kami lakukan kepada para narasumber sebagai berikut :

1. Kapan event *cosplay* biasanya diadakan kapan saja? Dan berapa kali dalam sebulan?

**Narasumber 1:** Event *cosplay* biasanya diadakan pada hari weekend, yaitu sabtu dan minggu karena weekend adalah hari dimana banyak orang yang dapat menyempatkan diri untuk pergi ke event, sehingga event yang diadakan bisa ramai. Event *cosplay* akhir-akhir ini sangat sering diadakan bahkan bisa sampai 1-2 kali dalam seminggu.

**Narasumber 2:** Dari pengalamanku event *cosplay* biasanya diadakan kalau tidak sabtu ya minggu, kadang mungkin ada 1- 3 kali event dalam sebulan.

**Narasumber 3:** Event *cosplay* biasanya diadakan pada akhir pekan atau libur nasional, terutama saat ada konvensi *anime*, game atau pop culture. Frekuensi bisa bervariasi dari satu hingga dua kali dalam sebulan, tergantung kota dan komunitas.

2. Apakah seorang yang ingin menjadi *cosplayer* harus mengetahui secara rinci *anime* dari karakter yang akan diperankan?

**Narasumber 1:** Menurutku sangat dianjurkan, karena pada dasarnya *cosplay* dilakukan untuk meniru sosok karakter baik dari segi visual maupun karakter dari tokoh tersebut. Sehingga kemampuan *cosplayer* dalam melakukan *impersonate* atau mendalami karakter sangat dibutuhkan untuk menciptakan *cosplay* yang sempurna.

**Narasumber 2:** Iya dong harus, agar totalitas dalam *cosplay* karakter tersebut. Masa ingin *cosplay* tapi tidak menonton atau mengerti karakter yang ingin diperankan

---

**Narasumber 3:** Tidak harus mengetahui secara rinci *anime* atau game dari karakter yang di *cosplay*, tetapi biasanya lebih dihargai jika *cosplayer* memahami *anime* atau game dari karakter yang ingin diperankan.

3. Biasanya yang mengikuti event *cosplay anime* berkisar umur berapa?

**Narasumber 1:** Usia *cosplayer* umumnya berkisar 13 tahun hingga 30an tahun.

**Narasumber 2:** Setauku dari umur 16 hingga 25 tahun.

**Narasumber 3:** Sekarang ini *cosplay* sudah banyak diikuti oleh berbagai kalangan usia. Mulai dari orang dewasa sampai anak-anak dibawah umur semuanya bisa ikut *cosplay* asalkan tetap pada kodratnya masing-masing.

4. Platform apa saja yang digunakan untuk mengekspresikan diri mereka sebagai *cosplayer*?

**Narasumber 1:** Instagram

**Narasumber 2:** mungkin baru Instagram dan tiktok saja.

**Narasumber 3:** Instagram dan tiktok untuk berbagi foto dan video, youtube untuk vlog dan tutorial, facebook dan discord untuk bergabung dengan komunitas atau grup.

5. Apakah ada komunitas yang diikuti di Surabaya? Jika ada, apa pengaruh komunitas tersebut terhadap perjalanan *cosplay* kamu?

**Narasumber 1 :** Ada beberapa komunitas *cosplay* di Surabaya, seperti Surabaya *Cosplay Community* (SCC). Komunitas ini dapat memberikan pengaruh positif, yaitu memperluas jaringan pertemanan, membantu dalam pembuatan kostum atau sharing tips, dan meningkatkan kepercayaan diri untuk tampil di event.

**Narasumber 2:** Pernah saya ikut komunitas yang ada di Surabaya, pengaruh mereka terhadap saya, yaitu mempunyai banyak teman dalam perjalanan menjelajah semua event yang ada di Surabaya.

**Narasumber 3:** Saya pribadi tidak masuk di komunitas manapun

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa cosplay bukan hanya sekadar hobi, melainkan juga merupakan bentuk ekspresi diri yang menggabungkan kreativitas, komunitas, dan interaksi sosial. Ternyata sebuah komunitas cosplayer juga memiliki peran cukup penting dalam dunia cosplayer, komunitas tersebut dapat menciptakan ikatan sosial yang kuat, memperkuat rasa kebersamaan dan saling dukung di antara anggotanya, seperti meningkatkan kepercayaan diri dan lain sebagainya. Selain itu peran media sosial juga sangat penting dalam menyebarkan budaya cosplay, memungkinkan cosplayer untuk berbagi karya dan menjangkau audiens yang lebih luas, sekaligus membangun jaringan global. Dengan demikian, cosplay di Surabaya dapat dipandang sebagai fenomena yang memperkaya keragaman budaya serta ruang bagi individu untuk mengeksplorasi identitas mereka secara lebih luas.

Dengan adanya penelitian ini kami sampaikan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada teman-teman mahasiswa yang terlibat langsung dalam penelitian ini maupun pihak-pihak lain yang terlibat secara tidak langsung. Kami menyadari masih ada banyak kekurangan dalam makalah ini baik dalam penggunaan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu kami mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dramaturgi Finstagram 3 Cosplayer Kota Surabaya di Kehidupan Nyata Ilmu Komunikasi” Universitas 17 Agustus Surabaya, *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)*
- [2] “Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif” Universitas KH Abdul Chalim Mojokerto, *Jurnal Komunikasi Islam (J-Kis)*
- [3] “Budaya Populer Jepang di Indonesia : Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung” Oleh: Antar Venus & Lucky Helmi
- [4] “Metodologi penelitian kualitatif / penulis, Prof. DR. Lexy J. Moleong, M.A.”

---

## Mewujudkan Ruang Aman: Analisis Keamanan Dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Bus Transjakarta Pink

Atha Nidya Marshaniswa<sup>1</sup>, Zhara Martiza Isya Iyah Putri<sup>2</sup>,  
Bintang Chandra Auzola<sup>3</sup>

Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184275@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184275@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>

[20241184268@mhs.unesa.ac.id](mailto:20241184268@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>

[24041184261@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184261@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Pemberdayaan perempuan adalah elemen kunci dalam menciptakan masyarakat yang inklusif dan aman. Di Jakarta, Bus Transjakarta Pink diperkenalkan sebagai inisiatif transportasi yang dirancang khusus untuk perempuan, bertujuan untuk menciptakan ruang yang aman dan mendukung mobilitas perempuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis kebijakan untuk mengevaluasi dampak Bus Transjakarta Pink dalam meningkatkan mobilitas dengan mempertimbangkan keamanan dan pemberdayaan perempuan. Data diperoleh melalui wawancara dan survei dengan pengguna perempuan serta analisis dokumen kebijakan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran Bus Transjakarta Pink memberikan rasa aman yang signifikan bagi perempuan, meningkatkan aksesibilitas mereka terhadap berbagai fasilitas kota, dan mendukung pemberdayaan melalui peningkatan mobilitas. Penelitian ini menyoroti pentingnya penyediaan fasilitas transportasi yang ramah gender dalam meningkatkan keselamatan dan kemandirian perempuan di ruang publik. Implikasi kebijakan ini menunjukkan bahwa fasilitas yang didesain khusus untuk perempuan dapat menjadi langkah efektif dalam memperkuat pemberdayaan perempuan.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan Perempuan, Ruang Aman, Transportasi Publik.

### PENDAHULUAN

Keberadaan transportasi publik yang aman dan nyaman menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung mobilitas masyarakat, terutama bagi perempuan (Hastuti & Rahmawati, 2020). Di Jakarta, salah satu solusi yang diperkenalkan adalah Bus Transjakarta Pink, yang ditujukan khusus untuk perempuan (Dinas Perhubungan DKI Jakarta, 2021). Inisiatif ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan fasilitas transportasi yang lebih aman, tetapi juga untuk memberdayakan perempuan dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari (Sari et al., 2019). Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Bus Transjakarta Pink dapat berkontribusi terhadap pemberdayaan perempuan dan menciptakan ruang aman bagi mereka di ruang publik (Setiawan, 2022).

Keberadaan Bus Transjakarta Pink memberikan peluang bagi perempuan untuk lebih mandiri dalam mobilitas mereka. Menurut (Shamsul H et al, 2020), perspektif perempuan tentang transportasi publik di Jakarta menunjukkan bahwa keamanan dan kualitas layanan adalah prioritas utama. Bus yang didedikasikan untuk perempuan ini tidak hanya menawarkan kenyamanan, tetapi juga meningkatkan rasa aman dalam perjalanan sehari-hari. Dengan

---

adanya fasilitas ini, perempuan merasa lebih bebas untuk melakukan aktivitas di luar rumah, baik untuk bekerja maupun berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Hidayati (2021) yang menekankan bahwa transportasi yang aman adalah kunci untuk meningkatkan partisipasi perempuan dalam kehidupan publik.

Namun, inisiatif ini tidak hanya berkaitan dengan aspek keamanan, tetapi juga menyoroti pentingnya kebijakan transportasi yang responsif gender. (Mubarok & Suparman, 2022) menekankan bahwa untuk menciptakan layanan transportasi yang ramah bagi perempuan, perlu ada perhatian terhadap kebijakan yang mengakomodasi kebutuhan spesifik perempuan. Melalui pengembangan Bus Transjakarta Pink, diharapkan dapat membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya lingkungan yang mendukung bagi perempuan. Dengan demikian, inisiatif ini menjadi langkah strategis dalam mengatasi tantangan yang dihadapi perempuan di ruang publik dan mendukung mereka untuk menjalani kehidupan yang lebih produktif dan berdaya.

Penelitian ini bertujuan untuk memastikan akses perempuan terhadap transportasi publik yang aman dan nyaman sebagai salah satu faktor penting dalam meningkatkan partisipasi perempuan dalam masyarakat. Bus Transjakarta Pink, sebagai inisiatif khusus untuk perempuan, tidak hanya menjawab kebutuhan dasar mobilitas tetapi juga membuka akses yang lebih luas bagi perempuan untuk menjangkau layanan publik, termasuk layanan kesehatan, pendidikan, dan peluang ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran Bus Transjakarta Pink dalam mendukung pemberdayaan perempuan di Jakarta, khususnya dalam hal meningkatkan kemandirian dan partisipasi mereka di ruang publik. Rumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana transportasi publik yang responsif gender seperti Bus Transjakarta Pink dapat berkontribusi pada pencapaian keadilan gender dan pemberdayaan perempuan, serta bagaimana inisiatif ini memengaruhi akses perempuan terhadap peluang dan layanan publik yang lebih luas. (Shah, 2021.; Hidayati, 2021).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengguna Bus Transjakarta Pink, serta analisis dokumen terkait kebijakan dan program pemberdayaan perempuan di Jakarta. Hasil

---

wawancara dianalisis dengan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang berkaitan dengan pengalaman pengguna.

Selain itu, penelitian ini juga melibatkan observasi partisipatif di lapangan untuk memahami secara langsung bagaimana interaksi pengguna Bus Transjakarta Pink dengan lingkungan transportasi yang ada. Observasi ini dilakukan pada beberapa rute yang ramai digunakan oleh perempuan di berbagai jam operasional. Pengamatan ini bertujuan untuk melengkapi data dari wawancara, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengalaman dan persepsi perempuan terhadap keamanan dan kenyamanan di dalam bus tersebut. Dengan metode triangulasi data ini, penelitian diharapkan dapat memberikan analisis yang mendalam dan valid mengenai kontribusi Bus Transjakarta Pink dalam menciptakan ruang aman dan memberdayakan perempuan di Jakarta.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Fokus utama penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: Apa dampak dari keberadaan Bus Transjakarta Pink terhadap rasa aman perempuan saat menggunakan transportasi publik di Jakarta? Bagaimana inisiatif Bus Transjakarta Pink memengaruhi akses perempuan terhadap layanan publik dan peluang ekonomi di Jakarta? Apa peran kampanye edukasi yang menyertai peluncuran Bus Transjakarta Pink dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu keselamatan perempuan di ruang publik? Apa saja tantangan yang dihadapi perempuan saat menggunakan transportasi publik di malam hari ?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, diharapkan penelitian ini tidak hanya dapat memberikan wawasan tentang efektivitas Bus Transjakarta Pink sebagai alat pemberdayaan perempuan, tetapi juga menghasilkan rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan inisiatif serupa di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada upaya yang lebih besar untuk menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan adil bagi perempuan di Jakarta dan kota-kota lainnya.

### **1. Meningkatkan Rasa Aman**

Pengguna Bus Transjakarta Pink melaporkan bahwa adanya bus khusus untuk perempuan memberikan rasa aman yang lebih dibandingkan dengan transportasi umum lainnya. Pengaturan ini mengurangi kemungkinan terjadinya pelecehan seksual dan memberikan rasa

---

nyaman bagi perempuan dalam perjalanan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan ini secara langsung berdampak positif pada keamanan perempuan.

Inisiatif ini juga berkontribusi terhadap pengurangan stigma sosial yang sering dialami perempuan saat menggunakan transportasi publik. Sebagaimana dijelaskan oleh (Allen & Vanderschuren, 2016), kebijakan transportasi yang aman dan inklusif dapat membantu membangun kepercayaan diri perempuan dalam menggunakan fasilitas umum. Dengan adanya Bus Transjakarta Pink, perempuan merasa lebih diperhatikan dan dihargai, yang pada gilirannya meningkatkan partisipasi mereka dalam berbagai aspek kehidupan, baik di sektor ekonomi maupun sosial.

Selain itu, program ini juga mendukung upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu yang berkaitan dengan keselamatan perempuan. Melalui kampanye yang menyertai peluncuran Bus Transjakarta Pink, masyarakat diajak untuk lebih peka terhadap perlunya menciptakan lingkungan yang aman bagi perempuan. (Hidayati, 2021) mencatat bahwa edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya menghormati ruang dan privasi perempuan di transportasi publik sangat diperlukan. Dengan demikian, kebijakan ini tidak hanya menguntungkan pengguna bus, tetapi juga berkontribusi pada perubahan sosial yang lebih luas dalam masyarakat.

## 2. Meningkatkan Mobilitas dan Akses

Inisiatif ini juga berkontribusi pada peningkatan mobilitas perempuan. Dengan adanya Bus Transjakarta Pink, perempuan dapat lebih mudah mengakses berbagai fasilitas umum, seperti tempat kerja, pendidikan, dan kesehatan. Ini berimplikasi positif terhadap partisipasi perempuan dalam kehidupan sosial dan ekonomi, serta mendukung upaya pemberdayaan perempuan secara keseluruhan.

Inisiatif ini juga memperluas akses perempuan terhadap peluang ekonomi yang lebih besar. Dengan mobilitas yang lebih mudah dan aman, perempuan dapat mengejar karier yang sebelumnya mungkin terhalang oleh rasa tidak aman dalam transportasi publik. Transportasi khusus perempuan tidak hanya menciptakan lingkungan yang lebih aman, tetapi juga memungkinkan perempuan untuk lebih berdaya secara ekonomi melalui peningkatan partisipasi dalam sektor formal (Shah, 2021). Keberadaan Bus Transjakarta Pink secara tidak langsung mendukung inklusi ekonomi dengan memberikan akses yang lebih setara bagi perempuan untuk bekerja dan belajar.

Selain itu, transportasi yang aman mendorong keterlibatan perempuan dalam aktivitas sosial di luar jam kerja atau pendidikan. Dengan rasa aman yang lebih baik selama perjalanan, perempuan merasa lebih nyaman untuk mengambil bagian dalam kegiatan komunitas atau menjalani kehidupan sosial yang lebih aktif. Hal ini juga membantu membangun hubungan sosial yang lebih kuat dan memungkinkan perempuan untuk berperan lebih besar dalam pengembangan masyarakat mereka. Seperti diungkapkan oleh (Mubarok & Suparman, 2022) transportasi yang responsif gender adalah langkah penting untuk menciptakan masyarakat yang inklusif dan berkeadilan.

Lebih jauh lagi, inisiatif ini juga mendukung upaya mengurangi kesenjangan gender dalam akses terhadap layanan publik dan ekonomi. Dengan tersedianya Bus Transjakarta Pink, perempuan dapat lebih mudah mengakses fasilitas penting di perkotaan tanpa harus mengkhawatirkan keselamatan pribadi, yang sebelumnya sering kali menjadi hambatan utama. (Allen & Vanderschuren, 2016), menekankan bahwa transportasi yang aman berperan penting dalam memperluas pilihan dan kesempatan bagi perempuan, terutama di wilayah perkotaan yang padat. Dengan adanya infrastruktur yang mendukung, perempuan dapat mengembangkan potensi diri dan berkontribusi lebih besar pada pembangunan sosial dan ekonomi, sehingga mendorong terciptanya masyarakat yang lebih setara dan inklusif.

### 3. Membangun Kesadaran dan Pendidikan

Melalui program ini, terjadi peningkatan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu yang dihadapi perempuan di ruang publik. Kampanye yang menyertai peluncuran Bus Transjakarta Pink membantu mendidik masyarakat mengenai pentingnya menciptakan ruang aman bagi perempuan. Ini menjadi langkah awal dalam mengubah persepsi dan stigma yang ada dalam masyarakat terkait perempuan di transportasi publik.

Selain memberikan layanan yang aman, Bus Transjakarta Pink juga berfungsi sebagai platform untuk mempromosikan kesetaraan gender di ruang publik. Kampanye edukasi yang menyertai program ini membantu mematahkan stereotip yang sering melekat pada perempuan saat menggunakan transportasi umum. Menurut penelitian (Allen & Vanderschuren, 2016), inisiatif semacam ini mampu menantang pandangan tradisional tentang peran perempuan di ruang publik, mendorong masyarakat untuk lebih memahami pentingnya perlindungan dan pemberdayaan perempuan dalam kehidupan sehari-hari. Langkah ini dapat memperkuat

---

kesadaran kolektif mengenai pentingnya kesetaraan akses bagi semua pengguna transportasi, tanpa memandang gender.

Lebih lanjut, inisiatif ini membuka ruang bagi diskusi yang lebih luas mengenai kebijakan transportasi yang adil dan inklusif. Melalui upaya sosialisasi dan kampanye publik, masyarakat diajak untuk terlibat dalam dialog tentang keamanan dan hak perempuan di ruang publik. Seperti yang dicatat oleh (Shah, 2021)., transportasi khusus perempuan juga memicu refleksi tentang bagaimana sistem transportasi dapat dioptimalkan untuk melayani kebutuhan semua kelompok, termasuk kelompok rentan. Dengan demikian, program Bus Transjakarta Pink tidak hanya melindungi perempuan dari potensi risiko, tetapi juga menjadi alat penting dalam memperjuangkan keadilan sosial dan gender di sektor transportasi.

#### 4. Inisiatif untuk Meningkatkan Keamanan Perempuan dalam Transportasi Malam

Dalam konteks meningkatkan keamanan perempuan, laporan UN Women tentang *After Dark: Encouraging Safe Transit for Women Travelling at Night* menggarisbawahi pentingnya menciptakan sistem transportasi yang aman bagi perempuan yang beraktivitas di malam hari. Laporan tersebut menunjukkan bahwa perempuan sering kali menghadapi tantangan signifikan ketika menggunakan transportasi publik setelah gelap, termasuk risiko tinggi terhadap pelecehan dan kekerasan. Untuk mengatasi masalah ini, (UN Women, 2021) merekomendasikan serangkaian kebijakan dan praktik yang dirancang untuk meningkatkan rasa aman, seperti peningkatan pencahayaan di halte dan area stasiun, pelatihan untuk pengemudi dalam menangani situasi darurat, serta pengenalan layanan transportasi khusus untuk perempuan pada jam-jam tertentu.

Selain itu, laporan tersebut mendorong partisipasi perempuan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan terkait transportasi, untuk memastikan bahwa kebutuhan dan kekhawatiran mereka diakui dan diakomodasi. Dengan melibatkan perempuan dalam desain layanan transportasi, diharapkan akan tercipta lingkungan yang lebih responsif gender dan inklusif. Ini sejalan dengan inisiatif Bus Transjakarta Pink, yang bertujuan untuk memberikan solusi serupa dalam meningkatkan keamanan dan mobilitas perempuan di Jakarta, khususnya di malam hari.

Salah satu langkah konkret yang diusulkan oleh (UN Women, 2021) adalah penerapan teknologi untuk meningkatkan keamanan, seperti aplikasi mobile yang memungkinkan pengguna untuk berbagi perjalanan dan melacak lokasi mereka secara real-time. Aplikasi ini

dapat berfungsi sebagai alat pelindung tambahan bagi perempuan yang bepergian di malam hari, memberikan rasa aman lebih karena adanya fitur pemantauan dan notifikasi. Dengan kemajuan teknologi, solusi berbasis aplikasi ini juga dapat memfasilitasi komunikasi antara penumpang dan penyedia layanan, serta memberikan akses cepat ke bantuan darurat jika diperlukan. Inisiatif semacam ini menunjukkan bagaimana inovasi dapat berkontribusi pada peningkatan keamanan transportasi publik, terutama bagi perempuan.

Selain itu, (UN Women, 2021) menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan sektor swasta untuk menciptakan lingkungan transportasi yang aman bagi perempuan. Kemitraan ini dapat mendorong pengembangan kebijakan yang lebih baik, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya keamanan perempuan di ruang publik, dan memberikan pelatihan kepada pengemudi dan staf transportasi tentang perlunya menghormati dan melindungi penumpang. Dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam menciptakan sistem transportasi yang aman dan responsif, diharapkan akan tercipta perubahan yang berkelanjutan dalam acara perempuan mengakses dan menggunakan transportasi publik, sehingga mereka dapat bepergian dengan lebih percaya diri dan tanpa rasa takut.

## **KESIMPULAN**

Bus Transjakarta Pink merupakan langkah positif dalam pemberdayaan perempuan dan menciptakan ruang aman di Jakarta. Inisiatif ini tidak hanya memberikan akses transportasi yang lebih baik, tetapi juga meningkatkan rasa aman, mobilitas, dan kesadaran masyarakat tentang isu gender. Untuk ke depannya, perlu ada evaluasi dan pengembangan lebih lanjut agar program ini dapat terus berkontribusi dalam pemberdayaan perempuan dan menciptakan lingkungan yang aman bagi semua.

Bus Transjakarta Pink telah berhasil menjadi salah satu solusi transportasi yang responsif gender di Jakarta. Melalui program ini, perempuan dapat menikmati perjalanan yang lebih aman dan nyaman, yang pada akhirnya meningkatkan partisipasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan sosial. Kebijakan ini tidak hanya berfokus pada keamanan fisik, tetapi juga pada aspek psikologis, memberikan rasa tenang yang memungkinkan perempuan lebih leluasa bergerak di ruang publik. Dengan demikian, inisiatif ini dapat dilihat

---

sebagai bagian dari upaya yang lebih besar untuk mendukung pemberdayaan perempuan di kota metropolitan seperti Jakarta.

Secara keseluruhan, inisiatif ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada pengguna Bus Transjakarta Pink tetapi juga berkontribusi pada perubahan sosial yang lebih luas. Dengan rekomendasi kebijakan yang dihasilkan dari penelitian ini, diharapkan dapat memperkuat upaya untuk menciptakan sistem transportasi yang aman, responsif gender, dan inklusif bagi semua, serta mendorong keadilan sosial dan kesetaraan gender di Jakarta dan kota-kota lainnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Hastuti I, Rahmawati I. The importance of safe and comfortable public transportation in supporting women's mobility. *J Transport Res.* 2020;15(2):105-120.
- Dinas Perhubungan DKI Jakarta. Laporan tahunan Bus Transjakarta 2021. Jakarta: Dinas Perhubungan DKI Jakarta; 2021.
- Sari DN, Hidayati R, Utami D. Gender-responsive transport policy in Jakarta: The case of Bus Transjakarta Pink. *J Gender Studies.* 2019;8(1):35-50.
- Setiawan Y. Empowering women through gender-responsive transportation: A case study of Bus Transjakarta Pink. *J Urban Policy.* 2022;10(3):200-215.
- Shamsul Harumain S, Supriyadi H, Astuti R. Women's perspectives on public transportation in Jakarta: Safety and service quality priorities. *J Women's Transport Studies.* 2020;5(1):45-60.
- Hidayati N. The role of safe transportation in enhancing women's participation in public life. *J Social Issues.* 2021;22(4):301-315.
- Mubarok A, Suparman R. Gender-responsive transport policies: The case of Bus Transjakarta Pink. *J Transport Policy.* 2022;12(2):80-95.
- Allen K, Vanderschuren M. The impact of inclusive transport policies on women's mobility. *J Urban Transport.* 2016;18(3):199-210.
- Shah A. Gender and public transport: Challenges and opportunities. *J Public Transport Res.* 2021;7(1):10-25.



---

UN Women. After dark: encouraging safe transit for women travelling at night. New York:  
UN Women; 2021

---

## Peran Gen Z Menjadi Agen Perubahan Keberagaman Sosial Di Dunia Maya

Shahibatuz Zahra Hasaniy<sup>1</sup>, Dinda Atikah Wulandari<sup>2</sup>, Angela Agatha<sup>3</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184192@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184192@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>

[20241184065@mhs.unesa.ac.id](mailto:20241184065@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>

[24041184164@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184164@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana cara Gen Z dapat menjadi penggerak perubahan sosial dalam mendukung keberagaman di dunia maya. Sebagai generasi yang hidup dan tumbuh di era kemajuan teknologi, Gen Z dikenal cukup dekat dengan kehidupan bermedia sosial. Gen Z juga memiliki peluang besar dan cara kreatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu sosial, kesetaraan serta keberagaman melalui aktivitas mereka di platform digital. Pendekatan penelitian yang kami gunakan adalah kualitatif dengan metode wawancara secara langsung terhadap beberapa responden dari kalangan Gen Z. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh kajian pustaka yang memanfaatkan berbagai artikel dan sumber terpercaya untuk memperkuat pemahaman tentang media sosial dalam mempromosikan keberagaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z punya pandangan yang lebih terbuka dan inklusif terhadap keberagaman sosial di media sosial dibandingkan di dunia nyata. Media sosial memberikan ruang bagi Gen Z untuk berdiskusi secara bebas, namun keterlibatan mereka seringkali kurang efektif karena kampanye yang dilakukan cenderung tidak melibatkan interaksi secara langsung dengan komunitas yang lebih luas. Di sini, Gen Z harus menggunakan media sosial secara bijaksana untuk menyebarkan pesan-pesan yang positif sebagai peran mereka dalam agen perubahan. Upaya pembatasan terhadap konten negatif perlu diperhatikan agar menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat. Selain itu, kampanye yang lebih terstruktur serta partisipasi masyarakat luas dalam mendukung keberagaman sosial di dunia maya sangatlah harus diperhatikan.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Generasi Z, Teknologi, Keberagaman Sosial. Agen Perubahan

### PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi pertama yang tumbuh dalam era digital dan memiliki akses yang luas terhadap teknologi dan media sosial. Menurut Bencsik & Machova (2016), karakteristik ini menjadikan mereka sangat terhubung dengan dunia maya, di mana mereka menghabiskan rata-rata enam jam sehari di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube (McKinsey, 2024). Media sosial telah menjadi arena penting bagi Gen Z untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, dan mengadvokasi isu-isu sosial seperti keberagaman dan kesetaraan (Pew Research Center, 2023). Meskipun Gen Z menunjukkan minat yang tinggi terhadap keberagaman sosial di dunia maya, tantangan tetap ada. Survei menunjukkan bahwa kurangnya minat terhadap isu-isu keberagaman dapat menghambat upaya mereka untuk menjadi agen perubahan (CivicScience, 2023). Namun, media sosial juga memberikan platform terbuka untuk diskusi dan promosi pesan positif tentang keragaman (McKinsey Health Institute, 2022). Gen Z dapat memanfaatkan teknologi

untuk mendukung isu-isu sosial dan menjadi pelaksana norma yang berlaku di masyarakat. Keterlibatan aktif Gen Z di dunia maya dapat meningkatkan kesadaran akan keberagaman sosial, meskipun ada risiko munculnya konflik antarkelompok (Amber Student, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa kampanye online yang dilakukan oleh Gen Z sering kali kurang efektif karena tidak melibatkan interaksi langsung (AECF, 2023). Dalam konteks ini, penting bagi Gen Z untuk mendidik diri sendiri dan orang lain tentang keberagaman sosial serta membatasi akses ke konten negatif (Vanessa, 2024). Dengan memahami dinamika ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Generasi Z dapat berperan sebagai agen perubahan dalam isu-isu keberagaman sosial di dunia maya. Melalui wawancara dan pengumpulan data kualitatif dari responden Gen Z, diharapkan dapat diperoleh wawasan lebih dalam mengenai pandangan mereka terhadap keberagaman dan peran media sosial dalam menciptakan perubahan positif.

## **METODE**

Upaya penelitian yang dilakukan adalah dengan cara pendekatan kualitatif yang didasarkan pada wawancara secara langsung dengan Generasi Z sebagai narasumber untuk keperluan teori pembahasan, yakni peran Generasi Z menjadi agen perubahan keberagaman sosial di dunia maya. Terdapat berbagai sumber dari artikel-artikel yang berkaitan sebagai pendukung landasan teori pembahasan. Penelitian ini bertujuan untuk mencari dan memahami informasi yang berkaitan dengan pembahasan khususnya pemanfaatan teknologi untuk mendukung isu-isu sosial, kesetaraan, keberagaman, toleransi, serta menjadi pelaksana agar media sosial dapat berjalan sesuai dengan kaidah norma yang berlaku di dalam masyarakat, sehingga diperlukan adanya pendekatan kualitatif dengan Generasi Z serta pemahaman artikel yang relevan dengan pembahasan untuk terciptanya teori pembahasan yang utuh. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni dengan cara melakukan wawancara yang berisi susunan pertanyaan relevan dengan pembahasan. Juga terdapat teknik kajian pustaka yang meliputi artikel dari situs web yang kredibel dan referensi bacaan lainnya. Setelah mengumpulkan data informasi, selanjutnya menjadikan data informasi tersebut sebagai landasan dalam pengimplementasian dalam penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil dan riset yang kami ambil dari pertanyaan dan penelitian terhadap gen Z serta metode kualitatif yakni wawancara, beberapa responden Gen Z yang berjumlah 6 memiliki pernyataan yang berbeda dan beragam mengenai agen perubahan mereka di dunia maya. Pandangan Gen Z tentang keberagaman sosial di dunia maya lebih inklusif dibandingkan dengan dunia nyata. Kurangnya minat terhadap isu keberagaman di kalangan Gen Z juga menjadi tantangan utama yang dihadapi dalam mendukung keragaman sosial di dunia maya. Peran medsos dalam membentuk pandangan Gen Z terhadap isu-isu keberagaman sosial seperti memberikan platform terbuka untuk diskusi tentang keberagaman. Dengan membatasi akses ke konten negative dan diskriminatif dapat membantu Gen Z menyebarkan pesan positif tentang keragaman sosial. Melalui langkah-langkah konkret untuk mempromosikan keberagaman sosial dan inklusi di dunia maya seperti mengedukasi diri dan orang lain tentang keberagaman sosial juga sangat penting. Dampak positif dari keterlibatan aktif Gen Z di dunia maya terkait isu sosial dan keragaman dapat meningkatkan kesadaran, sedangkan munculnya konflik antarkelompok berbeda merupakan dampak negatif dari keterlibatan Gen Z. Kampanye online yang dilakukan Gen Z dalam mengatasi diskriminasi dan intoleransi di internet kurang efektif karena tidak terlibat secara langsung. Selain itu, dari beberapa gen Z yang kami teliti, hal yang dapat kami simpulkan adalah memang betul beberapa gen Z itu "mageran". Hal ini tak bisa di pungkiri karena gen Z lahir dan tumbuh di era yang serba instan. Oleh karena itu mungkin sebagian gen Z ingin mengerjakan sesuatu dengan hasil yang cepat tanpa proses yang butuh effort lebih. Namun menurut pandangan narasumber, gen Z juga merupakan orang yang kreatif dan dapat membawa perubahan positif di media sosial. Mengetahui hubungan media sosial dan gen Z sangat dekat karena setiap hari gen Z membuka platform media sosial, gen Z dapat berperan aktif untuk menyebarkan kreatifitas mereka seperti menunjukkan bakat, menyebarkan kalimat penyemangat, memaparkan ide dan pendapat mereka secara positif terkait isu yang sedang ada di masyarakat. Beberapa dari gen Z sering memanfaatkan media sosial sebagai media untuk berjualan, berbisnis, maupun mempromosikan karya mereka. Sebagai gen Z, tentu kita perlu berhati-hati dan waspada terkait penggunaan media sosial karena banyaknya kata-kata menjatuhkan, informasi terkait judi online, pornografi, dan lain-lain. Menurut Vanessa (23), cara yang perlu gen Z lakukan adalah membatasi, karena kita perlu dengan bijak menggunakan media sosial. Walaupun banyak oknum-oknum yang

memanfaatkan media sosial sebagai sarana menyebarkan informasi negatif, kita selaku generasi penerus bangsa harus mampu menolak dan tak terpengaruh akan informasi tersebut. Cara memanfaatkan media sosial dengan positif sebenarnya mudah, tergantung pribadi orangnya apakah mereka ingin berperan secara positif atau negatif.

## **KESIMPULAN**

Riset yang telah dilaksanakan menyoroti pandangan Gen Z terhadap keberagaman sosial di dunia maya serta perilaku mereka dalam menggunakan media sosial. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa Gen Z memiliki pandangan yang lebih inklusif tentang keberagaman sosial di dunia maya dibandingkan dengan dunia nyata. Namun, kurangnya minat terhadap isu-isu keberagaman merupakan tantangan utama dalam mendukung keragaman sosial online. Media sosial berperan signifikan dalam membentuk pandangan Gen Z tentang isu-isu keberagaman sosial. Jawaban dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa Gen Z memiliki cara tersendiri untuk ikut berpartisipasi mewujudkan perubahan positif di media sosial, seperti menyebarkan pesan-pesan positif, menunjukkan minat bakat, serta sebagai media untuk berbisnis. Meskipun minat mereka terhadap isu-isu keberagaman sosial tergolong rendah, Gen Z tetap menunjukkan pandangan yang lebih inklusif di dunia maya dibandingkan dengan dunia nyata. Media sosial menjadi wadah bagi mereka untuk berdiskusi dan menyebarkan opini terkait keberagaman. Namun, efektivitas kampanye mereka masih sangat terbatas karena minimnya interaksi secara langsung. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih bijak dalam menggunakan media sosial termasuk membatasi konten negatif. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan Gen Z memiliki kesadaran diri untuk berpartisipasi menjadi agen perubahan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bencsik, A. &. (2016). The Characteristics of Generation Z and Their Relationship with Technology. *Journal of International Studies*, 61-70.
- Bencsik, A. &. (2016). The impact of generational differences on the workplace. *Journal of Business Research*.
- Center, P. R. (2023). *Social media use in 2023*.
- Company, M. &. (2024). *The state of Gen Z: Insights from the latest research*.

- Francis, A. &. (2018). The impact of digital technologies on young people's lives. In Handbook of Children, Culture, and Violence, 341-354.
- Johnson, L. (2021). The impact of social media on Generation Z's perception of diversity. 345-360.
- McKinsey. (n.d.).
- Meta. (2023). Survei Meta Ungkap Minat & Perilaku Khas Gen Z di Media Sosial. Era Space.
- Research, I. f. (n.d.). Diversity and Inclusion in the Digital Age: A Study on Generation Z.
- Research, P. (2021). Teens, Social Media & Technology 2021.
- Rinanda, F. &. (2022). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. Jurnal SHARE, 199-208.
- Singh, R. &. (2016). Characteristics of generation Z and their use of technology. International Journal of Advanced Research in Computer Science. 123-128.
- Tapscott, D. (1998). Growing Up Digital: How the Next Generation Is Changing Ypur World. McGraw Hill Professional.
- Vanessa, T. (2023). How Generation Z navigates social media responsibly.

## **Pola Komunikasi Generasi Alpha di Tengah Pesatnya Transformasi Teknologi Digital**

**Kirani Devintya Sahara<sup>1</sup>, Reva Lukitasari<sup>2</sup>, Sahrul Maulana<sup>3</sup>**

**Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>**

[24041184196@mhs.unesa.ac.id<sup>1</sup>](mailto:24041184196@mhs.unesa.ac.id)

[20241184062@mhs.unesa.ac.id<sup>2</sup>](mailto:20241184062@mhs.unesa.ac.id)

[24041184322@mhs.unesa.ac.id<sup>3</sup>](mailto:24041184322@mhs.unesa.ac.id)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pola komunikasi Generasi Alpha, yang lahir setelah tahun 2010, dalam konteks transformasi teknologi digital yang pesat. Generasi ini tumbuh di lingkungan yang sangat terhubung dengan perangkat digital, memengaruhi cara mereka berinteraksi. Menggunakan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap orang tua, yang dipilih secara purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Generasi Alpha dikenal sebagai "digital natives", preferensi untuk interaksi langsung masih ada, meski tidak seragam. Beberapa anak lebih memilih berkomunikasi melalui teknologi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pola komunikasi mereka bervariasi tergantung pada lingkungan keluarga dan preferensi individu, serta menunjukkan bahwa teknologi digital membentuk cara berpikir dan bertindak mereka dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai perubahan pola komunikasi di kalangan Generasi Alpha dan implikasinya terhadap pendidikan dan perkembangan sosial mereka.

**Kata Kunci:** Generasi Alpha, pola komunikasi, transformasi digital, teknologi, komunikasi digital

### **PENDAHULUAN**

Transformasi teknologi digital yang terjadi dalam beberapa dekade terakhir telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah pola komunikasi. Generasi Alpha, yang lahir pada rentang tahun 2010 ke atas, tumbuh dalam lingkungan yang sudah sepenuhnya terhubung secara digital. Sejak usia dini, mereka telah akrab dengan perangkat teknologi seperti smartphone, tablet, dan asisten virtual yang menjadi bagian integral dari keseharian mereka (Novianti et al., 2019) Hal ini membentuk pola komunikasi yang berbeda dibandingkan generasi-generasi sebelumnya, di mana media sosial, aplikasi pesan instan, dan berbagai platform digital lainnya memainkan peran sentral.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, Generasi Alpha tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga membentuk tren baru dalam cara berkomunikasi (Fadlurrohimi et al., 2020) Mereka lebih mengandalkan komunikasi berbasis teks, gambar, video pendek, dan emoji daripada komunikasi verbal tradisional. Hal ini menunjukkan pergeseran yang menarik dalam cara anak-anak dan remaja mengungkapkan diri, berinteraksi dengan teman sebaya, serta mempelajari dan menerima informasi (Anwar, 2022) Dampak transformasi digital ini membuka diskusi lebih lanjut tentang bagaimana perkembangan teknologi berkontribusi pada

---

perubahan pola komunikasi serta bagaimana Generasi Alpha mengadaptasi teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam sebuah keluarga, terutama yang tinggal di daerah perkotaan, berbagai aspek telah mengalami perubahan, baik dari segi nilai-nilai hingga simbol-simbol yang menghubungkan peran-peran dalam hubungan sosial keluarga. Perubahan pola komunikasi yang terjadi di keluarga perkotaan saat ini dikhawatirkan akan merusak struktur keluarga yang berkualitas, yang pada akhirnya akan berdampak pada kualitas suatu bangsa.

Kehadiran fisik dalam keluarga mulai tergantikan oleh kehadiran virtual. Akibatnya, keluarga di perkotaan telah kehilangan "aura," yaitu semangat yang memancar dari keluarga sebagai lingkungan pertama proses pematangan, tempat pendidikan karakter, moral, dan kebersamaan yang diperlukan untuk kehidupan sosial, berbangsa, dan bernegara. Dalam keluarga digital, interaksi langsung telah digantikan oleh komunikasi melalui teknologi informasi, seiring berkembangnya budaya virtual. Ogburn, seorang ahli sosiologi keluarga, telah memprediksi bahwa sistem keluarga akan berubah seiring kemajuan teknologi (Ihromi, 2000:5).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pola komunikasi Generasi Alpha di tengah perubahan cepat lanskap teknologi digital. Dengan memahami dinamika tersebut, kita dapat memetakan dampak jangka panjang teknologi terhadap perkembangan sosial, kognitif, dan emosional generasi ini. Penelitian tentang pola komunikasi Generasi Alpha di tengah pesatnya transformasi teknologi digital sangat penting karena beberapa alasan, seperti Perubahan Pola Komunikasi: Teknologi digital secara drastis mengubah cara berkomunikasi. Generasi Alpha tumbuh dalam era yang sangat berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, di mana penggunaan media sosial, pesan instan, dan platform digital mendominasi. Penelitian ini membantu memahami bagaimana perubahan tersebut memengaruhi cara mereka berinteraksi, baik secara personal maupun sosial. Dampak Sosial dan Emosional: Paparan teknologi sejak usia dini dapat mempengaruhi perkembangan sosial dan emosional anak. Studi ini dapat memberikan wawasan mengenai dampak penggunaan teknologi terhadap hubungan interpersonal, perkembangan bahasa, dan cara mereka mengekspresikan emosi, yang berbeda dari generasi sebelumnya.

Adaptasi dan Literasi Digital: Penelitian ini juga dapat menjelaskan tingkat adaptasi Generasi Alpha terhadap teknologi. Dengan memahami bagaimana mereka belajar dan memanfaatkan teknologi, dapat diidentifikasi kebutuhan literasi digital yang mungkin

diperlukan agar mereka dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk hal-hal positif. Penelitian ini dapat berfokus pada aspek-aspek baru dan kontekstual yang belum banyak diteliti, terutama dalam perspektif Indonesia, dan mengkaji pola komunikasi lebih mendalam daripada penelitian yang ada. Penelitian kami berfokus terhadap pola komunikasi, kajian konteks sosial, dampak jangka panjang. Untuk mendukung penelitian anda mengenai pola komunikasi Generasi Alpha di tengah transformasi teknologi digital, ada beberapa data ilmiah yang relevan. Penggunaan Media Digital: Studi menunjukkan bahwa Generasi Alpha sangat tergantung pada perangkat digital seperti smartphone dan tablet. Mereka menggunakan perangkat ini untuk berbagai aktivitas, termasuk menonton video, bermain game, dan belajar melalui aplikasi edukatif. Sebuah survei terhadap anak-anak usia 6-14 tahun mengungkapkan bahwa sebagian besar dari mereka menggunakan perangkat digital beberapa kali sehari, dengan smartphone sebagai perangkat yang paling dominan.

Dampak Teknologi pada Perkembangan Kognitif dan Sosial: Penelitian lainnya menunjukkan bahwa keterpaparan yang intens terhadap media digital dapat mempengaruhi kemampuan kognitif, seperti fungsi eksekutif dan fokus anak-anak, serta kemampuan sosial mereka. Generasi ini juga menghadapi tantangan seperti ketergantungan pada teknologi yang dapat mempengaruhi perkembangan mental dan sosial.

Pola Komunikasi dan Kebutuhan Sosial: Generasi Alpha cenderung menggunakan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan sosial dan kognitif mereka. Aplikasi media sosial, game online, dan platform pembelajaran menjadi bagian penting dari interaksi sosial mereka. Di sisi lain, hal ini juga memunculkan kekhawatiran tentang bagaimana mereka menyeimbangkan aktivitas online dengan interaksi sosial tatap muka.

Data-data ini menunjukkan bahwa pola komunikasi Generasi Alpha sangat dipengaruhi oleh penggunaan teknologi digital, yang mengubah cara mereka berinteraksi, belajar, dan bersosialisasi. Anda bisa menggunakan hasil penelitian ini untuk memperkuat jurnal anda, terutama dalam memahami peran teknologi dalam kehidupan sehari-hari Generasi Alpha. Berdasarkan wawancara dengan beberapa orang tua, meskipun Generasi Alpha dikenal sebagai "digital natives" yang akrab dengan teknologi, sebagian dari mereka ternyata lebih menyukai interaksi langsung. Namun, pandangan ini tidak sepenuhnya seragam. Beberapa orang tua mengakui bahwa anak-anak mereka masih memiliki preferensi untuk bertemu dan berkomunikasi secara tatap muka, terutama dalam situasi sosial tertentu. Sebaliknya, ada juga anak-anak yang lebih mengandalkan teknologi dalam berinteraksi sehari-hari. Hal ini

menunjukkan bahwa pola komunikasi Generasi Alpha dapat bervariasi, tergantung pada lingkungan keluarga dan preferensi individu anak. Teori Komunikasi Generasi (*Generational Communication Theory*) berfokus pada perbedaan cara komunikasi antar generasi yang dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan teknologi yang ada di masa tumbuh kembang mereka. Setiap generasi memiliki karakteristik komunikasi yang unik berdasarkan pengalaman historis, perkembangan teknologi, dan perubahan sosial yang mereka alami.

Rincian Teori Komunikasi Generasi: Pengaruh lingkungan sosial dan sejarah lingkungan sosial, seperti peristiwa besar yang terjadi pada masa seseorang tumbuh, memengaruhi cara berpikir dan berkomunikasi suatu generasi. Misalnya, Gen X yang tumbuh di masa transisi dari teknologi analog ke digital memiliki cara pandang berbeda dibandingkan Gen Z atau Gen Alpha yang lahir di era internet.

Pengaruh Teknologi: Setiap generasi terpapar dengan tingkat teknologi yang berbeda. Generasi Baby Boomers, misalnya, lebih terbiasa dengan komunikasi tatap muka atau melalui telepon, sementara generasi Gen Alpha tumbuh dengan teknologi digital yang memungkinkan komunikasi instan melalui media sosial, pesan teks, dan platform online.

#### Perbedaan Gaya Komunikasi Antar Generasi:

Baby Boomers (lahir 1946-1964): Lebih nyaman dengan komunikasi tatap muka, email, atau telepon. Mereka menghargai hubungan yang mendalam dan komunikasi yang formal (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Generasi X (lahir 1965-1980): Generasi ini dikenal adaptif terhadap teknologi. Mereka sering menggunakan email dan SMS, serta mengutamakan efisiensi dalam komunikasi.

Generasi Y/Millennials (lahir 1981-1996): Tumbuh bersama internet dan media sosial, generasi ini lebih mengutamakan komunikasi visual, sering menggunakan aplikasi pesan instan dan platform media sosial. Generasi Z (lahir 1997-2010): Lebih memilih komunikasi cepat, informal, dan visual seperti video pendek atau emoji. Media sosial menjadi pusat interaksi mereka.

Generasi Alpha (lahir 2010 ke atas): Gen Alpha sepenuhnya dibesarkan di era digital dengan smartphone dan internet menjadi bagian integral dari kehidupan mereka. Mereka lebih memilih komunikasi yang sangat visual dan interaktif, sering berinteraksi melalui media sosial dan platform berbasis video seperti TikTok dan YouTube.

Penyesuaian Generasi dengan Teknologi. Teori ini juga menjelaskan bagaimana setiap

---

generasi menyesuaikan diri dengan teknologi yang ada pada masanya. Generasi yang lebih muda, seperti Gen Z dan Gen Alpha, sangat fasih menggunakan teknologi digital, sementara generasi yang lebih tua mungkin perlu waktu lebih lama untuk beradaptasi (Pavelka, 2023) Pengaruh Budaya Kerja dan Nilai-nilai Komunikasi Nilai-nilai yang dianut setiap generasi juga mempengaruhi cara mereka berkomunikasi. Generasi yang lebih tua mungkin lebih menghargai hierarki dan formalitas dalam komunikasi, sementara generasi yang lebih muda cenderung lebih egaliter dan informal, bahkan dalam lingkungan profesional. Fleksibilitas dan Kesalahan Pemahaman Antar Generasi.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali dan memahami pola komunikasi Generasi Alpha di tengah transformasi teknologi digital. Metode kualitatif dipilih karena memberikan fleksibilitas dalam mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan perilaku komunikasi yang dilakukan oleh subjek penelitian secara mendalam. Fokus utama penelitian ini adalah pada pemahaman konteks sosial dan teknologi yang membentuk cara Generasi Alpha berkomunikasi di era digital.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara mendalam dan observasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan pandangan langsung dari subjek penelitian, yaitu anak-anak Generasi Alpha dan orang-orang di sekitar mereka, mengenai pola komunikasi sehari-hari mereka, khususnya melalui platform digital. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung interaksi komunikasi yang terjadi, baik secara verbal maupun non-verbal, terutama dalam lingkungan digital seperti penggunaan media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform berbasis video.

Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Pendekatan ini dipilih untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data kualitatif, yang terkait dengan pola komunikasi, pengaruh teknologi, serta perubahan perilaku komunikasi yang khas pada Generasi Alpha. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pola interaksi digital yang mendominasi kehidupan Generasi Alpha di era teknologi saat ini.

---

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi Generasi Alpha tidak sepenuhnya didominasi oleh interaksi digital, meskipun mereka tumbuh di era teknologi yang serba canggih. Berdasarkan wawancara mendalam dan observasi, ditemukan bahwa sebagian besar anak-anak Generasi Alpha masih menikmati dan mengutamakan interaksi langsung (face-to-face) dalam situasi tertentu, terutama dalam konteks sosial yang melibatkan keluarga, teman dekat, atau kegiatan di sekolah. Meskipun mereka terbiasa dengan penggunaan media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform berbasis video, interaksi langsung tetap memiliki tempat yang penting dalam kehidupan mereka.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pola komunikasi Generasi Alpha sangat dipengaruhi oleh pola pengasuhan orang tua. Anak-anak yang dibesarkan dalam keluarga yang mendorong interaksi langsung cenderung lebih terbiasa berkomunikasi secara tatap muka. Mereka merasa nyaman berbicara langsung dengan orang lain, baik dalam konteks formal maupun informal. Sebaliknya, anak-anak yang lebih sering diberikan akses bebas ke perangkat digital tanpa pengawasan atau arahan cenderung lebih bergantung pada komunikasi digital. Faktor didikan dan nilai-nilai yang ditanamkan oleh orang tua memainkan peran penting dalam menentukan preferensi komunikasi mereka.

Dalam beberapa kasus, ditemukan bahwa orang tua yang secara aktif membatasi penggunaan perangkat digital di rumah dan mendorong kegiatan keluarga, seperti makan bersama atau diskusi harian tanpa gangguan teknologi, berhasil membentuk pola komunikasi yang lebih seimbang pada anak-anak mereka. Anak-anak dari lingkungan keluarga seperti ini menunjukkan keterampilan komunikasi interpersonal yang lebih baik, serta cenderung lebih suka melakukan percakapan langsung ketika berinteraksi dengan teman sebaya.

Namun, terdapat pula variasi dalam preferensi komunikasi ini, yang tergantung pada situasi. Misalnya, dalam interaksi yang lebih informal atau untuk tujuan hiburan, banyak anak Generasi Alpha yang lebih memilih menggunakan platform digital seperti media sosial dan aplikasi pesan singkat. Teknologi digital memberikan kemudahan dalam menjaga hubungan jarak jauh dan memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri secara lebih kreatif melalui konten visual dan audio. Temuan ini mengonfirmasi bahwa Generasi Alpha tidak hanya bergantung pada teknologi digital, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyeimbangkan interaksi langsung dan komunikasi digital, tergantung pada lingkungan

---

pengasuhan dan konteks sosial yang mereka hadapi. Dalam konteks ini, teori Komunikasi Generasi (Generational Communication Theory) yang menekankan pengaruh lingkungan sosial dan perkembangan teknologi terhadap pola komunikasi, sangat relevan.

Dari perspektif teori media baru, Generasi Alpha memang sangat akrab dengan media digital, namun interaksi langsung tetap menjadi kebutuhan dasar yang tidak dapat diabaikan, terutama dalam membangun hubungan yang lebih mendalam. Pola komunikasi mereka dapat dilihat sebagai hasil adaptasi terhadap teknologi, tetapi juga sebagai refleksi dari nilai-nilai yang ditanamkan oleh keluarga

Faktor didikan orang tua menjadi salah satu determinan utama yang membentuk pola komunikasi Generasi Alpha. Orang tua yang menanamkan nilai pentingnya interaksi langsung berhasil menciptakan keseimbangan dalam cara anak-anak mereka berkomunikasi, baik melalui media digital maupun tatap muka. Sebaliknya, anak-anak yang lebih sering dibiarkan mengakses teknologi tanpa batasan cenderung lebih nyaman dengan komunikasi berbasis teks atau video, sehingga berpotensi mengurangi kemampuan komunikasi interpersonal mereka. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Alpha dikenal sebagai generasi digital native, mereka tidak sepenuhnya meninggalkan interaksi langsung, yang menunjukkan fleksibilitas dalam pola komunikasi mereka. Hal ini memberikan pemahaman baru bahwa meskipun teknologi terus berkembang, interaksi manusia secara langsung masih memiliki tempat yang penting dalam membentuk keterampilan sosial dan pola komunikasi Generasi Alpha.

### **Gambar dan Ilustrasi Lainnya**

Temuan ini adalah temuan menarik yang berlawanan dengan anggapan umum bahwa mereka lebih bergantung pada teknologi digital. Beberapa faktor yang mendukung preferensi interaksi langsung ini bisa jadi dipengaruhi oleh didikan orang tua, yang membatasi penggunaan gadget dan lebih mendorong anak-anak untuk terlibat dalam aktivitas sosial, permainan fisik, dan percakapan tatap muka.

Studi-studi menunjukkan bahwa meskipun Generasi Alpha terbiasa dengan teknologi, peran orang tua yang aktif dalam mengarahkan pola komunikasi anak-anak sangat penting. Orang tua yang memberikan keseimbangan antara penggunaan teknologi dan kegiatan sosial langsung berperan dalam membentuk preferensi anak-anak untuk berinteraksi secara langsung, seperti bermain di luar atau berkumpul dengan teman-teman.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menemukan bahwa pola komunikasi Generasi Alpha dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk didikan orang tua, lingkungan sosial, dan akses terhadap teknologi. Meskipun dikenal sebagai generasi digital native, anak-anak ini tetap menunjukkan preferensi untuk interaksi langsung dalam situasi tertentu, terutama dalam konteks hubungan dekat dan lingkungan keluarga. Didikan orang tua berperan penting dalam menciptakan keseimbangan antara komunikasi digital dan tatap muka; anak-anak yang dibesarkan dalam lingkungan yang mendorong interaksi langsung cenderung memiliki keterampilan komunikasi interpersonal yang lebih baik. Selain itu, tantangan muncul dalam menjaga keterampilan komunikasi interpersonal, seperti membaca isyarat non-verbal. Oleh karena itu, dukungan dari orang tua, pendidik, dan pembuat kebijakan sangat penting untuk memastikan Generasi Alpha dapat beradaptasi dengan baik di era digital tanpa mengabaikan keterampilan sosial yang esensial. Penelitian ini menekankan perlunya keseimbangan antara penggunaan teknologi dan interaksi langsung untuk perkembangan optimal Generasi Alpha.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anwar, F. (2022). Generasi Alpha: Tantangan dan Kesiapan Guru Bimbingan Konseling dalam Menghadapinya. *At-Taujih: Bimbingan Dan Konseling Islam*, 5(2), 68–80.
- Chabibie, M. H. (2020). Generasi Alfa, Teknologi Pembelajaran dan Indonesia 2045. *TIMES Indonesia*.
- Fadlurrohim, I., Husein, A., Yulia, L., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2020). Memahami Perkembangan Anak Generasi Alfa di Era Industri 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 178.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*.
- Ihromi, T.O. (2000). *Bunga Rampai: Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Yayasan Obor

Indonesia.

Novianti, R., Hukmi, & Maria, I. (2019). Generasi Alpha- Tumbuh Dengan Gadget Dalam Genggaman. *Jurnal Educhild: Pendidikan & Sosial*, 8(2), 65–70.

Saman, A. M. (2023). Pola Asuh Orang Tua Milenial dalam Mendidik Anak Generasi Alpha di Era Transformasi Digital. *Jurnal Basicedu*, 7(1), 989-1001.

Sindonews. (2024). Ini Cara Lindungi Generasi Alpha dari Bahaya Dunia Digital. *Sindonews*.

Šramová, B., & Pavelka, J. (2023). Generation Alpha Media Consumption During Covid-19 and Teachers' Standpoint. *Media and Communication*.

Zulkifli, M., Fadzil, S., & Rahman, H. (2022). A Systematic Literature Review of Education for Generation Alpha. *Discover Education*.

## Motif Penggunaan *Second Account* Media Sosial Instagram sebagai Konten Humor di Kalangan Generasi Z

Jonathan Varel Navaro Setiawan<sup>1</sup>, Mareta Aisyah Kusmawati<sup>2</sup>, Hima Listiyawi Nadia<sup>3</sup>

Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184203@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184203@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>

[20241184027@mhs.unesa.ac.id](mailto:20241184027@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>

[24041184076@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184076@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengungkap motif di balik penggunaan *second account* Instagram sebagai wadah untuk konten humor di kalangan Generasi Z. Fenomena *second account* menjadi tren di kalangan pengguna media sosial, terutama Generasi Z, sebagai sarana mengekspresikan diri dengan lebih bebas. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisis berbagai akun Instagram yang digunakan sebagai *second account* untuk tujuan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *second account* didorong oleh keinginan untuk mengekspresikan sisi humor tanpa tekanan ekspektasi sosial, kebebasan berkreasikan, dan interaksi lebih mendalam dengan teman terdekat. Namun, terdapat juga potensi dampak negatif seperti penyebaran humor yang bersifat sindiran. Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang perilaku komunikasi Generasi Z di era digital dan implikasinya terhadap pengembangan identitas online.

**Kata Kunci:** Akun Kedua, Instagram, Generasi Z, Konten Humor

### PENDAHULUAN

Komunikasi adalah proses interaksi antara individu atau kelompok yang bertujuan untuk menyampaikan pesan, ide, atau gagasan (Fahreza, 2020). Secara umum, komunikasi dapat dilakukan secara lisan atau verbal, sehingga mudah dipahami oleh kedua pihak yang terlibat (Satrio, 2020). Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam membangun interaksi sosial dan menciptakan kehidupan sosial yang harmonis. Tujuan utama dari komunikasi adalah untuk menjalin hubungan dengan orang-orang di sekitar kita, yang pada gilirannya mendukung pembentukan identitas diri (Mulyana, 2017). Selain itu, kita juga menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi cara berpikir dan berperilaku orang lain sesuai dengan keinginan kita.

Komunikasi memiliki berbagai jenis, salah satunya adalah komunikasi massa. Komunikasi massa didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan kepada banyak orang secara bersamaan melalui berbagai media. Ciri khas dari komunikasi massa adalah sifatnya yang umum. Seiring dengan kemajuan teknologi, internet telah muncul sebagai bentuk media massa yang modern. Meskipun sebelumnya internet tidak dianggap sebagai bagian dari media

massa, analisis menunjukkan bahwa ciri, dan fungsi yang dimiliki internet jelas mengindikasikan bahwa termasuk dalam kategori komunikasi massa (Hidayat, 2015).

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi komunikasi semakin maju, terutama dengan munculnya internet yang memudahkan masyarakat untuk berinteraksi. Kehadiran media baru ini memberikan dampak positif, karena memungkinkan orang untuk berkomunikasi dengan lebih mudah melalui platform media sosial. Menurut Mulawarman dan Nurfitri (2017), media sosial merupakan inovasi dari internet yang memungkinkan komunikasi tanpa batasan waktu dan jarak. Bagi banyak orang, media sosial menjadi ruang virtual yang nyaman untuk berkumpul dan berdiskusi dengan teman. Pengguna dapat membahas berbagai topik dan saling berbagi informasi terkini. Beberapa platform media sosial yang paling populer saat ini termasuk Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, dan Telegram.

Perkembangan internet di era digital telah melahirkan media sosial yang memberikan pengguna kebebasan untuk berbagi, namun juga menciptakan tantangan terkait privasi. Hal ini mengakibatkan berbagai respons, baik positif maupun negatif, seperti komentar sinis dan gosip. Salah satu platform yang sering mengalami fenomena ini adalah Instagram. Instagram berfungsi sebagai tempat untuk menampilkan berbagai aktivitas sehari-hari, seperti mengunggah foto saat liburan atau kegiatan seperti memasak. Selain itu, pengguna juga dapat membagikan kutipan, lagu, dan lainnya (Sofyan, 2018). Instagram juga menjadi sarana untuk berbagi konten humor, dengan banyak akun yang mengunggah lelucon dan konten menghibur lainnya.

Generasi Z adalah generasi yang berusia 8 hingga 23 tahun yang akrab dengan perkembangan teknologi. Keberadaan generasi Z bisa kita tandai dengan seringnya interaksi dalam platform digital sebagai media untuk berkomunikasi. Pada generasi Z memiliki karakteristik komunikasi yang cenderung menyukai gaya komunikasi yang santai, bersahabat dan toleran terhadap perbedaan. Mereka juga dikenal dengan cara menyampaikan pesan secara singkat dan jelas. Media sosial menjadi platform yang populer untuk mengekspresikan diri melalui unggahan konten berupa foto, video, dan tulisan singkat (*caption*) yang mencerminkan identitas pengguna melalui akun pribadi atau akun lain (Alyusi, 2019). Belakangan ini, fenomena akun kedua atau *second account* semakin populer di kalangan pengguna media sosial. Akun kedua ini biasanya digunakan oleh sebagian orang untuk lebih terbuka kepada orang lain atau

mencapai tujuan tertentu.

Akun kedua (*second account*) biasanya digunakan untuk melakukan tujuan tertentu dan rata-rata yang memiliki akun Instagram lebih dari satu adalah perempuan Menurut (Permana dan Sutedjha, 2021). Pengguna Instagram biasanya membuat akun sampingan untuk menyembunyikan identitasnya dan membuat akun yang lebih privat atau rahasia. Akun kedua biasanya lebih sering digunakan karena pengguna dapat mengekspresikan diri mereka secara bebas di akun tersebut. Selain itu pengguna tidak dituntut untuk menjadi sempurna dan sebagian besar pengguna merasa lebih nyaman mengakses akun kedua. Biasanya akun kedua diikuti oleh pengguna yang merupakan orang-orang tertentu atau terdekat dari pemilik akun. Akun kedua (*second account*) memunculkan akibat yang membuat diri menjadi lebih tertutup kepada orang lain karena lebih sering memposting cerita pada akun kedua yang hanya diikuti oleh orang-orang tertentu daripada memposting pada akun utama yang dimiliki. Penggunaan akun kedua atau *second account* memiliki beberapa ciri khas. Biasanya, pengguna memilih *username* yang berbeda dari akun pertama mereka. Selain itu, mereka cenderung mengunggah lebih banyak foto dibandingkan di akun utama, jumlah pengikutnya pun biasanya lebih sedikit, dan pengikut tersebut umumnya terdiri dari orang-orang terdekat saja (Astuti, 2020). *second account* dapat dikatakan sebagai akun yang dikhususkan untuk lingkaran pertemanan tertentu sebagai akun yang bersifat lebih asik yang nantinya akan digunakan sebagai sarana untuk mengekspresikan diri lebih bebas dibanding dengan akun utama, adapun beberapa ciri dari *second account*, akun ini biasanya menggunakan *username* yang berbeda dari nama asli dan cakupannya lebih kecil yaitu hanya teman terdekat, dengan adanya *second account* tidak memakai identitas asli, yang dapat dibuat untuk menggunakan nama samaran dengan berbeda dengan *first account*. Pada *second account* orang lebih dapat mengekspresikan diri dan lebih terbuka serta lebih banyak buat story yang tidak resmi.

Akun kedua atau *second account* memiliki berbagai fungsi, baik yang positif maupun negatif. Dari sisi positif, pengguna dapat membagikan konten yang bermanfaat, seperti kutipan, tips, dan berbagai pengetahuan. Di sisi lain, ada juga dampak negatif, seperti penyebaran informasi yang tidak benar atau hoaks tanpa tanggung jawab. Tujuan penggunaan *second account* sering kali adalah untuk berbagi konten humor, yang dapat diakses oleh orang-orang terdekat.

Konten humor dalam *second account* menawarkan cara yang unik dan menyenangkan untuk

menghibur teman dekat sambil menciptakan suasana yang positif. Dengan memanfaatkan konten humor misalnya, pengguna dapat menciptakan gambar atau teks yang mencerminkan situasi sehari-hari, seperti hal hal random, kebiasaan lucu saat di rumah, atau kehidupan sehari-hari yang sering kali terlihat konyol. Selain itu, juga menjadi pilihan menarik di mana pengguna bisa mengubah sebuah lirik lagu atau dialog dari film terkenal, memberikan nuansa humor yang lucu dan mengena bagi teman-teman terdekat yang melihat. Menghadirkan kutipan atau komentar konyol dari teman dan keluarga juga bisa membuat konten terasa lebih personal, sekaligus mengajak teman-teman terdekat untuk merasakan nostalgia atau situasi serupa. Cerita pendek yang menggambarkan pengalaman lucu atau kegagalan dalam hidup bisa menjadi daya tarik tersendiri, memberikan hiburan sambil menyampaikan pesan. Adapun video reaksi terhadap konten viral pun dapat memperkaya variasi konten, menampilkan kepribadianmu sambil merespons hal-hal yang sedang tren. Kuis humor dan gambar editan kreatif juga bisa melibatkan teman dekat secara interaktif sehingga membuat mereka merasa lebih terhubung dengan akun, dengan menggabungkan berbagai bentuk konten ini, *second account* milik pengguna tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga tempat di mana orang dapat berkumpul, berbagi humor atau candaan, dan menjalin hubungan yang lebih erat. Motif penggunaan akun kedua adalah untuk memberikan ruang bagi pengguna untuk membuka diri, yang berarti mereka dapat berbagi informasi tentang diri mereka kepada orang lain dengan menyampaikan apa yang mereka rasakan. Hal ini menjadi salah satu faktor utama yang mendorong orang untuk menggunakan *second account* di media sosial (Prihatiningsih,2017). Melalui akun kedua, pengguna merasa memiliki kebebasan untuk mengekspresikan berbagai aspek kepribadian yang mungkin tidak bisa ditunjukkan di akun utama. Akun ini menyediakan ruang bagi individu untuk berbagi konten yang lebih kreatif, seperti karya seni, tulisan, atau aktivitas sehari-hari tanpa tekanan untuk memenuhi ekspektasi sosial. Dengan demikian, pengguna dapat menjelajahi identitas mereka dan mencoba bentuk-bentuk ekspresi yang berbeda, baik yang bersifat serius maupun santai. Kebebasan ini tidak hanya meningkatkan kreativitas, tetapi juga menciptakan rasa kedekatan dengan orang-orang yang memiliki minat serupa, sehingga membentuk komunitas yang mendukung dan inklusif di platform digital. Maka dijelaskan sesuatu dapat dilakukan melalui tulisan dan gambar tanpa mengungkapkan identitas diri. Oleh karena itu, menganalisis

penggunaan akun kedua menjadi salah satu aspek penting dalam ilmu komunikasi yang perlu diteliti lebih lanjut.

## **METODE**

Pada penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif tujuannya adalah agar dapat memahami maksud dari setiap individu secara mendalam dan mencaai informasi lebih lanjut mengenai alasan penggunaan *second account* sebagai konten humor pada kalangan generasi z. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali lebih dalam tentang banyaknya pengguna *second account*, mengenai motif, pengelolaan, dan dampak penggunaan akun kedua terhadap kehidupan sosial generasi z dan juga tujuan dari penggunaan *second account* sebagai media penyalur humor.

Sampel penelitian ini adalah mahasiswa sebagai representasi dari generasi z yang aktif menggunakan Instagram. Data diambil dari hasil wawancara dan dari referensi jurnal-jurnal terdahulu. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi motif utama penggunaan akun Instagram kedua sekaligus juga mengerti tujuan dan makna penggunaan akun kedua (*second account*) sebagai konten humor, pengekspresian diri yang lebih bebas, mengungkap bagaimana cara pengelolaan kedua akun tersebut, serta keuntungan dan kerugian dalam penggunaan *second account* di kalangan generasi z.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL**

Hasil Wawancara dan Penelitian Kualitatif dari narasumber, yaitu mahasiswa yang termasuk kedalam generasi z dengan penggunaan *second account*

Gambar 1. akun utama dan akun kedua (*secondaccount*)



Sumber: Pubiway

sebagai konten humor pada media sosial instagram yaitu,

#### A. Kebebasan Berekspresi

Generasi z menggunakan *second account* sebagai ruang untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dengan mengunggah konten yang lebih autentik dan spontan tanpa khawatir adanya penilaian, tidak seperti yang sering terjadi di akun utama. Salah satu pengguna yaitu Javin dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Unesa angkatan 2023 mengatakan, "Di akun kedua, saya bisa jadi diri saya sendiri seperti memposting hal-hal *random* yang mungkin tidak cocok di akun utama." Selanjutnya pada narasumber kedua mengatakan, "Akun pertama digunakan untuk diri sendiri agar terlihat lebih formal dan enak dipandang, dan untuk akun kedua lebih bisa menjadi diri sendiri, menjadi pribadi yang terbuka tapi hanya untuk teman terdekat saja." ujar Khansa mahasiswa Ilmu Komunikasi Unesa angkatan 2024, lalu yang terakhir dari Riski mahasiswa Ilmu Komunikasi Unesa angkatan 2023 jugamengucapkan "Penggunaan *second account* lebih ke arah untuk kehidupan pribadi sehari-hari yang arahnya privat jadi hanya teman dekat saja yang bisa melihat dan jadi lebih bebas."

#### B. Penyaluran Konten Humor

*Second account* sering digunakan untuk berbagi konten humor. Konten humor sendiri merupakan konten yang diharapkan bisa menghibur dan membuat sang penerima konten tertawa. Salah satu pengguna *second account* yaitu Javin yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Unesa angkatan 2023 berkata "kebanyakan unggahan saya di *second account* isinya merupakan kata-kata lelucon, seringnya saya mengunggahnya di *instagram story*." Sama halnya dengan Javin, seorang narasumber lain memberikan pernyataan tentang *second account* sebagai media penyaluran konten humor, "Saya menggunakan *second account* sebagai penyebaran meme yang memang sengaja tidak saya unggah di akun pertama. Saya sering mengunggahnya di *feeds* instagram, atau di postingan instagram," ungkap Mala, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unesa angkatan 2024. Dalam dua pernyataan tersebut tidak lebih sama, namun sedikit ada perbedaan yaitu Javin (narasumber 1)

menggunakan *second account* untuk mengunggah kata-kata lelucon sehingga *second account* dapat sebagai media penyebaran kata-kata lucu yang telah iabuat maupun konten orang lain diinstagram *story*, dibandingkan dengan Mala (narasumber 2), Mala menggunakan *second account* sebagai media penyebaran meme namun dengan menggunakan *feeds* instagram dibandingkan dengan instagram *story*.

Jenis konten humor yang sering muncul di khalayak umum, yaitu memedan gambar lucu. Meme dan gambar lucu seringkali dibagikan oleh berbagai kalangan, terutama generasi z. Gambar yang diunggah tak hanya gambar lucu biasa, seringnya foto atau gambar lucu tersebut terlebih dahulu di edit sebelum di unggah dengan menambahkan kata- kata yang sedang trend di berbagai media sosial. Ada salah satu narasumber yaitu Evallyn yang merupakan Mahasiswa baru angkatan 2024 Ilmu Komunikasi Unesa mengatakan “saya menggunakan *second account* kan memang untuk mengunggah gambar-gambar lucu tentang saya dan teman-teman saya. Terkadang sebelum saya mengunggah gambar tersebut, saya seringkali mengedit foto saya maupun teman saya untuk menambah kesan humor yang ada di dalam gambar tersebut.”

### C. Pengelolaan *Second Account*

Mayoritas pengguna *second account* sangat teliti dalam memilih siapa yang boleh mengikuti akun keduadan juga cenderung hanya mengizinkan teman dekat atau orang-orang dengan selera humor yang sama. Namun, sedikit berbeda dengan salah satu narasumber ini, yaitu Mala mahasiswa Ilmu Komunikasi Unesa angkatan 2024. Mala mengatakan bahwa “di *second account* saya tidak memiliki spesifikasi langsung tentang siapa saja yang dapat melihat postingan maupun *story* instagram saya. Karena isi dari *second account* saya yaitu hanya berisi postingan tentang konten humor dan juga foto-foto kenangan saya.”

*Second account* cenderung memiliki frekuensi posting yang mendukung dibandingkan akun utama dalam membagikan konten apa saja tanpa memikirkan "waktu posting yang tepat". Seperti yang dirasakan pada narasumber yang satu ini yang merupakan mahasiswa angkatan 2023 yaitu Javin. “saya lebih sering *online* di akun kedua dibandingkan dengan akun pertama saya, bahkan saya pernah lupa

bahwa saya memiliki akun pertama.”

## PEMBAHASAN

Penggunaan *second account* merupakan hal yang lumrah, apalagi di kalangan generasi z. Penggunaan *second account* diupayakan oleh generasi z untuk bisa mengekspresikan diri dalam bertingkah laku, dan secara bebas melakukan apapun yang tidak bisa mereka lakukan pada akun pertama mereka. *First account* sendiri menurut generasi z adalah perihal estetika, seringkali generasi z merasa harus untuk tampil sempurna di akun pertama atau akun pertama ini berfungsi sebagai *personal branding*. Citra pengguna di akun pertama adalah hal yang sangat dijunjung, serta penggunaan akun pertama cukup terbatas dikarenakan rasa khawatir pengguna tentang pemilihan unggahan akan merusak citra publik pengguna.

Penggunaan *second account* di kalangan generasi z di Instagram juga didorong oleh beberapa motif utama, termasuk keinginan untuk mengekspresikan sisi humor maupun hal *random* yang tidak dapat tersalurkan pada akun pertama. Pengguna *second account* merasa bahwa akun kedua memberi mereka ruang untuk berbagi konten maupun komentar humor tanpa tekanan dari ekspektasi sosial yang sering terjadi di akun utama. Ruang tersebut seringkali menjadi media pencarian berbagai jenis humor, dari humor yang ringan hingga humor yang provokatif. Humor ringan sendiri dapat dikatakan sebagai humor yang niatnya hanya untuk lelucon tanpa ada keterkaitan dengan sarkasme. Sedangkan humor provokatif adalah lelucon yang membawa unsur sindiran atau kritik yang tajam, menyebabkan pendengar maupun pembaca dari humor provokatif ini sering berargumen dan tidak nyaman.

Selain kebebasan dalam mencari dan penyebaran konten humor, pengguna juga merasakan kebebasan untuk berkreasi di berbagai jenis konten, seperti pembuatan kontenparodi, meme, hingga gambar lucu. Dalam konteks kebebasan ini, pengguna *second account* bisa mengunggah video maupun konten yang telah pengguna buat tanpa khawatir dengan citra publik yang telah mereka buat di akun pertama. Dengan unggahan konten humor ini, pengguna dapat mendapatkan respon dari pengguna lain yang memiliki selera humor yang sama. Secara harfiah, pengguna telah membuat komunitas dengan selera humor yang sama. Penggunaan *second account* dalam penyebaran humor juga memungkinkan interaksi lebih

mendalam dengan teman terdekat pengguna.

Di penelitian ini juga mengidentifikasi sisi negatif, seperti potensi penyebaran humor yang berupa sindiran yang membuat kesalahan dalam penyebaran informasi. Dalam hal ini, seringkali pengguna merasa kesulitan dalam menentukan batasan yang sesuai dalam menentukan dan merespon konten humor yang mengarah ke isu sensitif. Selain dari sisi negatif diatas, ada juga potensi yang lain seperti resiko kebocoran konten. Risiko konten yang seharusnya privat di *second account* bocor ke publik yang lebih luas, yang dapat menimbulkan konsekuensi negatif bagi pengguna.

Dalam penelitian ini, kami telah mengungkap berbagai aspek menarik tentang fenomena *second account* sebagai sumber konten humor. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa akun-akun ini tidak hanya berfungsi sebagai platform ekspresi kreatif, tetapi juga mampu menciptakan komunitas yang saling terhubung melalui tawa.

Dari analisis yang dilakukan, terlihat bahwa Fenomena ini membuktikan bahwa humor memiliki kekuatan untuk menyatukan orang-orang dari latar belakang yang berbeda, meskipun seringkali dengan cara yang absurd. Namun, kami juga menyadari beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, seperti keterbatasan dalam sampel, kekurangan pada metodologi dan kuangnya data kualitatif. Untuk itu, kami membuat penelitian lanjutan yang dapat menggali lebih dalam tentang [saran untuk penelitian selanjutnya, seperti: Analisis perbandingan, keterlibatan pengguna dan persepsi pengguna. Sebagai penutup, kami berharap ini dapat menginspirasi lebih banyak peneliti dan kreator konten untuk mengeksplorasi sisi humor dalam platform digital, serta menyemarakkan obrolan tentang bagaimana tawa dapat menjadi jembatan antar manusia di era digital ini.

## **KESIMPULAN**

Penggunaan *second account* di kalangan generasi Z, khususnya di Instagram, menjadi wadah ekspresi diri yang lebih bebas dibandingkan dengan akun utama mereka. Akun utama seringkali digunakan untuk membangun citra diri yang ideal dan terlihat profesional atau estetik, sedangkan *second account* berfungsi sebagai ruang privat untuk berbagi konten humor, kehidupan atau keseharian yang hanya ingin diperlihatkan ke teman-teman terdekat, dan kreativitas lainnya tanpa khawatir akan penilaian sosial yang ketat. Motif utama

penggunaan *second account* adalah keinginan untuk mengekspresikan diri secara autentik, mencari komunitas dengan selera humor yang sama, serta berinteraksi lebih dekat dengan teman-teman terdekat. Meskipun memberikan banyak manfaat, penggunaan *second account* juga memiliki potensi negatif seperti penyebaran humor yang berpotensi menyakiti atau menyebarkan informasi yang salah. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk bijak dalam menggunakan *second account* dan memahami batasan dalam berinteraksi di dunia digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andena, D. (2023). MOTIF PENGGUNAAN SECONDACCOUNT MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWAUNIVERSITAS BUDDHI DHARMA PRODI ILMU KOMUNIKASI 2019 - Dramaturgi Pengguna Second Account Pada Generasi Z. (2022). Retrieved from Google.lvwebsite: [https://scholar.google.lv/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=pl&user=b2d1SXsAAAAJ&citation\\_for\\_view=b2d1SXsAAAAJ:BqipwSGYUEgC](https://scholar.google.lv/citations?view_op=view_citation&hl=pl&user=b2d1SXsAAAAJ&citation_for_view=b2d1SXsAAAAJ:BqipwSGYUEgC)
- Gunawan, R. M. (2022). Motif Penggunaan Second Account Instagram Pada Remaja - Repository UPN Veteran Jakarta. *Upnvj.ac.id*. <http://repository.upnvj.ac.id/15888/1/ABSTRAK.pdf>
- INSTAGRAM. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195–1204. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i4.838>
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., MASSA. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134–142. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>
- Pakpahan, N. S., & Hayati, N. (2022). KOMUNIKASI
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). ANALISIS PERILAKU PENGGUNA AKUN KEDUA DI MEDIA SOSIAL. Repository. *Buddhidharma.ac.id*. <https://repositori.buddhidharma.ac.id/1922/1/COVER-BAB%20III.pdf>
- Syaefulloh, I. (2023). Motif Penggunaan Second Account Instagram Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 49–62. <https://doi.org/10.15642/jik.2023.13.1.63-76>



---

## **Fenomena *Culture Shock* Dalam Tantangan Komunikasi Dengan Dunia Pendidikan Pada Studi Mahasiswa yang Berasal Dari Luar Surabaya**

**Khaerani<sup>1</sup>, Gita Surani<sup>2</sup>, Wira Jarenda Ijlal Gunawan<sup>3</sup>**

**Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>**

[24041184154@mhs.unesa.ac.id<sup>1</sup>](mailto:24041184154@mhs.unesa.ac.id)

[20241184048@mhs.unesa.ac.id<sup>2</sup>](mailto:20241184048@mhs.unesa.ac.id)

[24041184217@mhs.unesa.ac.id<sup>3</sup>](mailto:24041184217@mhs.unesa.ac.id)

**Abstrak:** Dengan semakin banyaknya mahasiswa yang pergi merantau ke Surabaya dari luar Pulau Jawa, fenomena culture shock menjadi isu yang penting dan krusial untuk memahami bagaimana mahasiswa rantau menghadapi perbedaan budaya dan norma sosial yang mereka alami. Culture shock terjadi karena perbedaan-perbedaan yang ada di antara budaya asal dengan budaya yang baru ditemui, culture shock dapat memengaruhi proses adaptasi mahasiswa rantau dalam kehidupan sehari-hari serta kinerja kegiatan akademik mahasiswa rantau. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif fenomenologi. Yang dimana sumber data diperoleh dari pengalaman hidup semasa di Surabaya yang disandingkan dengan keadaan budaya asal. Hal ini membuat beberapa perbedaan yang cukup signifikan. Subjek dalam penelitian adalah mahasiswa dari luar negeri dan luar pulau Jawa yang saat ini menempuh di Universitas yang ada di Surabaya. Teknik pengolahan data dilakukan secara primer dari wawancara dan sekunder dari beberapa analisis jurnal dan buku yang relevan terkait penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa mengalami kesulitan dalam berkomunikasi, beradaptasi dengan norma sosial, serta menghadapi tantangan lingkungan baru. Mahasiswa yang mampu mengatasi culture shock cenderung lebih cepat beradaptasi baik secara sosial maupun akademik, mahasiswa juga menerapkan berbagai strategi adaptasi, seperti mencari dukungan sosial dan belajar tentang budaya lokal. Bisa kita tarik kesimpulan bahwa tidak selamanya culture shock akan mengakibatkan suatu hal yang buruk atau negatif, dari penelitian yang sudah kita lakukan bisa dilihat bahwa culture shock bisa memperkaya pengetahuan dari berbagai bidang di wilayah orang. Bahkan sering kali kita temui mahasiswa rantau adalah mahasiswa yang aktif dan tidak bermain-main atas keilmuannya.

**Kata Kunci:** Penyesuaian diri, kesulitan penyesuaian diri, budaya

### **PENDAHULUAN**

Fenomena *culture shock* adalah salah satu hambatan yang dialami oleh individu yang berpindah ke lingkungan sosial yang berbeda dari latar belakang budaya asalnya. Culture shock ini terjadi karena ketidaknyamanannya yang dirasakan oleh seseorang ketika psikis dan fisiknya harus beradaptasi dengan budaya baru (Little John 1996 yang dikutip oleh Mulyana 2006). Dalam hal ini reaksi yang dihasilkan oleh budaya baru biasanya akan merasakan kecemasan yang bisa mengganggu aktivitas belajar mahasiswa (Bochner 2003). Ini adalah tantang sosial yang perlu dihadapi mahasiswa luar Surabaya. Mahasiswa sering kali mengalami perbedaan budaya, bahasa, *habits*, dan juga kultur sosial yang membuat mereka merasa terasingkan. Situasi ini bisa diatasi jika seseorang memiliki pengetahuan tentang budaya, bahasa, dan dinamika yang ada dalam menjalani kehidupan disana (Guidharm 1999:272). Kesulitan dalam perkuliahan akan

---

menyebabkan gagalnya menyelesaikan studinya (Handini et al., 2020).

Sebuah jurnal menceritakan tentang masa transmisi dari sekolah menengah ke atas dengan masa perkuliahan. Pergeseran ini yang banyak menimbulkan *culture shock* di mahasiswa baru. Hal ini lah yang dinamakan proses aktif dalam beradaptasi dari budaya asal ke budaya baru, beberapa proses aktif dibagi menjadi tiga meliputi; *affective*, *behavior*, dan *cognitive* yang mana adalah suatu reaksi individu untuk mengelola hal baru (Ward 2001). Bentuk adaptasi perkuliahan dibagi menjadi empat fase yaitu fase adaptasi akademik, sosial, emosional, dan institusi. Hal ini menjelaskan bahwasannya sebagai mahasiswa yang lintas budaya akan memiliki tantangan dalam kehidupan sosialnya untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya (Risoma 2024). Dalam kajian literatur *cultural shock* fenomena ini terdiri dari beberapa tahap yaitu fase *honeymoon*, fase *crisis*, fase *adjustment*, fase *bi-cultural*. Salah satu jurnal penelitian yang menunjukkan bahwa mahasiswa yang menerima dukungan lebih baik dari lingkungan sekitar maupun yang belum akan cenderung lebih cepat melewati fase frustrasi dan mencapai fase *bi-cultural*.

Penelitian ini memiliki kebaruan ilmiah yang fokus pada mahasiswa luar surabaya, yang di mana secara spesifik belum banyak dikaji sebelumnya. Kebaruan dalam dari penelitian terletak pada bagaimana kita mengeksplor tentang metode kualitatif dengan pengalaman subjektif dari narasumber. Pendekatan ini bisa memberikan kesempatan untuk menggali personal dari narasumber yang tidak dapat dijelaskan secara angka.

#### **A. Rumusan masalah**

- 1) Bagaimana kesulitan yang dialami narasumber dalam beradaptasi?
- 2) Bagaimana perbedaan kebudayaan asal dan budaya baru?
- 3) Bagaimana mahasiswa bisa menghadapi tantangan yang ada?

#### **B. Tujuan**

- 1) Memahami secara mendalam fenomena *culture shock* yang dialami mahasiswa luar.
- 2) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi proses adaptasi mereka, dan juga menggali tantangan-tantangan mahasiswa luar dalam akademisi mereka.
- 3) Mendapatkan keilmuan pembaharuan dalam penelitian yang dilakukan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan program orientasi yang lebih aktif dan efektif bagi mahasiswa baru dari luar daerah, serta menjadi dasar bagi peneliti mengenai lanjutan isu *culture shock*.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan salah satu jenis pendekatan dari berbagai jenis penelitian, yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif fenomenologis. Kualitatif fenomenologis didefinisikan sebagai pendekatan yang memiliki fokus mendalam terhadap pengalaman dan fenomena tertentu yang terjadi senyatanya dan bertujuan untuk memaparkan sebuah fenomena realitas yang dialami partisipan sebagai objek kajiannya. Hal tersebut mendukung tujuan akhir dari tujuan kualitatif yang bersifat deskriptif berfokus pada pengalaman subjek secara mendalam dan bukan hanya sekadar objektivitas. Teori *culture shock* dari (Oberg, 1960) menjadi landasan analisis, yang mengidentifikasi empat tahap dalam proses *culture shock*: *honeymoon*, *crisis*, *adjustment*, *bicultural*. Teori *culture shock* dari (Oberg, 1960) ini relevan untuk memahami perjalanan emosional mahasiswa saat tengah beradaptasi dengan lingkungan budaya baru. Selain itu, konsep adaptasi budaya dari (Ward et al. 2001) digunakan untuk mengeksplorasi dimensi afektif, perilaku, dan kognitif dalam proses adaptasi lintas budaya, yang membantu menjelaskan bagaimana mahasiswa dapat mengembangkan strategi untuk menavigasi perbedaan budaya yang relevan dalam proses adaptasi lintas budaya. Dimensi afektif membantu memahami respon emosional mahasiswa terhadap perbedaan budaya, sedangkan dimensi perilaku dan kognitif memberikan wawasan tentang cara mahasiswa mengembangkan strategi komunikasi dan penyesuaian diri, melalui landasan ini, pendekatan fenomenologis dapat lebih dalam mengungkap pengalaman subjektif mahasiswa dalam menghadapi *culture shock* dan mengidentifikasi pola adaptasi yang muncul.

## **PARTISIPAN**

Metode penelitian kualitatif fenomenologis dilakukan dengan memawancarai tujuh informan dengan nama Malik Abdul Basit (18 th) yang berasal dari Pakistan, Ega Ramadhan (18 th) dari Sumatera Selatan, Camelia Gladis Febrianti (18 th) dari Kalimantan Timur, Yosua Septiadi Simatupang (20 th) dari Bali, Mahesa Prawira (19 th) dari Jakarta, Natalia Angwarmase (21 th) dari Ambon, Miguel Christheo Karundeng (18 th) dari Sulawesi Utara, dan Hery Gabriel Obama Paisey (19 th) dari Papua. Informan dipilih berdasarkan dua kriteria, yaitu berasal dari luar negeri dan berasal dari luar Surabaya, terkhusus luar Pulau Jawa.

## **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Wawancara ini memungkinkan peneliti untuk dapat mengetahui pola adaptasi mahasiswa yang

berasal dari luar negeri dan luar pulau Jawa dalam menghadapi tantangan komunikasi dunia pendidikan di Surabaya. Pengumpulan data, informasi, bukti, dan fakta dilakukan melalui wawancara satu persatu informan kami. Pedoman wawancara berisi enam pertanyaan yang diawali dengan identitas dan latar belakang, dilanjutkan dengan pengalaman interaksi dengan masyarakat lokal, penyesuaian diri terhadap kehidupan sehari-hari di Surabaya, dan kesulitan-kesulitan yang dihadapi. Wawancara dengan informan asal Pakistan dilakukan secara daring, sedangkan wawancara dengan informan lainnya dilakukan di beberapa tempat di area kampus yang tidak bisa didengar oleh pihak ketiga. Seluruh wawancara untuk memperoleh data dan informasi direkam menggunakan smartphone. Data primer diperoleh dari hasil wawancara, data yang dikumpulkan kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan tema terkait fenomena *culture shock* yang mereka alami dan proses adaptasi yang mereka jalani. Proses ini bertujuan untuk mengeksplorasi tema-tema utama yang muncul dari pengalaman mahasiswa dalam menavigasi lingkungan sosial dan budaya yang berbeda. Kemudian data sekunder diperoleh dari berbagai literatur serta artikel yang masih relevan dengan judul yang diteliti oleh peneliti sebagai landasan dan untuk mendukung analisis dan interpretasi temuan penelitian untuk mengetahui lebih dalam pola adaptasi mahasiswa luar Surabaya dalam beradaptasi di Surabaya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Surabaya merupakan kota metropolitan yang didalamnya terdapat berbagai universitas. Sebagai kota metropolitan yang memiliki berbagai universitas ternama membuat daya tarik calon mahasiswa semakin tinggi untuk melanjutkan pendidikan tinggi di Surabaya. (Geofanny et al., 2022) mendefinisikan bahwa mahasiswa merupakan seorang individu yang sedang menuntut ilmu dan tercatat pada daftar suatu perguruan tinggi baik perguruan tinggi mulai dari perguruan tinggi bidang akademik sampai universitas. Selain itu, menurut pandangan dari (Oberg, 1960) mengatakan bahwa mahasiswa merupakan seorang yang tengah menempuh pendidikan pada perguruan tinggi, perguruan tinggi tersebut dapat berupa perguruan tinggi negeri ataupun swasta. Adaptasi merupakan proses atau metode dalam menyesuaikan diri yang dilakukan oleh segala makhluk hidup yang bertujuan untuk mempertahankan kehidupan. Adaptasi turut didefinisikan sebagai cara untuk menyesuaikan diri secara tempat tinggal maupun perilaku. Penyesuaian diri sebagai adaptasi ialah penyesuaian diri dapat dilihat sebagai kemampuan seseorang dalam beradaptasi. Seseorang yang memiliki penyesuaian diri yang baik, maka ia pun memiliki

---

hubungan yang baik pula dengan lingkungan sekitarnya. Cenderung dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk mempertahankan diri secara fisik. Adanya keunikan dan keberadaan kepribadian individu dalam hubungannya dengan lingkungan. Aspek pertama ini dimaknai secara fisik, fisiologis, atau biologis.

Rantau dapat diartikan sebagai pergi atau berpindah dari tempat di mana seorang individu dilahirkan ke tempat baru dimana mereka akan tinggal atau menetap. Berdasarkan hal tersebut maka mahasiswa rantau dapat diartikan sebagai seorang mahasiswa yang tengah menuntut ilmu di perguruan tinggi yang berada di luar tempat mereka berasal. Faktor yang dapat mendorong seorang mahasiswa untuk merantau tidak lain adalah karena faktor pendidikan.

*Culture shock* atau dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai gegar budaya merupakan sebuah perasaan yang datang pada saat seorang merasakan tekanan dan terkejut saat menghadapi lingkungan bahkan kebudayaan yang baru (Setiawan et al., 2015). Umumnya pada saat individu mengalami *culture shock* maka individu tersebut akan merasakan cemas, kebingungan, serta stres. Hal tersebut dapat terjadi karena hilangnya sebuah tanda atau lambang yang mereka miliki di lingkungan yang baru dan mode pertemanan atau interaksi sosial yang berbeda dari apa yang mereka ketahui di tempat mereka berasal (Budiarti & Yuliani, 2020). Setiap individu dapat mengalami *culture shock* apabila sedang merantau keluar dari daerah dimana mereka berasal, hal tersebut wajar karena pasti terdapat perbedaan baik secara budaya maupun lingkungan sosial.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti telah melakukan wawancara kepada sembilan informan yang sesuai dengan tema penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang berasal dari luar Surabaya menghadapi perasaan *culture shock* yang beragam. Mereka menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan lingkungan budaya yang berbeda, seperti kesulitan berkomunikasi, perbedaan dalam tata cara berinteraksi sosial, dan perbedaan dalam konsep waktu. Namun, mahasiswa cenderung merasa senang, karena *culture shock* yang dialami adalah hal baru yang menambah pengetahuan mereka.

Malik Abdul Basit yang berasal dari Negara Pakistan yakni seorang mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Surabaya program studi S1 Psikologi mengatakan bahwa saat di Indonesia, ia menyadari banyak hal yang berbeda dibandingkan dengan kehidupan di Pakistan, baik dari segi sosial, budaya, maupun kebiasaan sehari-hari. Tantangan terbesar dalam kehidupannya adalah dengan perbedaan bahasa yang sangat jauh, banyak mahasiswa-mahasiswa Surabaya yang belum menguasai Bahasa Inggris. Menurut teori (Ward et al., 2001) *culture shock* dipengaruhi menjadi

---

3 bagian yaitu dimensi perasaan (*affictive*), perilaku (*behavior*) dan pikiran (*cognitive*) akibat perbedaan budaya.

Interaksi sosial menjadi tantangan besar bagi para perantau, perbedaan bukan hanya di bahasa, tetapi di budaya yang mana perbedaan geografis menjadi faktor yang bisa memengaruhi *culture shock*. Masyarakat Pakistan cenderung lebih pemalu dan tertutup ketika bertemu dengan orang baru. Namun, di Indonesia, orang-orang lebih terkesan ramah, bahkan seringkali terlihat sangat *kepo* (ingin tahu). Mereka dengan mudah mengajak berbicara dan berusaha membantu, menjadikan suasana lebih santai dan akrab.

Hal lain yang cukup terlihat adalah cara orang Indonesia dan Pakistan menjadwalkan sesuatu. Di Indonesia, seringkali pertemuan atau acara masih bisa dinegosiasikan, jadwal bisa berubah tergantung situasi. Sementara di Pakistan, jika seseorang berkata ya, maka itu pasti ya, dan jika mereka berkata tidak, artinya memang benar-benar tidak.

Salah satu pengalaman yang paling mengejutkan bagi saya adalah kebiasaan saling berbagi tentang budaya di Indonesia. Di Pakistan, hal semacam ini jarang terjadi. Orang cenderung tidak terlalu membicarakan budaya mereka secara mendetail. Sebaliknya, di Indonesia, orang-orang sangat tertarik mempelajari budaya asing. Mereka dengan senang hati bertanya dan berbicara tentang perbedaan budaya, sesuatu yang benar-benar baru bagi saya.

Terakhir, norma sosial juga terasa berbeda. Di Pakistan, masyarakat cenderung disiplin, terutama dalam hal waktu. Keterlambatan jarang terjadi. Namun, di Indonesia, istilah *ngaret* atau *molor* sudah menjadi suatu hal yang umum. Waktu pertemuan seringkali meleset dari yang dijadwalkan, dan ini butuh penyesuaian bagi saya.

Meski ada banyak perbedaan antara Indonesia dan Pakistan, setiap pengalaman ini memberikan wawasan baru dan memperkaya pemahaman saya tentang budaya, toleransi, dan perbedaan antarnegara.

Seorang mahasiswa baru prodi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya yaitu Ega Ramadhan yang berasal dari Sumatera Selatan tepatnya Kota Palembang juga membagikan pengalaman yang dirasakannya selama di Surabaya. Hal pertama yang saya amati adalah makanan yang tersedia di Surabaya jauh lebih murah dibandingkan Palembang. Makanan di Surabaya juga dominan memiliki cita rasa yang manis dan pedas. Banyak sekali makanan di Surabaya yang sebelumnya belum pernah Ega coba bahkan tidak mengetahuinya. Hingga Ega menyatakan bahwa Surabaya bisa dikategorikan dengan kota yang memiliki kuliner sangat beragam.

---

Walaupun bukan berasal dari Surabaya, Ega memiliki orang tua dengan darah keturunan Jawa. Sehingga dalam penggunaan bahasa daerah di Surabaya Ega sedikit telah mengerti. Namun, apabila terdapat kata yang asing baginya, Ega pasti akan meminta bantuan temannya untuk memberitaukan apa arti dari kata tersebut.

Ega sempet terkejut dengan norma tentang peraturan lalu lintas di Surabaya. Yakni masyarakat di Surabaya sangat taat dengan peraturan lalu lintas, tidak seperti di Palembang yang masih kurangnya kesadaran tiap individu mengenai peraturan lalu lintas. Gaya hidup di Surabaya tidak jauh berbeda dengan Palembang. Karena keduanya memiliki kesamaan dengan gaya hidup yang terbilang modern dan kekinian.

Surabaya juga sangat padat dengan gedung dan kendaraan. Palembang juga termasuk ke dalam kota yang padat namun tidak seramai kota Surabaya. Menurut Ega juga di Surabaya tingkat keamanannya masih kurang, di mana akhir-akhir ini sering beredar berita kriminal di berbagai media informasi. Namun sejauh ini lingkungan masyarakat lokal sangat mendukung untuk beradaptasi. Karena masyarakat lokal sangat sopan, ramah, dan tingginya tingkat kepedulian terhadap sesama. Karakter tersebutlah yang menjadikan Masyarakat Jawa dipandang memiliki predikat sebagai Masyarakat yang ramah, dan bersifat luhur (Idrus, 2012). Tidak seperti tempat daerah asalnya yang mayoritas masyarakatnya bersikap individualis.

Hingga saat ini Ega belum mengetahui lebih dalam mengenai seni dan budaya di Surabaya. Namun, Surabaya banyak sekali larangan atau mitos budaya Jawa yang tidak diketahui kebenarannya.

Kesulitan yang paling sulit dihadapi adalah proses untuknya beradaptasi dengan suhu di Kota Surabaya. Karena Ega terbiasa tinggal di dataran tinggi atau pegunungan dengan suhu rata-rata 25 derajat celcius setiap harinya. Jadi hal ini menjadi kesulitan yang cukup berat bagi Ega untuk membiasakan diri pada lingkungannya yang baru. Tantangan ini sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Tallent 1978 yang mengatakan bahwa setiap individu dituntut untuk terus berkembang dalam setiap tantangan.

Camelia Gladis Febrianti adalah seorang mahasiswi baru prodi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya yang berasal dari Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur. Sejak kecil, Camelia menetap di Samarinda Bersama keluarga. Merantau ke Surabaya adalah pilihan yang tepat baginya untuk menempuh pendidikan di salah satu universitas negeri di Jawa Timur. Namun, Camelia tidak hidup sendirian di Surabaya, karena ia tinggal bersama neneknya yang merupakan penduduk asli Surabaya.

Camelia mengatakan bahwa selama 2 bulan terakhir ia di Surabaya, ia belum sempat mencoba makanan khas daerah Surabaya. Namun beberapa makanan di Surabaya menarik perhatian baginya. Menurutnya di Surabaya banyak sekali makanan yang bukan makanan khas Surabaya dan mudah sekali untuk ditemukan di Surabaya. Kuliner yang disediakan di sini juga sangat beragam baginya, tidak seperti di kota asalnya yang hanya menyediakan makanan tidak jauh beda dari tempat dia berasal, “Jadi ya kalau di Samarinda tuh makanan yang dijual cuma makanan-makanan khas di sini aja.” Camelia juga merasa bahwa kehadirannya di Surabaya memberikan dia kesempatan untuk bisa mencoba berbagai kuliner yang belum pernah dia coba sebelumnya, terutama Surabaya juga menyediakan banyak kuliner khas dari daerah lainnya.

Mengenai bahasa tidak jauh berbeda dengan Kota Samarinda, karena mayoritas penduduk di Samarinda memiliki campuran adat Jawa, jadi sering kali Bahasa yang digunakan di Samarinda juga menggunakan Bahasa Jawa. Camelia juga tidak merasakan kesulitan dalam penggunaan bahasa, karena ia telah sedikit memahami dan belajar lebih dalam bahasa jawa sebelum ia memutuskan untuk benar merantau ke Surabaya. Namun tetap saja, adaptasi awal saat di Surabaya ia masih menggunakan bahasa Indonesia untuk berkomunikasi dan saat berbicara dengan warga asli Surabaya yang menggunakan bahasa jawa ia lebih banyak mendengarkan untuk menelaah pembicaraan tersebut.

Menurutnya di Surabaya memiliki norma yang cukup ketat. Seperti contoh pulang larut malam adalah hal yang biasa saat dilakukan di Samarinda, namun di Surabaya hal ini dianggap menjadi hal yang tidak pantas. Dalam hal ini, Camelia merasa perlu lebih berhati-hati dan beradaptasi dengan suatu hal yang tidak pernah ia ketahui sebelumnya. Dikutip dari (Gudykunts & Kim, 2003) berpendapat sebagai makhluk sosial yang memiliki interaksi di masyarakat individu yang harus menyesuaikan norma dan nilai lokal yang ada di sana. Mengenai gaya hidup Camelia merasa kehidupan di Kota Surabaya dapat dikatakan terbilang mewah dibandingkan Kota Samarinda, ia juga sempat berfikir apakah yang menjadi pemicu hal ini adalah karena Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Kota Jakarta, sehingga gaya hidup di Surabaya terbilang cukup mewah namun tetap dengan budayanya yang melekat.

Kondisi lingkungan di Surabaya yang paling berpengaruh menurut Camelia adalah suhu dan cuaca. Camelia mengungkapkan bahwa suhu di Surabaya sangat panas, terutama saat siang hari. Ini menjadi hal yang sulit untuk diterima baginya, karena selama di Samarinda ia belum pernah merasakan cuaca yang sama panasnya dengan Surabaya. Ia juga sulit untuk beradaptasi dengan ketentuan waktu di Surabaya, terutama waktu di mana matahari terbit dan terbenam. Menurutnya

---

perbedaan waktu ini sangat jauh berbeda dengan kota asalnya. "Aku kaget sama waktu matahari terbit di sini, jam 5 pagi di sini udah terang, padahal di Samarinda masih gelap. Sampe sekarang aku masih sulit sih buat adaptasi sama hal itu."

Hingga saat ini Surabaya termasuk ke dalam kota yang masih melekat budaya lokalnya. Karena kebudayaan lokal Surabaya juga tidak sedikit ditemukan di Samarinda. (Chapdelaine dan Alexitch 2004) mengatakan interaksi sosial budaya tuan rumah sangat berperan penting dalam beradaptasi. Namun, karena masih terbilang cukup singkat menetap di Surabaya, jadi kebudayaan lain yang belum pernah diketahui belum begitu terlihat. Sejauh ini kesulitan yang dihadapi adalah kemacetan di Surabaya terbilang cukup parah. Karena jarak dari rumah dengan kampus juga jauh, jadi sulit untuk memprediksi waktu agar menghindari kemacetan untuk menuju kampus.

Yoshua Septiadi Simatupang yang berasal dari Bali merupakan mahasiswa semester 3 program studi S1 Ilmu Administrasi Negara Universitas Negeri Surabaya sempat mengatakan bahwa ia adalah seseorang yang suka berpetualang. Ia sering kali mengunjungi beberapa kota untuk berlibur, termasuk Kota Surabaya. Hingga akhirnya Surabaya menjadi kota pilihannya untuk menetap dan menempuh pendidikan. Makanan khas dan kuliner dari daerah asalnya yakni Bali dominan memiliki rasa yang lebih kuat, terutama bagian rasa rempah. Makanan di Bali juga dominan pedas dengan tingkat kepedasan yang luar biasa serta lebih terasa asam dan manis. Sedangkan makanan di Surabaya kurang berasa pedasnya.

Dalam kesehariannya, ia menyadari bahwa ada perbedaan penggunaan bahasa yang cukup terasa, yakni bahasa yang digunakan di Bali biasanya kasar, sedangkan bahasa daerah di Surabaya cenderung halus. Yosua juga menyatakan ia sedikit mengerti bahasa Jawa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari di Surabaya. Namun pada saat pertama kali tiba di Surabaya, Yosua tetap beradaptasi dengan bahasa daerah yang membutuhkan waktu belajar sekitar satu bulan untuk memahaminya.

Bali terkenal dengan dunia malamnya. Banyak masyarakat Bali yang merasa tidak adanya norma dalam hal tersebut. Namun jika dibandingkan dengan Surabaya, hal tersebut adalah kegiatan yang tidak wajar dan memiliki batasan. Kehidupan di Bali juga mayoritas terbilang santai, sedangkan di Surabaya harus memperhatikan kesopanan, terutama dengan yang lebih tua. Di balik adanya norma sosial yang berlaku, masyarakat lokal Surabaya banyak sekali yang emosian, mudah marah, dan tidak memiliki kesabaran yang cukup. Suhu di Surabaya juga sangat panas, hingga menurut Yosua panasnya tidak normal. Namun tetap saja, adaptasi di Surabaya termasuk

mudah baginya.

Kesulitan yang sering dialami Yosua selama di Surabaya adalah sulitnya dalam mengatur keuangan sebagai anak Rantau. Selain itu ada kesulitan lain yang berasal dari kampus, di mana banyak mata kuliah yang dilaksanakan secara *daring*, sehingga Yosua merasa sia-sia telah merantau hingga ke luar pulau namun kuliah yang ditempuh tidak bertatap muka langsung di kampus.

Mahesa Prawira merupakan seorang mahasiswa baru program studi S1 Ilmu Administrasi Negara Universitas Negeri Surabaya. Mahesa berasal dari Kota Jakarta yang merupakan kota metropolitan terbesar kemudian Kota Surabaya. Pertama kali baginya datang ke Kota Surabaya untuk menempuh pendidikan di kampus UNESA. Sejak kecil hingga SMA dia menetap di Kota Jakarta, sehingga melekat baginya bahasa, norma dan nilai sosial, keadaan lingkungan, *lifestyle*, hingga makanan khas dari daerah asalnya.

Saat sampai di Surabaya, yang membuat pertama kali terkejut adalah perbedaan warna nasi goreng antara Surabaya dan Jakarta. Nasi goreng di Jakarta dominan berwarna cokelat, sedangkan di Surabaya berwarna merah. Ternyata yang membuat perbedaan antara makanan ini adalah bedanya penggunaan bahan dalam pembuatannya. Nasi goreng berwarna cokelat menggunakan kecap sedangkan nasi goreng berwarna merah menggunakan saus. Selain nasi goreng, banyak juga kuliner baru yang ditemukan di Surabaya, namun tidak tersedia di Jakarta, seperti contohnya adalah makanan dengan sebutan ‘Tahu Tek’ yang memiliki rasa dan bentuk seperti makanan ‘Ketoprak’ jika ditemukan di Jakarta.

Selama dua bulan di Surabaya, Mahesa mendapatkan informasi bahwa yang berkuliah di kampus UNESA dominan mahasiswa masyarakat lokal ataupun mahasiswa yang berasal dari Pulau Jawa. Jadi, dominan bahasa yang digunakan di Surabaya adalah bahasa daerah, yakni Bahasa Jawa. Saat datang ke Surabaya, Mahesa tidak mempersiapkan diri belajar Bahasa Jawa, jadi saat berinteraksi dengan teman ataupun masyarakat lainnya ia tetap menggunakan Bahasa Indonesia yang seperti digunakan saat di Jakarta. Adapun adaptasi lainnya adalah perbedaan gaya berbicara, masyarakat di Jakarta biasanya menggunakan bahasa “lo-gue” apabila berinteraksi dengan teman sebaya, sedangkan di Surabaya menggunakan bahasa “aku-kamu”. Ini adalah hal yang jauh berbeda dan belum diketahui saat pertama kali datang ke Surabaya, sehingga pada saat menggunakan bahasa “lo-gue” di Surabaya seringkali dinilai kurang sopan.

Tidak banyak perbedaan dalam bidang sosial antara Surabaya dan Jakarta. Namun dalam norma lalu lintas, warga Surabaya lebih patuh dibandingkan dengan warga Jakarta, meskipun sama-sama

kota metropolitan. Mengenai gaya hidup, Surabaya termasuk ke dalam kota modern dengan biaya hidup yang terbilang tinggi seperti Kota Jakarta. Perbedaannya adalah Surabaya meskipun gaya hidupnya modern, namun tetap melekat kebudayaan daerah asalnya. Sedangkan Jakarta sudah mengarah pada gaya hidup *western* dan banyaknya masuk kebudayaan asing.

Surabaya merupakan kota metropolitan kedua terbesar setelah Kota Jakarta di Indonesia. Lingkungan di Surabaya tidak jauh berbeda dengan Kota Jakarta, yakni sama-sama dipenuhi dengan gedung tinggi. Lingkungan di Surabaya juga terbilang sama padatnya dengan Kota Jakarta. Suhu dan cuaca di Surabaya juga tidak jauh berbeda dengan suhu Kota Jakarta. Surabaya terkenal dengan kota yang sangat panas, namun Mahesa menganggap bahwa ini tidak berbeda jauh panasnya dengan Kota Jakarta. Jadi bagi Mahesa, adaptasi dengan panasnya Kota Surabaya bukanlah suatu tantangan yang sulit untuk dihadapi.

Budaya di Surabaya juga masih sangat melekat dengan budaya daerahnya. Sedangkan budaya daerah di Jakarta sudah bercampur dengan budaya asing yang datang dari luar. Mahesa sempat mengalami *shock* pada saat beberapa hari tiba di Surabaya. Yakni biasanya masyarakat lokal di Surabaya setiap malam tanggal 16 Agustus mengadakan syukuran dengan warga setempat sebagai bentuk memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus. Pada saat hari di mana ingin mengadakan syukuran, biasanya akses jalanan banyak yang ditutup setelah memasuki waktu magrib untuk menghindari adanya kendaraan yang berlalu-lalang.

Sebagai mahasiswa baru yang pertama kali merantau jauh dari rumah dan keluarga, Mahesa mengalami berbagai macam kesulitan. Diantaranya adalah belum mengenal jalan yang ada di Surabaya, kemudian dalam manajemen waktu, kesulitannya dalam memahami bahasa daerah, dan kesulitan dalam menentukan makanan sehari-hari.

Natalia Angwarmase yang berasal dari Provinsi Maluku, lebih tepatnya Kota Ambon adalah mahasiswi semester 5 program studi S1 Manajemen Universitas Pattimura. Ia merupakan salah satu mahasiswa dari luar Pulau Jawa yang memperoleh kesempatan untuk ikut serta dalam *study exchange* mahasiswa selama satu semester atau kurang lebih 4 bulan di kampus UNESA.

Makanan di Surabaya tergolong murah dan mengenyangkan. Natalia sempat menerangkan bahwa gorengan di Surabaya hanya seharga 700 rupiah. Kemudian rasa dari berbagai macam makanan di Surabaya juga tergolong unik dengan cita rasa yang sangat beragam.

Kesulitan dalam berinteraksi dengan masyarakat lokal yang menggunakan bahasa daerah Surabaya. Namun dalam menanggapi hal ini Natalia sering kali meminta kepada lawan bicaranya untuk berinteraksi dengannya menggunakan bahasa Indonesia. Karena bahasa

yang ia gunakan selama di Ambon selama kuliah juga dominan menggunakan bahasa Indonesia. Gaya hidup di Surabaya terbilang sangat mewah dibandingkan dengan Ambon. Seperti halnya masyarakat lokal yang berpakaian dominan rapih dan terlihat modern. Sedangkan di Ambon, siapapun menggunakan pakaian seadanya tetapi tetap nyaman.

Natalia mengungkapkan bahwa hal yang paling membuatnya terkejut adalah perbedaan zona waktu antara Kota Surabaya dengan Kota Ambon. Di mana Surabaya zona waktu WIB dan Kota Ambon zona waktu WIT, dengan selisih waktu sekitar 2 jam. Ia sempat terkejut karena di Surabaya pukul 05.30 matahari sudah terbit dengan sangat terang. Ini menjadi hal yang tidak biasa bagi Natalia, karena selain harus beradaptasi dengan waktu yang jauh berbeda, ia juga harus beradaptasi dengan bangun lebih awal sebelum matahari terbit dengan waktu yang berbeda dari sebelumnya.

Miguel Christeo Karundeng yang merupakan seorang mahasiswa baru program studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya. Miguel berasal dari Sulawesi Utara terkhusus Kota Manado yang merupakan kota kelahirannya juga. Keperluan Miguel pergi ke Surabaya adalah untuk menempuh pendidikan di kampus UNESA yang merupakan kampus impiannya sejak ia SMA.

Adanya perbedaan rasa pada makanan di Surabaya dan makanan di Manado membuat Miguel menyadari bahwa makanan di Manado lebih dominan memiliki rasa yang pedas, sedangkan baginya makanan di Surabaya dominan memiliki rasa yang manis. Sehingga hal ini membuat Miguel sedikit terkejut dengan perbedaan rasa makanan antara Surabaya dan kota asalnya.

Bahasa yang digunakan di Manado dalam kehidupan sehari-hari adalah bahasa Manado, namun Miguel juga mengungkapkan bahwa bahasa Manado masih mudah untuk dipahami oleh orang luar karena bahasanya masih memiliki campuran dengan bahasa Indonesia. Sedangkan Surabaya menggunakan Bahasa Jawa yang sulit untuk dipahami. Kesulitan memahami bahasa ini dirasakan Miguel pertama kali pada saat sedang mencari kost untuk memulai perkuliahan.

Salah satu *culture shock* Miguel dalam bidang lingkungan adalah kendaraan di Surabaya yang begitu padat dan selalu terjadi kemacetan, terutama saat jam pulang kantor. Selain itu kendaraan di Surabaya juga lebih cepat jalannya dibandingkan di Manado. Miguel juga menerangkan bahwa Surabaya hanya memiliki fasilitas trotoar yang sedikit bagi pejalan kaki, sehingga pejalan kaki harus berbagi jalan dengan kendaraan lainnya juga.

---

Memahami bahasa daerah di Surabaya menjadi salah satu kesulitan Miguel selama di Surabaya. Terutama penggunaan cara berbicara dengan orang yang lebih tua, apakah bahasa dan cara bicara yang digunakan sudah termasuk sopan atau belum.

Heri Gabriel Obama Paisey yakni seorang mahasiswa baru program studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya. Heri berasal dari Kota Jayapura Provinsi Papua. Tak pernah terfikirkan olehnya akan berkuliah di UNESA, namun Heri sempat mengungkapkan bahwa ia memang berminat untuk kuliah di luar pulau dan merantau di Surabaya.

Di Surabaya mahasiswa sering kali menggunakan bahasa daerah, yakni Bahasa Jawa, sehingga merasa kesulitan untuk memahaminya. Masyarakat Papua memiliki logat yang berbeda dari masyarakat lainnya, ia mengungkapkan bahwa selama di Surabaya, ia menggunakan bahasa Indonesia dengan logat Papua. Perbedaan bahasa menyulitkan Heri untuk berinteraksi dengan masyarakat lokal, sehingga sering menimbulkan kesalahpahaman. Selain adanya kesalahpahaman arti dari bahasa lokal, cara berbicara masyarakat lokal juga mengganggu Heri. Seringkali ia merasa tersinggung apabila mereka mengetahui orang lain berbicara dengan bahasa Jawa sambil tertawa. Terutama Heri memiliki logat yang sangat mudah dikenal dari mana daerah dia berasal. Heri mengakui bahwa ia masih kurang aktif dalam menjalin relasi dengan masyarakat sekitar. Ia juga belum mencoba menjalin hubungan dengan mahasiswa dan masyarakat lokal yang ada di lingkungan sekitarnya. Ia lebih sering menunggu masyarakat atau mahasiswa lokal tersebut memulai pendekatan terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan Heri merasa belum ada hal yang dapat menarik perhatian Heri, terutama dalam hal hubungan antar masyarakat. Gaya hidup di Surabaya dapat terbilang sangat boros, namun hal ini tidak menjadi hal yang dapat membuat Heri terkejut. Karena Heri juga menganggap bahwa kehidupan di Jayapura juga sama borosnya seperti di Surabaya.

Di Surabaya, sudah banyak lingkungan yang tercemar karena sampah. Sedangkan di Papua ia merasa lingkungannya lebih sejuk dan sehat, di mana ia masih bisa merasakan lingkungan yang masih menyatu dengan alam. Walaupun di tengah kota sekalipun, ia masih bisa menjumpai tempat destinasi yang lingkungannya masih sangat bersih dan terawat. Bahkan lingkungan tempat tinggal Heri sekalipun masih sangat menyatu dengan alam, tidak seperti Surabaya yang sudah dipenuhi dengan gedung dan pemukiman. Heri juga menjelaskan bahwa ia merasa kurang nyaman terhadap karakteristik masyarakat lokal. Walaupun masyarakat lokal terbilang sangat ramah dan dianggap kalem. Namun, karakter kalem masyarakat lokal membuat masyarakat lokal tidak dapat berterus terang. Hal ini berbeda dengan orang Papua yang terbiasa mengungkapkan

perasaannya secara terbuka. Heri juga sempat terkejut dengan karakter masyarakat lokal yang cenderung individualis. Berbeda dengan kebiasaan di Papua yang mengedepankan kebersamaan. Sebagai anak rantau, kesulitan yang paling sering dialami adalah sulitnya manajemen keuangan dan manajemen waktu. Heri sering kali hampir terlambat saat ingin berangkat ke kampus. Hal ini juga karena perbedaan waktu yang cukup jauh antara Papua dan Surabaya. Jadi untuk beradaptasi dengan waktu di Surabaya merupakan tantangan yang cukup sulit.

Pada buku yang ditulis oleh (Hall 1959), dikatakan bahwa setiap yang dilakukan oleh makhluk hidup di muka bumi pasti mengalami tahapan kehidupan yang pasti akan dilewatinya, tidak terkecuali dengan fenomena *culture shock* yang dialami oleh individu yang mengalami kebingungan saat berpindah dari daerah satu ke daerah lainnya yang kemudian mengalami perbedaan signifikan dengan daerah asal, yang mana tahapan tersebut digambarkan dengan; (1) *The honeymoon phase*, adanya perasaan bahagia ketika sampai di tempat baru. Dimana banyak sekali budaya yang dianggap dominan memberikan efek positif. Pada tahap ini, keputusan untuk merantau adalah suatu petualangan yang seru dan mengasyikkan, karena setiap individu tersebut pasti akan merasa sangat senang untuk mengetahui lebih banyak tentang bahasa, budaya, makanan, bahkan karakteristik orang yang ada di lingkungan mereka. Selama masa *honeymoon phase*, biasanya individu memiliki harapan dan kepercayaan diri yang tinggi mengenai kemampuan cara beradaptasi mereka untuk hidup di lingkungan yang baru. (2) *The crisis phase*, perasaan tidak berdaya yang disebabkan karena adanya perbedaan yang sangat signifikan dengan daerah asal. Perasaan bahwa hidup di lingkungan baru itu sangat menyulitkan dan membingungkan mulai muncul di tahap ini. Hal-hal seperti berkomunikasi dengan bahasa lain, kemudian belajar mengerti budaya setempat, hingga tersesat karena tidak mengetahui jalan menjadi hal yang sangat menjengkelkan. Pada fase ini, biasanya individu sering merasa sedih karena rindu dengan suasana lingkungan sebelumnya, persepektif mereka terhadap budaya baru juga tumbuh menjadi suatu hal yang negatif karena aktivitas yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari terasa sangat memberatkan. Hal ini yang menyebabkan banyak sekali dari mereka merasa ingin pulang kampung dan tidak ingin kembali lagi ke tempat rantau mereka. (3) *The adjustment phase*, fase dimana individu mulai mampu membangun interaksi dengan lingkungan barunya. Pada fase ini, biasanya mereka mulai merasa dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan barunya. Saat mereka mulai terbiasa dengan pengalaman baru, seperti mulai mengetahui bahasa setempat, hal ini menjadi sebuah hal yang menarik perhatian mereka dan membuatnya merasa sangat tertarik untuk mengetahui lebih dalam. Apabila telah merasa yakin

dan terbukti dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, biasanya rasa frustrasi mulai berkurang dan kepercayaan diripun mulai bertambah. Walaupun frustrasi dapat kembali sewaktu-waktu karena ada beberapa hal dari budaya yang belum mereka pahami. Namun seiring dengan potensi mereka yang akan terus berkembang saat menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, kehidupan sehari-hari di tempat rantau akan terasa lebih mudah dikendalikan. (4) *Bi-cultural phase*, individu merasa nyaman dengan memiliki dua kebudayaan, keadaan ini merupakan indikasi yang baik, karena individu berhasil melewati seleksi alam kecil. Dua kebudayaan ini yang dapat mendorong mereka untuk membagikan kebudayaan yang ia peroleh selama di tempat rantau. Dalam fase ini, individu mulai merasa ada kebanggaan terhadap dirinya sendiri dengan berbagai penerimaan dari proses adaptasi di lingkungan barunya. Meskipun hidup di lingkungan baru terbilang cukup sulit, namun belajar menerima segala bentuk kebudayaan yang berbeda pada kehidupan sebelumnya membuat mereka merasa jauh lebih baik.

## **KESIMPULAN**

Surabaya merupakan kota metropolitan dengan banyak universitas yang menarik bagi calon mahasiswa. Menurut Geofanny et al. (2022) dan Oberg (1960), mahasiswa adalah individu yang menuntut ilmu di perguruan tinggi.

Adaptasi adalah proses penyesuaian diri yang penting bagi mahasiswa yang merantau dari daerah asal ke Surabaya. Mereka sering mengalami *culture shock*, yang diartikan sebagai tekanan akibat perbedaan lingkungan dan budaya (Setiawan et al., 2015).

Penelitian ini menunjukkan mahasiswa luar Surabaya menghadapi tantangan dalam beradaptasi, seperti perbedaan bahasa, norma sosial, dan gaya hidup. Meski demikian, pengalaman baru ini sering kali menyenangkan dan memperkaya pengetahuan mereka.

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan pada sembilan orang informan mahasiswa perantauan asal luar Surabaya yang terdiri atas mahasiswa perantauan semester awal perkuliahan serta mahasiswa perantauan semester lanjut dan berkuliah di Surabaya, menunjukkan bahwa masa *culture shock* pasti akan dialami oleh setiap mahasiswa perantauan, hanya saja *culture shock* yang terjadi pada setiap individu berbeda-beda, menyesuaikan pada sejauh mana *culture shock* dirasakan dalam hidupnya. *Culture shock* adalah suatu hal normal yang terjadi pada mahasiswa perantauan. Terutama daerah baru pasti memiliki situasi dan kondisi lingkungan budaya yang sangat berbeda dengan daerah asalnya. Keberhasilan dalam mengatasi masalah *culture shock*

---

sangatlah bergantung dengan usaha dan kesungguhan dari masing-masing individu.

Dari hasil yang peneliti kumpulkan menyatakan bahwa *culture shock* yang dialami informan mahasiswa perantau ternyata tidak benar-benar menimbulkan rasa putus asa permanen dalam menyelesaikan perkuliahannya di Surabaya. Berbagai kesulitan akibat adanya perbedaan lingkungan sosial budaya yang dialami mahasiswa perantau di Surabaya akan memudar seiring dengan berjalannya waktu. Kondisi individu yang setiap harinya selalu berada di tengah orang-orang berbeda karakter budaya didukung dengan padatnya aktivitas perkuliahan nantinya menghadapkan individu pada proses pembauran dengan individu lainnya sebagai dorongan kebutuhan berinteraksi hingga hal ini akan menjadikan mereka lebih mudah dalam bersosialisasi. Dalam hal ini, individu juga akan lebih terdorong untuk lebih mengenali dirinya sendiri dan menghantarkan individu pada penyesuaian hidup di lingkungan baru.

Melalui penelitian ini, peneliti mengetahui bahwa individu akan mengalami *culture shock* pada satu minggu kedatangan pertama hingga satu tahun pertama di Surabaya. Mahasiswa baru sedang mengalami *culture shock* pada tahap *honeymoon phase* hingga *crisis phase*, sedangkan mahasiswa semester lanjut yang sudah lebih lama tinggal di Surabaya telah mengalami tahap yang lebih jauh baik tahap *adjustment phase* maupun *bi-cultural phase*.

Sehingga dapat disimpulkan langkah yang dapat diambil dalam menghadapi *culture shock* oleh mahasiswa perantau yaitu beradaptasi dengan menerima dan memahami budaya di Surabaya. Dengan beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan budaya di Surabaya mahasiswa perantau merasa lebih nyaman tinggal di Surabaya dan berbagai kesulitan yang dirasakan akibat perbedaan budaya yang terjadi dapat lebih mudah dikendalikan. Selain itu, menyesuaikan dan menerima segala keanekaragaman budaya yang ada dapat mempermudah usaha dalam beradaptasi dengan budaya yang baru dan akan menghasilkan suatu komunikasi yang berlangsung secara efektif ditengah perbedaan budaya.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian tentang fenomena *culture shock* mahasiswa perantauan di Surabaya, peneliti memberi saran bagi calon mahasiswa perantau untuk mengatasi *culture shock* dengan baik sebagai berikut:

- a) Sebelum berangkat ke daerah baru, sebaiknya mencari informasi terlebih dahulu pada sumber yang terpercaya tentang keadaan, situasi sosial dan budaya yang ada

---

di daerah tersebut. Hal ini akan membantu individu untuk lebih mengetahui gambaran akan lingkungan barunya.

- b) Memiliki tujuan merantau yang jelas. Individu harus mengetahui dan memegang teguh serta kesungguhan terhadap tujuan awal merantau.
- c) Kesiapan diri untuk belajar budaya baru. Hal ini akan menjadi penting karena setiap individu terutama perantau harus belajar tentang budaya barunya untuk mempermudah kehidupan pada lingkungan baru.
- d) Dapat menyesuaikan diri ditempat mereka berada. Mengetahui secara sadar dimana dan untuk apa mereka merantau. Memahami bentuk penyesuaian diri di lingkungan barunya dan tidak melakukan hal yang dilarang dalam norma ditempat
- e) Menghargai budaya yang ada di tempat rantauan, bersikap terbuka dengan menerima lingkungan sosial budaya yang baru disekitarnya, menciptakan interaksi yang efektif dan meluaskan jaringan pertemanan yang baru baik di lingkungan perkuliahan maupun lingkungan tempat tinggal. Hal ini akan membantu menumbuhkan perasaan nyaman dan aman pada diri individu sehingga dapat meminimalisir kecemasan serta kesulitan yang berkelanjutan.

### **Hasil Wawancara dengan Informan**

Malik Abdul Basit (Pakistan, Psikologi): Menghadapi perbedaan makanan, bahasa, norma sosial, dan kesulitan beradaptasi dengan lingkungan yang baru.

Ega Ramadhan (Sumatera Selatan, Ilmu Komunikasi): Menghadapi kesulitan komunikasi dan perbedaan norma sosial.

Camelia Gladis Febrianti (Samarinda, Ilmu Komunikasi): Menghadapi perbedaan suhu, budaya, dan kesulitan beradaptasi dengan waktu dan cuaca Surabaya.

Yoshua Septiadi Simatupang (Bali, Ilmu Administrasi Negara): Menghadapi perbedaan bahasa dan norma sosial, serta kesulitan mengatur keuangan.

Mahesa Prawira (Jakarta, Ilmu Administrasi Negara): Menghadapi kesulitan memahami perbedaan bahasa dan pengaturan waktu.

Natalia Angwarmase (Maluku, Manajemen): Sebagai mahasiswa exchange, menghadapi tantangan dalam adaptasi budaya.

Miguel Christheo Karundeng (Manado, Ilmu Komunikasi): Menghadapi perbedaan rasa

---

makanan dan kesulitan memahami bahasa Jawa. Heri Gabriel Obama Paisey (Papua, Ilmu Komunikasi): Menghadapi kesulitan dalam memahami bahasa dan beradaptasi dengan norma sosial yang berbeda.

Mahasiswa perantau di Surabaya sering kali mengalami *culture shock*, namun pengalaman tersebut memperkaya perspektif mereka. Adaptasi terhadap perbedaan budaya, bahasa, dan gaya hidup merupakan tantangan yang bisa memberikan pengalaman berharga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agestia, Enti, Desy Safitri, and Sujarwo Sujarwo. "Adaptasi Mahasiswa Dalam Mengatasi Culture Shock Dalam Perkuliahan." *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan* 2.4 (2024): 253-264.
- Aji, Gilang, and Diyah Utami. "Papuan Students Cross-Cultural Adaptation in Surabaya State University." *International Conference on Social Science 2019 (ICSS 2019)*. Atlantis Press, 2019.
- Ambarwati, Mitha, and Yudiana Indriastuti. "Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Rantau Dalam Menghadapi Culture Shock Di Madura." *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis* 8.1 (2022): 9-24.
- Devinta, Marshelena. "Fenomena culture shock (gegar budaya) pada mahasiswa perantauan di Yogyakarta." *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 5.3 (2016).
- Handaja, Evangeline Keezia, Idfiana Zahra Irgamsyah, and Ridha Fadhillah. "Fenomena Culture Shock Mahasiswa Baru Rantau Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya dalam Proses Adaptasi di Surabaya." *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*. Vol. 2. 2023.
- Kuswicaksono, Abiyugo Galih. *Proses Adaptasi Mahasiswa Perantauan Dalam Menghadapi Culture Shock (Studi Deskriptif Mahasiswa Asal Flores Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*. Diss. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2020.
- Lawrence, Clarisa Patricia, and Moh Mudzakkir. "Penyesuaian Diri Mahasiswa Rantau Indonesia

Timur di Universitas Negeri Surabaya." *Paradigma* 13.1 (2024): 11-20.

Maizan, Sabrina Hasyati, Khoiruddin Bashori, and Elly Nur Hayati. "Analytical theory: Gegar budaya (culture shock)." *Psycho Idea*

18.2 (2020): 147-154.

Prayoga, Abim Prima, and Pambudi Handoyo. "Pola Adaptasi Mahasiswa Rantau Luar Surabaya Dalam Menghadapi Culture Shock." *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25.2 (2023): 153-158.

Siringoringo, Meta, Rina Kristiana Sitepu, and Devier Portiana Malau. "ADAPTASI MAHASISWA PMM2 TERHADAP CULTURE

SHOCK DI PT PENERIMA." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4.2 (2023): 3020-3026.

Suryandari, Nikmah. "Culture shock communication mahasiswa perantauan di Madura." *Universitas Trunojoyo Madura* (2012).

Wijanarko, Eri, and Muhammad Syafiq. "Studi fenomenologi pengalaman penyesuaian diri mahasiswa Papua di Surabaya." *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan* 3.2 (2013): 79-92.

Yusron, Maulana Alfin. "Efikasi Diri Mahasiswa Rantau Luar Jawa Dalam Mengatasi Culture Shock." (2021).

---

## Kampanye Berkain Gembira Dalam Membangun Kesadaran Budaya dan Kesetaraan Gender

Adena Jasmine Liz Hermawan<sup>1</sup>, Adisti Nadya Azzahra<sup>2</sup>, Claudia Charista Nanda<sup>3</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184241@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184241@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [24041184266@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184266@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [24041184245@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184245@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Indonesia memiliki banyak keragaman budaya, salah satunya yaitu batik. Namun, di era globalisasi ini mulai bermunculan budaya asing yang membuat budaya tradisional Indonesia mulai tergeser eksistensinya. Kehadiran globalisasi ini menghadirkan dampak positif dan dampak negatif terkait cara penggunaan pakaian. Globalisasi memberikan dampak positif yang dapat menghadirkan pengaruh cara berpakaian budaya asing yang dengan mudah masuk dalam kebudayaan kita. Selain itu, di era globalisasi ini juga memberikan dampak negatif, seperti mulai terancamnya budaya lokal yang kerap terjadi di lingkungan generasi muda. Contohnya, para generasi muda lebih tertarik dengan cara berpakaian budaya asing dibandingkan cara berpakaian budaya lokal. Dengan adanya tagar #BerkainBersama dan #BerkainGembira, perlu diketahui pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan kain tradisional dalam aktivitas sehari-hari generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kampanye berkain gembira atau berkain bebas pada masyarakat dan generasi muda.

Dengan adanya globalisasi, membawa banyak dampak dan perubahan bagi kehidupan sehari-hari, salah satunya yaitu ketimpangan budaya. Banyak budaya asing yang masuk ke Indonesia dan diterima oleh anak muda, sehingga mereka sulit untuk menyaring hal yang baik dan hal yang buruk. Mereka berfikir bahwa budaya asing lebih keren dan tidak ketinggalan jaman. Tapi dengan adanya tren fashion berkain dapat membawa pengaruh yang signifikan dalam penggunaan kain tradisional dalam aktivitas sehari-hari para generasi Z. Di era globalisasi ini, generasi Z menghadapi tantangan dalam melestarikan budaya lokal, terutama kain batik. Maka, dengan adanya kampanye #BerkainGembira dan #BerkainBebas memudahkan generasi Z dalam melestarikan dan mengembangkan warisan budaya Indonesia. Jurnal ini menggunakan metode penelitian jenis kualitatif, karena muatan dalam karya tulis ini tidak tertera secara detail mengenai jumlah atau nilai yang ada. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara. Teknik analisis data penelitian dilakukan secara deskriptif, yang merupakan pemanfaatan data kualitatif yang kemudian dijabarkan secara deskriptif. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa adanya pengaruh dari tren fashion berkain bagi para generasi Z dalam era globalisasi ini.

**Kata Kunci:** Globalisasi, Generasi Z, Budaya tradisional, Berkain

### PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan budaya dan tradisi, yang tercermin melalui beragam kelompok etnis yang ada di dalamnya. Berdasarkan data yang di dapat, bahwa Negara Indonesia ini memiliki sebanyak 270,20 juta jiwa (sensus penduduk 2020). Setiap kelompok etnis memiliki ciri khas warisan budaya yang unik, yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Salah satu fokus penelitian ini adalah penerapan kain sebagai simbol warisan budaya lokal di kalangan generasi muda.

Fenomena globalisasi telah mengubah cara kita berinteraksi dan mengkonsumsi budaya. Globalisasi menciptakan kondisi di mana orang, barang, jasa, dan informasi dapat bergerak dengan lebih bebas dan cepat, sehingga memungkinkan akses terhadap berbagai

pengetahuan tanpa batasan ruang dan waktu. Namun, globalisasi juga membawa dampak yang kompleks terhadap cara berpakaian masyarakat. Dampak globalisasi yang berasal dari berbagai negara ini bisa memicu terjadinya kegiatan penyebaran fashion dari negara diluar Indonesia. Penyebab suatu gaya berpakaian dari luar negara ini, memungkinkan terjadinya kegiatan impor pakaian. Seringkali gaya berpakaian impor lebih menarik karena berlabel ‘mendunia’ dan sedang trend di kalangan generasi muda sehingga secara tidak langsung memberikan sugesti-sugesti untuk memakainya (Azmi Sukma, 2024)

Di satu sisi, budaya asing dapat mempengaruhi cara berpakaian dan memberikan pilihan baru. Namun, di tengah gemerlapnya kemajuan teknologi dan arus informasi global, budaya lokal sering kali terancam terkikis atau bahkan hilang sama sekali. Bagi Indonesia, merasuknya nilai-nilai Barat yang menumpang arus globalisasi ke kalangan masyarakat Indonesia merupakan ancaman bagi budaya asli yang mencitrakan lokalitas khas daerah- daerah di negeri ini. terutama di kalangan generasi muda yang sering kali lebih menghargai gaya berpakaian asing dibandingkan dengan budaya tradisional (Haminah 2024).

Melihat kondisi ini, tren berkain yang dipopulerkan melalui kampanye #BerkainGembira dan #BerkainBebas muncul sebagai upaya untuk melestarikan warisan budaya Indonesia, seperti kain batik dan kebaya. Kampanye ini diharapkan dapat mengubah pandangan generasi muda mengenai kain tradisional, yang semula dianggap kuno, menjadi pilihan yang modern dan menarik. Dalam kampanye ini terdapat salah satu kegiatan yang bermaksud untuk mengajak para generasi penerus bangsa agar menggunakan kain atau berbusana dalam suatu kesempatan dan aktivitas (S Wening, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kampanye berkain gembira dan berkain bebas dalam konteks masyarakat dan generasi muda. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam bidang budaya, tata busana, serta kesetaraan gender di Indonesia. Kebudayaan, sebagai hasil cipta, rasa, dan karsa manusia, mencakup berbagai aspek kehidupan dan membentuk identitas masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan kain batik atau kebaya dalam gaya berpakaian sehari-hari menjadi alternatif bagi generasi muda untuk mengekspresikan jati diri dan rasa cinta tanah air, sekaligus menyuarakan isu-isu kesetaraan gender dalam dunia tata busana.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang

bertujuan untuk menggambarkan secara rinci fenomena kampanye berkain dalam membangun kesadaran budaya dan kesetaraan gender pada masyarakat, khususnya generasi muda. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman mendalam tentang proses, makna, dan dampak kampanye ini melalui pengumpulan dan analisis data non-numerik.

Pendekatan kualitatif dipilih berdasarkan teori bahwa penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi budaya memiliki pengaruh signifikan dalam pembentukan identitas budaya dan kesetaraan gender (Giddens, 2020). Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang tren berkain sebagai strategi pelestarian budaya lokal di tengah arus globalisasi. Metode ini juga bertujuan untuk menyoroti pengaruh kampanye dalam mengubah persepsi generasi Z terhadap kain tradisional dan perannya dalam menciptakan kesetaraan gender.

### **Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan:

a. Data primer

Dikumpulkan langsung dari hasil wawancara mendalam dengan narasumber yang relevan, termasuk generasi Z yang aktif mengikuti kampanye #BerkainGembira atau terlibat dalam aktivitas berkain lainnya.

b. Data sekunder

Diperoleh dari literatur yang relevan seperti artikel ilmiah, jurnal, buku, serta laporan yang mendukung analisis penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

a. Wawancara

Dilakukan secara semi-terstruktur untuk memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman, pandangan, dan sikap narasumber mengenai kampanye berkain. Pertanyaan dirancang untuk menggali pemahaman narasumber tentang peran kampanye berkain dalam meningkatkan kesadaran budaya, kesetaraan gender, serta bagaimana narasumber mengaitkan penggunaan kain dengan identitas mereka.

b. Studi Literatur

Menggunakan sumber akademik seperti jurnal budaya, laporan penelitian tentang globalisasi dan pelestarian tradisi, serta analisis tren mode pada generasi Z.

---

## **Prosedur Penelitian**

Langkah-langkah utama penelitian ini meliputi:

- a. **Penentuan Fokus Penelitian**  
Mengidentifikasi tujuan dan masalah penelitian terkait kampanye berkain dalam konteks budaya dan gender.
- b. **Pengumpulan Data**  
Melakukan wawancara mendalam dengan narasumber dan mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber yang relevan.
- c. **Pengolahan dan Verifikasi Data**  
Data yang diperoleh dianalisis untuk memastikan validitas dan konsistensinya.
- d. **Analisis Data**  
Menggunakan pendekatan deskriptif untuk menginterpretasikan data berdasarkan tema utama, seperti dampak kampanye pada kesadaran budaya dan kesetaraan gender.
- e. **Penyimpulan**  
Menyimpulkan hasil analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian.

## **Teknik Analisis Data**

Analisis dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

- a. **Reduksi Data**  
Menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan.
- b. **Penyajian Data**  
Mengorganisasi data dalam bentuk narasi deskriptif yang terstruktur.
- c. **Penarikan Kesimpulan**  
Mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna yang relevan dengan tujuan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Generasi muda saat ini menunjukkan kecenderungan yang semakin kuat untuk memilih pakaian yang berasal dari budaya luar, mengesampingkan kain batik sebagai pilihan utama. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh beberapa faktor, termasuk pengaruh globalisasi yang membawa akses mudah terhadap mode internasional dan tren fashion yang terus berubah. Globalisasi membuat berbagai pertukaran informasi di segala belahan dunia terjalin sangat cepat. Globalisasi sendiri dapat diartikan sebagai suatu proses yang mendunia, tanpa adanya

---

batasan wilayah, tidak terbatas ruang dan waktu, menjadikan kehidupan lebih modern dan maju, setiap negara akan bersaing untuk menunjukkan kemajuannya dalam proses globalisasi.

Globalisasi sendiri dipicu oleh majunya iptek transportasi yang mempermudah dalam jasa dan pengiriman ke luar negeri, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam berperan menjamin kemudahan dalam transaksi ekonomi antar negara, kerjasama ekonomi internasional yang memudahkan terjadinya kesepakatan antar negara yang terjalin dengan erat. Salah satu dampak dari adanya globalisasi adalah ketimpangan budaya, ketimpangan ini dapat terjadi akibat individu yang tidak mampu untuk menyaring mana hal yang baik dan mana hal yang buruk yang ditimbulkan dari adanya pertukaran budaya asing yang masuk ke Indonesia. Banyaknya budaya luar yang masuk ke dalam negeri dan diterima oleh anak muda yang ada di Indonesia membuat mereka tertarik dan terpengaruh untuk ikut mengikuti gaya hidup *influencer* luar negeri yang mereka suka, mulai dari gaya hidup hingga gaya berpakaian mereka. Selain itu, citra modernitas yang sering kali diasosiasikan dengan produk luar negeri dapat menciptakan persepsi bahwa pakaian dari luar lebih menarik dan relevan dengan gaya hidup kontemporer. Di sisi lain, kurangnya pengetahuan dan apresiasi terhadap nilai budaya serta sejarah kain batik dapat mengakibatkan generasi muda kehilangan keterikatan emosional terhadap warisan budaya lokal tersebut. Hingga membuat anak muda di Indonesia berfikir bahwa budaya luar terkesan lebih baik, lebih keren, dan lebih modern atau tidak ketinggalan jaman dan membuat mereka membandingkan dengan kebudayaan lokal yang ada di Indonesia.

Hal ini menjadi tantangan bagi pemangku kepentingan dan kita sebagai generasi penerus bangsa untuk merancang strategi yang efektif dalam mempromosikan kain batik agar tetap diminati oleh kalangan muda, sehingga warisan budaya ini dapat terus lestari dan relevan dalam era modern. Salah satu solusi yang di telah dikemukakan adalah dengan adanya trend fashion berkain atau yang lebih dikenal dengan #BerkainGembira dan #BerkainBebas. Dengan adanya tren fashion berkain dapat membawa pengaruh yang signifikan bagi penggunaan kain tradisional dalam aktivitas sehari-hari generasi Z. Trend berkain di Indonesia telah menjadi gerakan yang juga telah dikampanyekan melalui berbagai media, termasuk media sosial dan pentas seni. Kampanye ini bertujuan untuk melestarikan budaya Indonesia dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berkain. Beberapa kampanye berkain yang dilakukan di Indonesia antara lain adalah, Kampanye Expressing Yourself with #BebasBerkain, kampanye ini dilakukan oleh mahasiswa untuk meningkatkan awareness tentang kesetaraan

gender. Kampanye ini juga bertujuan untuk menghapus stigma bahwa kain hanya digunakan oleh perempuan atau kelas tertentu saja. Dan kampanye #BerkainGembira, kampanye ini dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, Youtube, dan berbagai media sosial lainnya. Kampanye ini melibatkan public figure dan influencer tanah air untuk menarik perhatian generasi.

Trend fashion berkain ini berawal dari tagar #BermainBersama yang cukup viral di media sosial dan menjadi challenge di TikTok dan mendapatkan respons yang cukup baik bagi kebanyakan anak muda. Trend #BerkainBersama viral diawali oleh unggahan dari Arwinda Kirana di akun TikTok miliknya. Di Video tersebut dia memperlihatkan dirinya sedang menggunakan kain sebagai terusan yang dipadupadankan dengan pakaian kasual dan sepatu sneakers. Lalu tagar #BerkainBersama pun sempat trending di TikTok yang membuat trend ini makin menyebar luas. Tagar #BerkainBersama hingga saat ini sudah mencapai 173,9 juta penonton dari akumulasi video yang menggunakan tagar tersebut.

Dengan mengenakan kain batik lalu dipadupadankan dengan pakaian moderen kita dalam keseharian sudah terbukti tak membatasi ruang gerak pemakainya dalam beraktivitas. Berkain juga bisa digunakan dalam setiap suasana, seperti pakaian pada umumnya. Bahkan sekarang *fashion* berkain bisa dipadupadankan dengan *outfit* yang sedang *hype* zaman sekarang. Seni dalam penggunaan kain ini menitikberatkan pada teknik ikat dan lilitnya. Kain justru bisa menjadi salah satu bentuk ekspresi diri yang utama bagi pemakainya berkat ikatan dan lilitan yang kuat. Dengan berkain, kita seakan diajak mengkreasikan busana kita sendiri. Desain kain serbaguna tradisional memungkinkan untuk dimodifikasi menjadi semua jenis garmen, termasuk atasan, luaran, jumpsuit, atau bahkan seluruh rangkaian aksesoris gaya. Kesan kuno dan ketinggalan zaman ketika memakai kain sepertinya sudah berganti dengan kesan yang lebih elegan dan *artsy*. Dengan adanya trend *fashion* berkain ini menjadikan pasar kain meluas ke berbagai masyarakat dan generasi karena dianggap kain tradisional ini sekarang jauh lebih fungsional di era yang kini jauh lebih modern.

Dengan trend fashion berkain membuat Generasi Z di Indonesia semakin menyadari pentingnya pelestarian budaya, dan banyak di antara mereka menganggap kampanye "Berkain Gembira" sebagai inisiatif yang positif dalam mengembangkan kebudayaan nasional. Mereka percaya bahwa kampanye ini tidak hanya mendorong penggunaan kain tradisional, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan jati diri sebagai anak bangsa. Melalui partisipasi dalam kampanye ini, generasi Z merasa terlibat dalam upaya menjaga warisan

budaya yang kaya dan beragam, serta memperkuat rasa kebanggaan terhadap identitas nasional. Selain itu, mereka melihat kampanye ini sebagai peluang untuk berinovasi dan menggabungkan elemen-elemen modern dengan tradisi, sehingga kain lokal tetap relevan di tengah arus globalisasi. Dengan demikian, generasi Z berharap dapat berkontribusi pada revitalisasi budaya dan menunjukkan bahwa kecintaan terhadap kain tradisional dapat selaras dengan gaya hidup kontemporer mereka lewat kampanye #BerkainGembira dan #BerkainBebas.

Selain itu dengan adanya kampanye bertema berkain ini juga mengangkat berbagai isu selain kesenian dan ketimpangan kebudayaan dalam dunia fashion yang ada di Indonesia, tetapi juga mengangkat isu tentang kesetaraan antar gender. Isu kesetaraan gender di Indonesia masih menjadi tantangan yang kompleks dan multidimensional. Meskipun telah ada kemajuan dalam upaya perlindungan hak-hak perempuan, seperti pengesahan Undang-Undang tentang Penghapusan Kekerasan dalam Rumah Tangga dan partisipasi perempuan dalam politik, kesenjangan masih terlihat di berbagai bidang. Dalam dunia kerja, perempuan sering kali menghadapi diskriminasi, termasuk kesenjangan upah dan peluang promosi yang lebih terbatas dibandingkan rekan laki-laki.

Selain itu, norma-norma budaya yang patriarkal masih mengakar kuat, membatasi peran perempuan dalam pengambilan keputusan di keluarga dan masyarakat. Namun dalam kasus lain isu mengenai laki-laki yang dianggap tidak boleh bersolek atau terjun ke dunia busana mencerminkan stigma dan norma gender yang kaku dalam masyarakat. Dalam banyak budaya, termasuk di Indonesia, terdapat anggapan bahwa perawatan diri dan ekspresi estetika adalah domain perempuan, sementara laki-laki diharapkan untuk menampilkan citra yang maskulin dan tidak emosional. Hal ini sering kali menyebabkan diskriminasi terhadap laki-laki yang ingin mengeksplorasi dunia mode, baik sebagai desainer, model, maupun dalam hal bersolek. Mereka masih harus menghadapi berbagai tantangan, seperti stigma sosial dan penilaian negatif dari lingkungan sekitar. Dalam konteks ini, penting untuk mendorong dialog yang lebih terbuka tentang identitas gender dan ekspresi diri, serta mengadvokasi penerimaan yang lebih besar terhadap keberagaman dalam dunia fashion, sehingga semua individu, tanpa memandang gender, dapat merasa bebas untuk mengekspresikan diri mereka secara autentik.

Kampanye #BerkainGembira dan #BerkainBebas berperan penting dalam mengajak masyarakat untuk menyuarakan kesetaraan gender, dengan menegaskan bahwa tren fashion berkain dapat diikuti oleh siapa saja yang mendukung kampanye ini. Upaya ini bertujuan untuk

---

menghapus stigma bahwa hanya perempuan yang diperbolehkan mengikuti tren busana berkain; laki-laki juga memiliki kesempatan dan peran yang setara dalam melestarikan kebudayaan Indonesia sebagai bagian dari identitas nasional. Meskipun dunia fashion sering kali diasosiasikan dengan perempuan, kampanye berkain mengajak semua individu, tanpa memandang gender dan status sosial, untuk bersatu dalam melestarikan warisan budaya nenek moyang. Dengan demikian, diharapkan kebudayaan ini dapat dinikmati dan dihargai oleh generasi mendatang. Dampak positif lainnya dengan adanya kampanye #BerkainGembira dan #BerkainBebas di masyarakat adalah pada bidang:

1. **Pelestarian Budaya:** Kampanye ini berfungsi untuk mempromosikan dan melestarikan kain tradisional, yang merupakan bagian integral dari warisan budaya suatu daerah. Dengan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kain tradisional, masyarakat dapat lebih menghargai dan menjaga nilai-nilai budaya lokal.
2. **Pemberdayaan Ekonomi:** Dengan mengangkat kain tradisional, kampanye ini dapat mendorong industri kecil dan menengah (IKM) yang bergerak di bidang produksi kain. Hal ini berpotensi menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama di daerah yang bergantung pada kerajinan tangan.
3. **Identitas Sosial:** Kampanye berkain gembira dapat memperkuat identitas sosial masyarakat. Dengan mengenakan kain tradisional, individu dapat mengekspresikan kebanggaan akan budaya mereka dan meningkatkan rasa solidaritas di antara anggota komunitas.
4. **Kesadaran Lingkungan:** Banyak kain tradisional dibuat dari bahan alami dan melalui proses yang ramah lingkungan. Kampanye ini dapat mengedukasi masyarakat tentang pentingnya penggunaan bahan-bahan berkelanjutan, serta mendukung praktik yang lebih ramah lingkungan dalam industri tekstil.
5. **Kesejahteraan Psikologis:** Terlibat dalam kegiatan berkain gembira dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis individu. Kegiatan ini sering kali melibatkan interaksi sosial, yang dapat mengurangi stres dan meningkatkan mood. Selain itu, mengenakan kain tradisional dapat memberikan rasa bangga dan kepercayaan diri.

---

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari pembahasan di atas menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya Generasi Z, menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan identitas budaya lokal di tengah arus globalisasi yang mengedepankan mode internasional. Kecenderungan untuk memilih pakaian dari budaya luar telah mengakibatkan pengabaian terhadap kain batik dan tradisi lokal lainnya. Hal ini dipicu oleh faktor-faktor seperti akses mudah terhadap informasi dan pengaruh tren global, yang menciptakan persepsi bahwa produk luar negeri lebih modern dan menarik. Namun, kampanye #BerkainGembira dan #BerkainBebas menawarkan solusi dengan mendorong penggunaan kain tradisional sebagai bentuk ekspresi diri yang relevan bagi generasi muda. Kampanye ini tidak hanya berfokus pada pelestarian budaya, tetapi juga mengangkat isu kesetaraan gender dengan menegaskan bahwa fashion berkain dapat diakses oleh semua individu, tanpa memandang gender atau status sosial.

Dengan pendekatan inklusif ini, diharapkan generasi muda dapat terlibat aktif dalam menjaga dan mengembangkan warisan budaya Indonesia, sehingga nilai-nilai tradisional tetap hidup dan relevan dalam konteks modern.

## Saran

Dalam konteks globalisasi yang semakin mengemuka, penting bagi penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan generasi muda dalam memilih pakaian dari budaya luar, serta implikasi dari fenomena tersebut terhadap pelestarian kain tradisional, khususnya batik. Penelitian ini dapat dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang melibatkan wawancara mendalam dan survei terhadap generasi Z untuk mendapatkan perspektif mereka mengenai kain tradisional dan mode internasional.

Selanjutnya, pengembangan strategi komunikasi yang efektif dalam kampanye berkain gembira perlu diperhatikan, dengan memanfaatkan platform media sosial yang paling banyak diakses oleh generasi muda. Penelitian ini juga harus menilai efektivitas kampanye yang telah dilakukan, seperti #BerkainGembira dan #BerkainBebas, dalam meningkatkan kesadaran akan nilai budaya dan warisan lokal. Evaluasi ini dapat mencakup analisis dampak emosional dan identitas yang dibangun melalui partisipasi dalam kampanye tersebut.

Akhirnya, studi lebih lanjut mengenai interseksionalitas dalam konteks kesetaraan gender dalam dunia fashion juga sangat relevan. Penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana norma-norma gender yang ada memengaruhi partisipasi laki-laki dan perempuan dalam

---

menggunakan kain tradisional, serta mengidentifikasi langkah-langkah konkret yang dapat diambil untuk menciptakan ruang yang lebih inklusif bagi semua individu dalam pelestarian budaya.

Saran ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan pemahaman tentang interaksi antara globalisasi, identitas budaya, dan kesetaraan gender dalam konteks fashion di Indonesia.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Jan Aart Scholte, *Cultural Globalization: A User's Guide* 2019

K. A. Giddens, *Globalization and Cultural Identity: Implications for the Future* (International Sociology 2020)

Peter van der Veer, *The Impact of Globalization on Cultural Diversity: A Critical Perspective* (Cultural Sociology 2018)

Arjun Appadurai, *Cultural Homogenization vs. Cultural Heterogenization: Globalization's Impact* (Theory, Culture & Society 2021)

David Held & Henrietta L. L. L. W. Tsang, *Globalization, Culture, and Inequality: The Changing Dynamics* (Journal of Globalization Studies 2022)

Wibowo, A., & Subroto, R. *The Cultural Value of Batik: The Preservation of Traditional Textile Craft in Indonesia*. (International Journal of Cultural Studies 2019)

Hastuti, S. "Batik as Cultural Heritage: Challenges and Opportunities for Preservation." (*Journal of Indonesian Cultural Studies* 2018)

Maharani, A., & Junaidi, M. "Preserving Batik Heritage: Strategies for Sustainable Development." (*Asian Journal of Humanities and Social Studies* 2020)

Rachman, F., & Nurjanah, S. "Cultural Identity in Batik: The Role of Community in Preservation." (*International Journal of Art & Design Education* 2017)



---

Sutanto, R., & Susanti, D. "Batik as a Symbol of National Identity: Implications for Education and Cultural Policy." (*Journal of Arts and Culture* 2021)

## Perspektif Mahasiswa *Hiding* Media Sosial dari Orang Tua

Ega Ramadhan<sup>1</sup>, Nabila Dwi Aulia<sup>2</sup>, Talitha Salsabila<sup>3</sup>

Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184168@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184168@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [24041184273@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184273@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>,

[24041184294@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184294@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Topik sebuah perdebatan yang ingin diangkat dari mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya yang bertujuan penuh untuk melihat secara keseluruhan dan mengidentifikasi motif mahasiswa dalam menyembunyikan akun media sosial nya dari orang tua. Era sekarang semakin membuka kesempatan yang luas bagi penggunaannya untuk berekspresi dengan bebas dan beragam. Perkembangan *trend* yang pesat memaksa beberapa penganutnya untuk melakukan apa saja untuk mewujudkannya. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melalui pendekatan dengan narasumber yang pernah mengalami dan melakukan aktivitas tersebut. Selain itu untuk mendapatkan informasi yang beragam penelitian tersebut melibatkan beberapa mahasiswa dengan latar belakang berbeda-beda. Setelah melalui wawancara, hasil penelitian memberikan jawaban terkait beberapa motif utama seperti timbulnya rasa tidak percaya diri, menghindari munculnya konflik, serta melindungi privasi. Lintas generasi yang sudah melek tentang platform digital secara tidak langsung memunculkan persepsi yang berbeda dalam penggunaan media sosial itu sendiri. Alasan ini juga yang membuat mahasiswa memutuskan untuk memprivasi semua cerita kesehariannya di aplikasi digital.

**Kata Kunci:** Motif Privasi, Media Sosial, Mahasiswa, Orang tua

### PENDAHULUAN

Media sosial merupakan sebuah tempat dimana seseorang dapat membuat laman pribadi mereka dan sebuah alat komunikasi digital serta tempat untuk saling bertukar informasi. Bagi mereka yang memiliki media sosial yang sama, mereka dapat terhubung dengan satu sama lain. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk bergabung dan berpartisipasi di dalam media tersebut untuk memberikan umpan balik secara terbuka, memberi komentar terhadap apa yang ada di dalamnya, serta memberi informasi dalam waktu yang cepat. Di dalam media sosial tidak ada Batasan apapun untuk mereka bisa berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Bukan hal yang tabu lagi bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan seseorang.

Media sosial tidak memandang siapa saja yang bisa mereka akses, mulai dari anak kecil hingga orang dewasa yang menuju lansia pun masih bisa mengakses media sosial. Media sosial memiliki berbagai banyak dampak positif bagi kehidupan yang modern dan canggih ini, tetapi tidak juga banyak dampak negatif yang diberikan oleh media sosial ini. Dari berbagai macam usia yang memakai media sosial ini 80% nya bisa dilihat jika yang paling banyak menggunakan media sosial adalah kalangan remaja, karena bagi mereka media

---

sosial ada tempat untuk mengekspresikan diri tanpa takut ada yang menghujat ataupun mengomentari mereka. Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya memposting atau mempublikasikan kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-teman dan keluarga. Dalam media sosial siapapun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa ada rasa khawatir.

Menurut (Putri, Nurwati, & S., 2016) dalam jurnalnya, remaja adalah seorang anak yang berusia mulai dari 12-24 tahun, dimana mereka masih dalam tahap perkembangan untuk menuju fase dewasa yang artinya remaja ini masih belum memiliki kematangan secara emosional, mental, sosial, serta fisik mereka. Pada masa remaja ini menunjukkan dengan jelas sifat kelabilannya atau sifat yang sering berubah-ubah yang dialami anak. Pada Masa remaja ini orang ini telah meninggalkan masa kanak-kanaknya namun ia juga belum memasuki masa dewasa.

Namun, menurut (Moshman, 2013) Remaja diduga masih impulsif, yang artinya pengendalian diri pada remaja jauh masih belum stabil dan cenderung tidak memikirkan resiko apa yang akan mereka hadapi.

Kemudahan dalam mengakses informasi di dunia digital saat ini, dapat menimbulkan beberapa aspek mulai dari mengarah kebaikan atau keburukan. Media sosial sekarang seolah sudah menjadi teman akrab untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Sesama pengguna dapat dengan mudah menjalin komunikasi satu sama lain. Beberapa aplikasi yang sering kali digunakan oleh semua kalangan adalah Instagram, whatsapp, Instagram, Twitter dan sebagainya.

Media sosial saat ini menjadi salah satu pusat yang paling banyak dan paling terkenal yang digunakan untuk berinteraksi dan berbagi informasi. Salah satu fitur yang ditawarkan oleh banyak platform di media sosial adalah pengaturan privasi. Fitur ini bisa digunakan pengguna untuk mengontrol siapa saja yang dapat melihat informasi pribadi mereka, termasuk foto, status, dan pembaruan yang mereka upload di sosial media mereka sendiri. Dengan adanya pengaturan ini, pengguna yang mengaktifkan fitur ini dapat merasa lebih aman dan nyaman dalam berbagi konten, karena mereka memiliki kendali atas siapa yang dapat mengakses informasi tersebut.

Meskipun fitur privasi itu memberikan perlindungan dan keamanan yang lebih pada pengguna yang mengaktifkannya, pengguna tetap harus berhati-hati dalam menerima dan menyebarkan informasi mereka. Terkadang, pengaturan privasi yang sedikit rumit dapat

membbingungkan, dan pengguna mungkin tidak sepenuhnya memahami bagaimana informasi mereka dapat atau mereka bagikan. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk lebih mengevaluasi dan mempelajari terlebih dahulu tentang pengaturan privasi, agar mereka tetap terlindungi dari berbagai hal yang tidak diinginkan. Sebelum menggunakan fitur ini ada kalanya harus memahami atau mempunyai pemahaman yang lebih tentang fitur ini, jadi pengguna dapat memanfaatkan dan menggunakan media sosial dengan lebih bijak dan aman.

Akhir-akhir ini sering muncul berapa hal menarik ke permukaan media sosial. Dengan adanya fitur privasi ini, dikalangan mahasiswa lebih memilih untuk mengaktifkan fitur ini, yaitu dengan “*Hidden*” atau menyembunyikan aktivitas yang dipublikasikan ke media sosial dari orang tua atau kerabat dekat atau diperuntukkan hanya untuk orang-orang tertentu saja.

Jalinan Komunikasi yang dilaksanakan secara langsung, proses interaksi dan komunikasi juga dapat dilaksanakan melalui media sebagai mediatornya (Sugiyanto & Ardianti, 2018). Kejadian itu menggiring untuk menyimpulkan beberapa spekulasi terkait dinamika hubungan antara mahasiswa dengan orang tua. Melalui beberapa sumber yang ditemui, terdapat berbagai macam alasan mendasar mengapa mereka memilih untuk menyembunyikan aktivitas mereka di media sosial dari orang tua. Mulai dari takut mendapat komentar yang tidak sedap maupun keinginan untuk menjaga privasi, hingga takut jika menghilangkan budaya dari keluarga.

Menurut Alan F. Westin dalam jurnal *Privacy: A Conceptual Analysis*, Vol.8 No.1, tahun 1976 yang berjudul *Environment and Behaviour* (hal: 8), Privasi dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengontrol serta menentukan siapa saja yang dapat melihat informasi yang mereka bagikan dan bagaimana memberikan informasi kepada orang lain. Memutuskan apa yang akan dipublikasikan dan apa yang harus dirahasiakan merupakan tindakan penting yang harus dilakukan sebelum seseorang melakukan *self-disclosure*. Semakin berkembangnya dunia digital maka masalah keamanan informasi dan privasi pada media sosial menjadi hal yang sangat penting saat ini. Media sosial sebagai salah satu sumber bocornya informasi rahasia sudah menjadi hal yang umum karena keteledoran seseorang. Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan sebuah masalah yaitu bagaimana kesadaran seseorang dalam mengamankan informasi dan privasi pribadi mereka dalam bermedia sosial.

Media sosial memiliki kaitan erat dengan orang tua, terutama dalam cara mereka berkomunikasi dan menerima informasi yang mereka dapat. Banyak orang tua sekarang yang

memanfaatkan media sosial untuk tetap terhubung dengan keluarga dan teman-teman, terutama bagi mereka yang tinggal jauh. Media sosial seperti Facebook dan WhatsApp menjadi alat komunikasi untuk berbagi momen keluarga, dan kabar terbaru dengan cepat. Pengaruh media sosial pada orang tua juga memiliki tantangan yang tersendiri. Mungkin beberapa orang tua merasa kesulitan untuk mengikuti perkembangan teknologi pada zaman sekarang dan dengan fitur-fitur baru di media sosial. Selain itu, penyebaran informasi yang berlebihan atau informasi yang tidak akurat bisa membuat orang tua mudah terpengaruh oleh berita palsu atau hoaks yang bersebaran.

Selain itu, perbedaan zaman antara orang tua dan mahasiswa yang cukup jauh menjadi salah satu alasan yang dapat menimbulkan tidak terciptanya komunikasi yang efektif. Cara menyampaikan pesan dan mengekspresikan sesuatu juga menjadi perbedaan yang cukup terlihat antara mahasiswa dengan orang tua. Tidak hanya itu keadaan psikologis juga ikut andil dalam fenomena ini. Kesulitan untuk saling terbuka dalam berkomunikasi di media sosial dapat menimbulkan jarak emosional. Setelah memahami faktor serta beberapa alasan mendasar terkait kejadian ini, semoga dapat lebih membuka pandangan terkait perbedaan dan cara menggunakan media sosial antar mahasiswa dengan orang tua. Penelitian ini bertujuan untuk menjelajahi lebih jauh serta mendapatkan pandangan baru mengenai alasan mahasiswa “Hidding” orang tua di media sosial. Melalui penelitian ini juga, diharapkan peneliti beserta para pembaca menjadi lebih terbukanya pikiran dari orang tua dalam memajukan minat dan bakat mahasiswa di media sosial.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Fenomenologi. Metode kualitatif Fenomenologi ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara. Menurut (Sugiyono, 2013) metode kualitatif merupakan sebuah metode dengan meneliti objek secara alamiah, yang mana peneliti berkontribusi dalam pengumpulan data harus dilakukan dengan triangulasi. Fenomenologi adalah suatu pendekatan melalui sebuah fenomena, seperti penampakan, pengalaman yang pernah dilakukan, cara beradaptasi atau menghadapi masalah, serta mengartikan pelajaran yang bisa diambil dari pengalaman pribadi. Kemudian, Terdapat alasan mendasar mengapa peneliti menggunakan metode ini, karena menyangkut pengetahuan keadaan sosial. Dengan metode kualitatif ini didapatkan beberapa opini serta proses dalam mengambil informasi sebanyak-banyaknya dari narasumber yang telah diwawancarai.

Fenomena perilaku perubahan sosial mahasiswa terhadap perilaku memprivasi orang tua di media sosial. Kemudian dilakukan wawancara untuk menarik informasi sebanyak-banyaknya untuk melihat pengaruh perilaku mahasiswa dalam memprivasi orang tua di media sosial ataupun motif mereka dalam memprivasi orang tuanya. Adapun beberapa narasumber yang sudah peneliti dapatkan. Total Keseluruhan informan terdapat 9 orang mahasiswa dengan latar belakang cerita dan alasan yang berbeda dan beragam.

Mahasiswa yang telah peneliti wawancarai rata-rata memiliki rentan usia sekitar 18 s/d 20 tahun. Usia tersebut masih tergolong usia remaja yang cukup dominan dalam dunia digital, seluruh informan diharapkan dapat mempermudah dalam berbagi informasi sesuai dengan topik penelitian yang dikerjakan. Wawancara ini dilaksanakan sekitar tanggal 20 agustus - 7 september 2024.

NO	Inisial Nama	Umur	Program Studi
1	EW	18	Ilmu Komunikasi
2	RL	18	Ilmu Komunikasi
3	AN	18	Kimia
4	AC	20	Ilmu Komunikasi
5	AN	18	Sosiologi
6	AG	18	Sosiologi
7	AQ	18	Sosiologi
8	MF	18	Ilmu Komunikasi
9	QA	19	Pend. Administrasi

Tabel 1 Subjek Responden

Dalam pemenuhan data peneliti menggunakan dua sumber data yaitu primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari narasumber yang pertama melalui wawancara. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber

---

yang telah ada sebelumnya bukan secara langsung dari penelitian. Pendekatan teoritis juga menjadi fokus peneliti dalam mengembangkan, serta merealisasikan teori dalam penelitian serta mengumpulkan beberapa pandangan atau opini hingga ke tahap menganalisis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL**

Dari penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut. Kemudian peneliti benar membuktikan adanya penerapan teori fenomenologi.

Terdapat sembilan informan yang diwawancarai yang terdiri dari lima perempuan dan empat laki-laki. Informan tersebut merupakan mahasiswa dengan rentan usia 18-20 tahun dimana pada penelitian sebelumnya mengatakan usia tersebut memiliki stabilitas emosional, kesadaran, kesesuaian, dan dominasi sosial yang lebih menonjol dibandingkan dengan rentang usia lainnya (Roberts & Davis, 2016). Dalam menggunakan media sosial, perempuan dan laki-laki memiliki beberapa perbedaan yang tidak jauh berbeda dalam menggunakan media sosial, tentang alasan mereka mem-privasi atau meng-*hide* orang tua mereka di media sosial.

Pada fase analisis, peneliti memberi beberapa pertanyaan untuk diajukan kepada responden. Pengumpulan data sebagai bukti hasil wawancara

#### **3.1 Because of motive (motif “sebab)**

Because of motive merupakan sebuah cara manusia dalam menemukan beberapa alasan, motivasi, keputusan dari peristiwa yang mereka hadapi. Melalui penelitian ini ditemukan beberapa varian motif responden dalam mengambil keputusan *hiding* orang tua di media sosial. Mulai dari menjaga privasi hingga takut mendapat cibiran. Dari sini dapat diambil pesan bahwa responden mempunyai jawaban yang beragam. *Hiding*. Akun di media sosial sudah menjadi andalan mahasiswa untuk menutupi dirinya dari orang-orang terdekat.

Berdasarkan hasil penelitian, informan ke-delapan berinisial MF berusia 18, menggunakan fitur *hidding* untuk menutupi kenakalan atau tindakan negatifnya dari orang tua. Ia enggan orang tua tahu jika dia tidak menjadi siswa yang pada umumnya, seperti aktif dan rajin di sekolah. Hal tersebut sudah dilakukan MF sejak september 2023.

*"...tidak ingin orang tua tau apa yang saya lakukan. Karena dulu pernah ada suatu kejadian dimana saya me-repost postingan dari instagram kelas yang mengandung unsur SARA dan menandai saya di instastory itu, awalnya saya tidak ingin me-repost tetapi saya segan dengan teman-teman sekelas untuk tidak me-repost instastory itu, akhirnya saya repost story itu lalu saya privasi orang tua saya." (informan 8)*

Pada informan di atas menunjukkan bahwa adanya kejadian di masa lalu yang mengakibatkan informan tersebut untuk memprivasi orang tuanya di media sosial.

*"...saya ingin lebih bebas saja dalam mempublikasikan kegiatan saya di instastory, dan supaya saya ga ribet, dalam artian ribetnya adalah ga ditanyain atau di komen orang tua pada saat saya upload story di media sosial." (informan 6)*

Menurut informan keenam berinisial AG berusia 18 tahun, menggunakan fitur *hiding* dapat meminimalisir timbulnya banyak pertanyaan dari orang tua.

*"...dulu ada kejadian dimana saya pernah top-up untuk game online lalu saya publikasikan di story dan saya mem-privasi orang tua supaya orang tua tidak tau saya menggunakan uang untuk itu hanya untuk game online. Dan pernah ada kejadian kurangnya komunikasi atau kesalah pahaman antara orang tua dengan saya dan itu menjadi alasan saya mengapa saya mem-privasi mereka dari media sosial saya" (informan 7)*

Menurut informan ke-tujuh berinisial AQ berusia 18 tahun, menggunakan fitur *hiding* untuk menutupi transaksi yang belum mengantongi izin dari orang tuanya.

### **3.2 In Order To (motif "agar")**

Merupakan alasan atau rencana dibalik tindakan atau sifat seseorang, yaitu dengan keinginan untuk mendapat kebutuhan yang orang itu inginkan. Melalui konteks ini, motivasi memiliki peranan penting dalam membuat keberhasilan manusia dalam memenuhi tujuannya. Motif "agar" berarti alasan orang melakukan tindakan untuk mencapai kemauannya.

Sifat berani untuk berkata jujur memang harus tertanam dari budaya keluarga itu sendiri. Namun, tidak jarang lingkungan juga menjadi faktor tergerusnya budaya budaya yang sudah tertanam. Waktu yang tepat untuk menjelajah relasi bagi mahasiswa menjadi tantangan tersendiri dalam memilah mana yang positif dan mana yang negatif. Hal ini sesuai dengan teori (Albert Bandura, 1977): "bahwa individu belajar perilaku berdasarkan pengamatan dan peniruan dalam konteks sosial". Demikian dengan pengalaman dalam *hiding* orang tua demi

mencapai tujuan tertentu. Namun, ada beberapa alasan yang menguatkan untuk bertindak demikian.

*“...saya mem-privasi orang tua di media sosial saya karena saya pernah berbohong kepada orang tua, saya main ke tempat A tetapi saya main di tempat B. Saya juga berbohong, bilang saya main sama temen padahal saya main sama pacar saya.”* (informan 5)

Pada informan ke-lima berinisial AN berusia 18 tahun, menunjukkan bahwa informan tidak ingin orang tua tau bahwa ia bermain atau melakukan kegiatan dengan siapa dan berbohong pada saat ia izin bermain atau melakukan kegiatan diluar rumah.

*“...gamau orang tua tau apa yang saya atau para remaja lakukan. Karena waktu itu saya pernah upload di story WhatsApp tentang kata-kata yang menceritakan apa yang saya alami saat itu dan saya tidak mem-privasi orang tua, akhirnya saya ditanya orang tua lewat WhatsApp dengan komentar story saya. Setelah kejadian tersebut saya mem-privasi orang tua saya.”* (informan 2)

Pada informan ke-dua berinisial RL berusia 18 tahun, juga menunjukkan bahwa informan tidak ingin orang tua tau apa yang para remaja lakukan. Informan pernah mengalami kejadian yang membuat ia akhirnya mem-privasi orang tua di media sosial.

*“...saya tidak ingin orang tua tau kegiatan saya, seperti tingkah aneh saya yang saya upload di media sosial dan saya merasa malu jika orang tua saya melihat hal tersebut. Teman-teman saya juga pasti melakukan apa yang saya lakukan karena teman-teman seumuran sama saya dan harusnya memiliki sifat yang sama.”* (informan 1)

Pada informan ke-satu berinisial EW berusia 18 tahun, juga menunjukkan hasil yang sama dengan responden sebelumnya jika tidak ingin orang tua tau tentang kehidupan di media sosial.

*“...dulu waktu saya mau bermain saya izin ke orang tua untuk kerja kelompok supaya diizinkan keluar untuk bermain dan setelah saya bermain saya ingin upload di story WhatsApp saya, Supaya saya tidak ketahuan kalau saya tadi berbohong pada saat saya upload saya mem-privasi orang tua saya.”* (informan 3)

Pada informan ketiga menunjukkan informan tidak ingin orang tua tahu bahwa ia telah membohongi orang tua karena ia izin keluar untuk kerja kelompok tetapi aslinya ia bermain sama teman informan.

*“...saya dan orang tua saya tidak satu visi misi. Kebanyakan anak muda ingin eksplor di masa muda atau masa remaja mereka, seperti ingin mencoba ini dan mencoba itu. Orang tua saya*

---

*juga sering memberitahu mana yang baik dan mana yang buruk, Sedangkan saya masih belum paham dengan kegiatan yang salah dimata orang tua saya dan alasan mengapa saya salah melakukan hal tersebut. Saya yang di rumah dan saya yang diluar itu berbeda, kalau saya di rumah saya sedikit membatasi diri, berbeda dengan saya di luar rumah. Setiap orang mempunyai alasan sendiri untuk membatasi orang tua di media sosial dan beberapa orang ada yang dekat sama orang tua ada yang tidak.” (informan 4)*

Pada informan ke-empat ini menunjukkan bahwa informan mengalami perbedaan pendapat antara orang tua dan informan, kejadian tersebut membuat ia membatasi akses orang tua di media sosial.

*“...karena ingin menjaga privasi media sosial saya dari orang tua, supaya bisa bebas mengupload momen apapun tanpa di ketahui oleh orang tua. Supaya saya bisa berekspresi tanpa adanya batasan dari orang tua dan tidak ada masalah yang membuat saya membatasi diri ke orang tua saya. Sedangkan saya cukup terbuka dengan berbagai masalah yang terjadi terhadap orang tua, tetapi untuk apa yang saya bagikan ke media sosial cukup teman teman saja yang tahu karena lebih nyaman saja. Kebanyakan dari teman-teman pasti juga memprivasi media sosialnya dari orang tua, Karena saya lebih senang dan nyaman jika momen yang saya bagikan dilihat oleh teman teman yang lain.” (informan 9).*

Pada informan ke-sembilan ini menunjukkan bahwa ia suka berbagi pengalaman ke orang tua, Tetapi ia tidak ingin orang tua tau apa yang ia posting di media sosial, karena informan ingin yang ia upload di media sosial hanya ingin ia bagian untuk teman-temannya bukan untuk orang tua.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Privasi dan Pribadi**

Terdapat beberapa peneliti telah melakukan evaluasi terhadap permasalahan antara mahasiswa dan orang tua. Melalui proses dan penggunaan beberapa metode, ditemukan jawaban terkait motif mahasiswa dalam memprivasi orang tua di media sosial. Mahasiswa lebih gemar untuk menyembunyikan aktivitas yang dilakukan di media digital. Orang tua dianggap tidak memiliki frekuensi yang sama di konteks media digital.

## 2. Menghilangkan Budaya Keluarga

Dalam lingkup keluarga sering kali terdapat hukum-hukum budaya yang sudah melekat dan tidak jarang masih wajib untuk tetap dilestarikan di lingkungan mereka. Untuk itu Mahasiswa memutuskan untuk tetap mem private segala bentuk media yang dipublikasikan di media sosial. Budaya keluarga yang sudah erat sejak lahir akan menjadi tantangan besar bagi mahasiswa untuk menghilangkannya.

## 3. Pengelolaan Identitas

Membangun citra di media sosial merupakan hal yang sudah lumrah di kalangan remaja. Kreativitas menjadi elemen penting untuk menarik perhatian orang orang. Namun, mahasiswa memilih untuk bebas tanpa khawatir diawasi orang tua. Pengawasan dalam menggunakan media sosial membuat mahasiswa segan untuk mewujudkan ide-ide kreatif yang dimilikinya.

## 4. Penghindaran konflik

Potensi konflik dan adu argumentasi sering kali muncul pada saat proses pembangunan karakter di media sosial. Mahasiswa cenderung berat untuk membuat konflik terutama menyangkut lingkup keluarga. Hal ini yang membuat media sosial saat ini menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan untuk berinteraksi dan berbagi informasi. Salah satu fitur penting yang ditawarkan oleh banyak platform media sosial adalah pengaturan privasi. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengontrol siapa yang dapat melihat informasi pribadi mereka, termasuk foto, video, status, dan pembaruan lainnya. Dengan adanya pengaturan privasi, pengguna dapat merasa lebih aman dan nyaman dalam berbagi konten, karena mereka memiliki kendali atas siapa yang dapat mengakses informasi tersebut.

Namun, meskipun fitur privasi memberikan perlindungan, pengguna tetap harus berhati-hati dalam mengelola informasi yang dibagikan. Terkadang, pengaturan privasi yang kompleks dapat membingungkan.

Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap orang tua, terutama dalam cara mereka berkomunikasi dan menerima informasi. Banyak orang tua sekarang memanfaatkan media sosial untuk tetap terhubung dengan keluarga dan teman-teman, terutama yang tinggal jauh. Platform seperti Facebook dan WhatsApp menjadi alat untuk berbagi momen keluarga, kabar terbaru, dan berkomunikasi dengan cepat. Selain itu, orang tua juga

menggunakan media sosial sebagai sumber informasi, baik untuk mencari berita terkini maupun untuk mempelajari berbagai tips seputar kesehatan, pengasuhan anak, dan kehidupan sehari-hari.

Namun, pengaruh media sosial terhadap orang tua juga memiliki tantangan tersendiri. Beberapa orang tua mungkin merasa kesulitan mengikuti perkembangan teknologi dan fitur-fitur baru di media sosial. Selain itu, paparan terhadap informasi yang berlebihan atau tidak akurat bisa membuat orang tua mudah terpengaruh oleh berita palsu atau hoaks. Oleh karena itu, penting bagi orang tua untuk tetap kritis dan bijaksana dalam menggunakan media sosial agar mereka dapat memanfaatkannya secara positif tanpa terjebak dalam dampak negatifnya.

## **KESIMPULAN**

Dari mulai Pendahuluan, Metode Penelitian, dan Hasil serta Pembahasan yang ada, penulis dapat menyimpulkan bahwa media sosial sekarang merupakan alat yang sudah melekat bagi semua kalangan yang ada, bahkan mungkin saja tidak bisa hidup jika tidak ada media sosial ini, kehidupan yang sekarang mungkin sudah harus melibatkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari karena pada zaman sekarang ini perkembangan teknologi jauh lebih maju dibanding dari tahun ke tahun.

Akses yang diberikan oleh media sosial ini sangatlah luas dan membuat penggunaannya semakin nyaman untuk menggunakan. Dengan berbagai macam fitur yang telah disediakan dan memudahkan penggunaannya, disinilah yang menjadi tantangan bagi mahasiswa untuk menggunakan salah satu fitur yang telah disediakan oleh sosial media yang mereka gunakan. Salah satu fitur yang banyak digunakan adalah privasi atau *hide*, maksud dari fitur ini adalah pengguna hanya dapat membagikan kegiatan mereka pada orang-orang tertentu saja atau hanya beberapa orang saja yang dapat menjangkau akun media sosial mereka. Namun, terdapat dua manfaat yang berbeda mulai dari positif hingga negatif. Sisi positif mahasiswa dapat lebih leluasa untuk membagikan momen-momennya sedangkan dari sisi negatif memprivasi orang tua dapat menjadi bumerang karena dapat membuat kurangnya dukungan sosial. Melalui kejadian ini juga dapat menjadi pembelajaran dari dua sisi antara mahasiswa dan orang tua. Orang tua dapat menghargai Keputusan mahasiswa sebaliknya mahasiswa juga dapat menghargai pandangan orang tua akan keamanan mahasiswa sendiri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

---

Amil, B., Nasional, Z., BAZNAS, Badan, K., Zakat, A., Republik, N., غسان, د., Badan Amil Zakat Nasional

Dana, L. P. L. D. A. N., Keuangaii, L., Beraktiir, Y., Relief, H., Hall, J. K., Weinberger, R., Marco, S., Steinitz, G., Moula, S., Accountants, R. P., Report, A. A. S.,

Eddy, S. A. (2020). Pola strategi komunikasi orang tua terhadap anak pada era digitalisasi (Studi: warga malinjo pasar minggu Jakarta Selatan).

Journal of Chemical Information and Modeling, 21(1), 1–9.

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p-ISSN: 2541-0849 e-ISSN : 2548-1398 Vol. 5 No. 3 Maret 2020

F. Nurul Kamilah, and S. Budi Lestari, "Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram," *Interaksi Online* , vol. 9, tidak. 1, hlm. 98-108, Desember 2020. [Online].

Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis ISSN : 2655-8238 Vol. 3 No.1 31 Januari 2021  
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.186>

Sari, Dyah Ayu Murtika and , Rina Sari Kusuma, S.Sos., MIKOM (2022) Strategi Manajemen Privasi Remaja Dan Orang Tua Di Media Sosial. Skripsi skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Jurnal Al-Wasath ISSN 2721-6160 Vol 2, No 1, 2021, 19-32  
<https://doi.org/10.47776/alwasath.v2i1.127>

Fajar Al Haidar, Ririn Puspita Tutiasri Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi 8 (3), 510-522, 2023

Sugiyanto, A. & Ardhiyanti, N. (2018). Self disclosure melalui media sosial Instagram (Studi Kasus Pada Anggota Galeri Quote). *Nyimak Journal Communication*, 2 81-94.

---

## Minat Gen-Z terhadap Berita Viral Jelang Pilkada 2024

Ismi Salsabila<sup>1</sup>, Ade Zhatasya Putri<sup>2</sup>, Nesya Arinmafinanta<sup>3</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184120@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184120@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [24041184071@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184071@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [24041184326@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184326@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** 2024 akan menjadi tahun politik besar-besaran di Indonesia. Pada tahun ini, pemilihan umum (pemilu) dan pemilihan kepala daerah (pilkada) akan dilaksanakan dengan serentak. Generasi Z merupakan salah satu kelompok pemilih pada pemilu 2024. Generasi Z atau sering disebut Gen Z, secara demografis merupakan generasi yang paling aktif serta pemilih terbesar pada pemilu 2024. Dalam penyelenggaraan Pilkada 2024, peran Gen Z dianggap penting dan tidak dapat diremehkan. Dapat dikatakan, Gen Z akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perolehan suara kandidat pada Pilkada 2024. Salah satu penyebabnya yaitu banyaknya generasi Z yang jika dilihat dari sudut pandang partisipasi politik, cukup mengesankan. Selain peran Generasi Z yang sangat berpengaruh, mereka juga mempunyai dampak unik dalam pemilu, dikarenakan Gen Z hidup di era informasi di mana segala sesuatu dilakukan melalui internet dan media sosial.

**Kata Kunci:** Minat, Gen-Z, Berita, Viral, Pilkada

### PENDAHULUAN

Di era yang serba digital ini, persebaran berita semakin cepat dan tersebar tidak kenal waktu. Sudah banyak media yang menyediakan wadah untuk masyarakat dalam mencari dan membaca berita yang diinginkan. Mulai dari perkembangan media cetak seperti koran/surat kabar, majalah, tabloid, kemudian beralih ke radio dan televisi hingga media digital mulai dikenalkan sebagai media penyebaran berita paling cepat untuk saat ini. Media informasi yang paling digemari karena lebih efisien adalah media digital. Media jejaring ini digunakan dengan berbagai tujuan meliputi tujuan komunikasi, pengenalan, bisnis, pencarian informasi penting dan membangun komunikasi dengan pengguna jejaring lainnya (Ainiyah, 2018). Semua hal sudah terpapar di sana, bahkan di media sosial pun banyak informasi-informasi yang diinginkan. Dari semua kalangan, media sosial cukup sering diakses karena di sana tidak hanya sebagai tempat untuk komunikasi antar-persona, media sosial sekarang sudah menjadi wadah informasi bagi masyarakat. Tentu dengan bidang yang bermacam-macam sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat internet.

---

Zaman sekarang sudah canggih, apalagi anak muda yang lebih memahami teknologi. Biasanya disebut dengan Gen-Z atau Generasi Z yang selalu berkeliaran di media sosial. Gen-Z terdiri dari individu dengan tahun kelahiran sekitar tahun 1997 hingga 2012. Mereka adalah penghuni media sosial paling betah dan paling melek tentang teknologi apalagi tentang persebaran berita maupun yang sedang banyak diperbincangkan. Menurut survei Meta, sekitar 85% responden dari Gen-Z aktif menggunakan media sosial hanya untuk saling terhubung dengan teman, mengikuti perkembangan zaman dan yang sedang banyak diperbincangkan, membagikan pengalaman, memperluas relasi atau jaringan sosial, memberi pengaruh dengan opini, hingga hanya sebagai tempat untuk mengekspresikan diri. Selain itu, masih ada lebih dari 70% responden dari Gen-Z yang memanfaatkan media sosial sebagai sumber utama untuk mencari informasi. Hal itu selaras dengan (Dwi Novita et al., 2024), ia menyatakan bahwa bagi Generasi Z, isu-isu politik yang dapat menarik perhatiannya yaitu informasi yang disajikan melalui platform media sosial.

Menurut survei yang dilakukan oleh (Asmarantika et al., 2022), durasi akses media digital cukup tinggi, terlihat dalam hasilnya bahwa durasi rata-rata penggunaan/akses media digital perhari adalah lebih dari 8 jam. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena memang Gen-Z lahir dengan perkembangan teknologi. Mereka melewati perkembangan media informasi, mulai dari koran/surat kabar yang masih ada dan masih digunakan, kemudian radio yang mulai beralih ke media hiburan, dan juga ada televisi sebagai media hiburan dari segala kalangan, bahkan waktu itu Gen-Z masih belum usia dewasa, hingga media digital yang mulai digunakan Gen-Z sejak dini sebagai media komunikasi, media hiburan, bahkan beralih menjadi media informasi yang lebih efisien dan lebih akrab dengan mereka.

Gen-Z biasanya gemar akan berita viral, tidak memandang berita tersebut berada di bidang apa. Hal tersebut mereka nikmati sebagai bahan diskusi atau hiburan semata. Padahal jika diteliti lebih dalam, berita viral yang digemari oleh Gen-Z mayoritas hal-hal yang dilandasi oleh perasaan takut atas ketertinggalan informasi atau biasa disebut dengan *Fear of Missing Out (FOMO)*. Hal ini menandakan bahwa Gen-Z yang selalu aktif di media sosial pastinya banyak mengetahui berita-berita yang sedang hangat diperbincangkan. Mereka juga yang menjadi pelaku penyebaran berita sehingga semua kalangan dapat mengetahuinya. Biasanya berita viral yang cepat penyebarannya adalah tentang berita selebritis yang mereka ikuti, fenomena kriminalitas yang relevan dengan mereka, bahkan

---

mereka sendiri yang membuat beritanya dengan menyebarkan langsung di media sosial dengan alasan jika disebar di media sosial kemudian ramai, akan mudah diusut oleh pihak berwajib dengan berbagai kasus yang mereka alami. Kemudian kita dapat menggunakan FoMO itu sendiri untuk menyebarkan narasi persuasif agar generasi Z lebih terdorong untuk berpartisipasi politik dengan sehat. (Pakpahan et al., 2024).

Gen-Z sebagai penikmat kecanggihan media mendapatkan banyak kemudahan dalam mengakses informasi apalagi berita yang baru saja dirilis. Saat ini, di Indonesia akan mendekati masa jelang Pilkada 2024 di berbagai daerah. Pilkada sendiri merupakan fase yang sudah sering dilewati di Indonesia untuk meregenerasi kedudukan pemimpin di berbagai daerah. Di era digital, keramaian Pilkada tidak luput dengan proses kampanye, penyebaran informasi politik, bahkan pembentukan opini publik yang dipengaruhi lewat media sosial dan wadah informasi yang dapat mudah diakses oleh berbagai kalangan. Media sosial memiliki pengaruh besar pada partisipasi politik Gen Z dengan memberikan akses informasi yang luas dan cepat, meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap isu-isu politik, sosial, dan lingkungan, serta memfasilitasi mobilisasi dan organisasi gerakan politik (Putra et al., 2024). Kita semua setuju bahwa Gen-Z mustahil tidak mengetahui informasi umum tentang Pilkada 2024 yang akan diselenggarakan di berbagai daerah secara serentak pada 27 November 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana Gen-Z mengetahui berita viral yang tersebar. Dengan banyak survei yang mengatakan bahwa Gen-Z adalah generasi paling betah dan paling lama dalam mengakses media sosial, perlu adanya bukti apakah Gen-Z memiliki minat yang tinggi terhadap berita viral tentang Pilkada 2024. Gen-Z dikatakan generasi yang kritis terhadap politik dan berani memberikan opini di media sosial tentang keputusan undang-undang yang memang akan memiliki dampak kelangsungan hidup bagi mereka. Karena Media sosial membuatnya mudah untuk mengakses informasi politik dan berinteraksi dengan berbagai pandangan opini (Hutajulu et al., 2024). Hal tersebut perlu dilandasi fakta bahwa Gen-Z memang mengikuti perkembangan berita tentang politik, apalagi saat ini akan mendekati waktu Pilkada 2024. Tidak seperti waktu Pemilu Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 yang memiliki daya sebar berita dan arus lalu lintas berita yang cukup tinggi karena banyak pembahasan dan diskusi antar

---

kalangan, Pilkada 2024 saat ini cukup tenang dan damai yang memang di setiap daerah memiliki calon yang berbeda, sehingga forum yang terbuat pasti terbagi di setiap daerah.

Padahal menurut Cahya Suryani (2024) lewat *platform* Disway Mojokerto bahwa terdapat labelisasi kepada Gen-Z anti isu politik. Hal ini dikarenakan pandangan tentang Gen-Z yang tidak peduli dengan keramaian politik yang ada. Padahal menurutnya hal ini memiliki faktor bahwa saat Gen-Z memberikan opini tentang politik, pandangan politik, atau sekadar pandangan kehidupan yang mereka miliki, malah seringkali ditanggapi remeh oleh beberapa kalangan yang sudah dewasa dengan anggapan Gen-Z tahu apa soal politik, mereka baru saja dewasa. Hal itu yang membuat anggapan bahwa Gen-Z seolah tak acuh terhadap isu politik maupun isu lainnya.

Penelitian yang telah kami lakukan memiliki urgensi dalam membuktikan antara dua anggapan tersebut. Gen-Z sebagai generasi yang aktif dalam media digital dan menjadi pengguna media sosial yang selalu membahas hal-hal yang sedang hangat diperbincangkan, pastinya mengetahui persebaran berita atau Gen-Z yang tidak peduli dengan isu politik karena mendapatkan anggapan remeh oleh kalangan usia yang lebih tua terhadap opini politik yang mereka sampaikan. Awalnya dua anggapan ini menjadi pertimbangan bagi kami karena anggapan tersebut saling bertolak belakang dan perlu mencari data yang akurat. Anggapan tersebut memang ada benarnya dan tidak dapat dipungkiri bahwa setiap generasi memiliki kemudahan dan tantangan tersendiri. Komunikasi yang efektif bagi kaum Gen Z menggunakan bahasa yang singkat dan emoji untuk menyampaikan pesan. Mereka menggunakan kata singkatan, frase, dan emoji untuk menyampaikan pesan dalam konteks tidak perlu menggunakan kalimat panjang (Hanifah & Lexianingrum, 2024). Gen-Z sendiri mendapatkan masa pada saat semua hal mulai lebih efisien dan serba instan dibandingkan pada masa sebelumnya. Hal ini yang terkadang menjadi anggapan bahwa Gen-Z mendapatkan zaman yang serba instan jadi tidak perlu usaha lebih untuk mendapatkan sesuatu. Sama halnya dengan isu politik, mereka beranggapan bahwa Gen-Z hanya perlu duduk manis untuk mendapatkan hasil keputusan, padahal semua warga Indonesia memiliki hak untuk beropini.

## **METODE**

Jenis penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif

digunakan untuk menggali keadaan alamiah subjek, dimana peneliti sebagai alat kunci, teknik pengumpulan datanya adalah triangulasi (komposit), analisis data direduksi, dan hasil penelitian kualitatif. Peneliti kualitatif akan langsung masuk ke obyek, melakukan penjelajahan dengan *Grant Tour Question*, sehingga masalah akan dapat ditemukan dengan jelas. Melalui penelitian model ini, peneliti akan melakukan eksplorasi terhadap suatu obyek. Salah satu ciri dari penelitian kualitatif adalah sukarnya merumuskan hipotesis. Selain itu, karena kedalaman dan keintensifan penyelidikan suatu masalah, penelitian kualitatif mempunyai sampel yang sedikit menurut Denzin dan Lincoln (2018), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan lingkungan alam dan bermaksud menginterpretasikan fenomena yang terjadi dengan menggunakan berbagai metode yang ada dalam penelitian metode kualitatif ini peneliti fokus pada studi kasus yaitu minat gen Z terhadap berita viral jelang Pilkada 2024. Penelitian studi kasus pada individu, kelompok, komunitas, serta sebagainya bertujuan untuk membantu membagikan hal-hal yang krusial agar menjadi perhatian atau fokus, dalam mencari solusi dari sebuah masalah penelitian (Hartley (2004).

Melalui penggunaan metode studi kasus, penulis nantinya akan dapat mengetahui dan memahami kekhususan manajemen kegiatan komunitas tanam karya dalam menyampaikan kritik sosial yang akan menjadi objek penelitian ini. Penggunaan metode studi kasus dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan serta mengembangkan kompleksitas dan keunikan manajemen komunikasi kegiatan komunitas tanam karya dalam menyampaikan kritik sosial.

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kasus yang merupakan saran inti untuk penelitian, yakni dengan menyajikan pandangan subjek yang akan diteliti. Selain itu dengan menggunakan metode studi kasus, peneliti ingin pembaca memiliki kemungkinan untuk menemukan konsistensi yang tidak hanya tentang konsistensi faktual dan gaya, tetapi juga mengenai kepercayaan. Dalam metode penelitian kualitatif peneliti memilih Hasil penelitian dengan melakukan wawancara dan yang menjadi komunikator yaitu Gen Z. Wawancara yang peneliti gunakan adalah jenis wawancara pendekatan yang menggunakan petunjuk umum, yaitu mengharuskan pewawancara Membuat kerangka dan membuat garis-garis besar atau pokok-pokok Yang ditanyakan dalam proses wawancara. Penyusunan pokok-pokok ini dilakukan sebelum wawancara, dalam hal ini pewawancara harus dapat Menciptakan suasana yang santai tapi serius. Artinya, bahwa wawancara Dilakukan dengan sungguh-sungguh, tidak main-main tetapi tidak kaku. Dalam

penelitian kualitatif, kualitas riset sangat tergantung pada kualitas dan kelengkapan Data yang dihasilkan. Pertanyaan yang selalu diperhatikan dalam pengumpulan data adalah apa, siapa, dimana, kapan, dan bagaimana. Penelitian kualitatif bertumpu pada triangulation data Yang dihasilkan dari tiga metode, *interview*, *participan to observation*, dan telaah catatan organisasi (*document records*). Pemilihan informan dengan sendirinya perlu dilakukan secara purposif (bukan secara acak) yaitu atas dasar apa yang diketahui tentang variasi-variasi yang ada atau elemenelemen yang ada atau sesuai kebutuhan penelitian. Dengan kata lain jika suatu penelitian sudah tidak ada informasi yang dibutuhkan lagi (data yang diperoleh sudah dianggap cukup), maka peneliti tak perlu lagi melanjutkannya dengan mencari informasi atau informan lain (sample baru).

Artinya jumlah sample/ informan bisa sangat sedikit, tetapi bisa juga sangat banyak. Itu sangat tergantung pada; (1) memilih informannya itu sendiri, dan (2) kompleksitas/keragaman fenomena yang dikaji (pokok masalah penelitian). Jadi yang penting dalam penelitian kualitatif adalah tuntasnya perolehan informasi bukan jumlah sample atau informannya. Oleh karena itu terdapat tiga tahap yang biasa dilakukan dalam pemilihan sample/informan, yaitu: (1) pemilihan sample/informan awal, apakah informan (untuk diwawancarai) atukah suatu situasisosial (untuk diobservasi). (2) pemilihan Sample/informan lanjutan, guna memperluas informasi dan melacak segenap variasi Informasi yang mungkin ada, dan (3) menghentikan pemilihan sample/informan lanjutan Sekiranya sudah tidak muncul lagi informasi- informasi baru (Subadi, 2006).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan observasi melalui studi literatur dan wawancara terkait minat gen-z terhadap berita viral jelang Pilkada 2024 yaitu terdapat sejumlah individu dari gen-z memiliki minat yang rendah terhadap persebaran berita terkait politik apalagi tentang Pilkada 2024.

Melalui observasi yang dilakukan, memang tidak banyak berita viral tentang Pilkada 2024 dibandingkan dengan keramaian tentang Pemilu 2024 kemarin. Hal ini dikarenakan Pilkada 2024 diselenggarakan di berbagai daerah dengan calon pemimpin daerah yang berbeda pula di setiap daerah. Jadi topik pembicaraan akan terjadi dalam forum yang memiliki domisili yang sama.

Namun, salah satu narasumber mengatakan bahwa ia mengetahui berita tentang demo tolak revisi UU Pilkada. Hal ini menyatakan bahwa masih ada gen-z yang mengikuti berita tentang isu Pilkada karena berita ini juga sempat banyak diperbincangkan dan mendapatkan atensi banyak dari masyarakat dengan salah satu faktor untuk kepentingan bersama. Fenomena sosial ini sudah tidak asing terjadi di Indonesia, mengingat bahwa di Indonesia kerap kali membuat undang-undang baru maupun merevisi undang-undang lama yang ada. Hal itu pasti tidak lepas dari pantauan masyarakat yang akan terkena dampaknya langsung. Demo salah satu bentuk protes dan kepedulian masyarakat terhadap proses perjalanan politik Indonesia serta kelangsungan hidup mereka. Hasil wawancara juga tidak jauh berbeda dengan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebar. Meskipun gen-z kerap kali mendapatkan informasi berita viral tentang politik khususnya Pilkada 2024 melalui media sosial dan media informasi digital, namun banyak dari mereka tidak memiliki minat terhadap berita mengenai politik. Mereka bukan tidak peduli dengan keadaan politik, tetapi pondasi pengetahuan politik sejak dini, pengenalan konsep politik juga memengaruhi daya minat gen-z saat ini. Sehingga tidak heran jika mendapatkan fakta bahwa gen-z kurang melek terhadap politik di Indonesia apalagi berita viral tentang Pilkada 2024.

### **Alasan Gen-Z Kurang Minat terhadap Berita Pilkada 2024**

Menurut beberapa narasumber mengatakan bahwa mereka kurang minat dengan berita politik karena sedari awal mereka tidak paham dengan konsep politik sehingga mereka tidak mengikuti perkembangan berita tentang politik. Apalagi pada Pilkada 2024 ini tidak terlalu banyak berita yang tersebar sehingga mudah menjadi bahan perbincangan dibandingkan pada saat Pemilu 2024 kemarin dengan banyaknya antusias dari berbagai kalangan untuk berdiskusi dan meramaikan topik pembicaraan tentang Pemilu 2024 dengan berbagai opini dan juga sekadar kampanye berkedok konten hiburan.

### **KESIMPULAN**

Gen-Z saat ini banyak yang tidak tertarik dengan berita pilkada sebab gen-Z lebih tertarik dengan hiburan seperti hiburan musik, *fashion* dan lain-lain daripada mengikuti perkembangan berita tentang pilkada. Karena gen-Z juga dari awal mereka tidak paham dengan politik sehingga mereka tidak mengikuti perkembangan berita tersebut. Tetapi sebagian dari gen-Z ada yang mengikuti atau tertarik dengan berita pilkada. Dilihat dari pemilu tahun ini gen

---

-Z terlihat lebih antusias dengan ikut andil dalam forum diskusi tentang pandangan politik mereka masing-masing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, H. (2023). Salah Satu Desain Penelitian dengan Metode Kualitatif . *Jurnal Ilmiah Kependidikan* , 1-8.
- Asmarantika, R. A. (2022, Juni 15). Pola Konsumsi Media Digital dan Berita Online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 34-44.
- Fadhila, D. (2024). Peran Generasi Z dalam Pilkada yang Bersih dan Demokratis. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 1 - 7.
- Suryani, C. (2024). Politik Gak Penting di Mata Gen Z, Betulkah? *Disway Mojokerto*, 1-2.
- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Asmarantika, R. A., Magnus Prestianta, A., & Evita, N. (2022). Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34–44. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>
- Dwi Novita, D., Sianipar, K., Tamrin Sikumbang, A., Sakila Nazwa, W., Azra Mutia Nasution, A., Syahdafi, A., & dan Penyiaran Islam, K. (2024). *Pola Komunikasi Politik Terhadap Generasi Z Pada Pemilu 2024*. 2(3), 106–115. <https://doi.org/10.59059/mandub.v2i3.1359>
- Hanifah, M., & Lexianingrum, S. R. P. (2024). Konstruksi Realitas Golput Dalam Pemilu Kaum Gen Z: Studi Komunikasi Politik. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(4), 258–269.
- Hutajulu, S., Ginting, S., & Manasyekh, Y. (2024). *FILOSOFI+- VOLUME+1,+NO.+2,+MEI+2024+Hal+239-248*. 2.
- Pakpahan, A. F., Mulyadi Nugraha, D., Faizah, H. El, Maheswari, L. L., Rasyid, M. N., Azahra, S. Z., & Rismawati, Y. (2024). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) dalam Perspektif Gen Z terhadap Pesta Demokrasi 2024. *Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(1), 2988–0661. <https://doi.org/10.51903/pendekar.v2i1.587>



---

Putra, T. R., Wahyuni, R. T., Meilani, N., Anjani, M., & Sari, D. K. (2024). Partisipasi Politik Gen Z: Eksplorasi Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kesadaran Politik Remaja. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Dan Politik*, 2(1), 61–68.  
<https://doi.org/10.61476/bpkxy103>

---

## Motif Pembatalan Paket Cash On Delivery (Cod) Di Surabaya

Najwa Farah Dilla Loviane<sup>1</sup>, Najwa Firdausyi<sup>2</sup>, Riang Islamya As Zahraa<sup>3</sup>

Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184012@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184012@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>

[20241184308@mhs.unesa.ac.id](mailto:20241184308@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>

[24041184329@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184329@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** *E-Commerce* menjadi semakin populer, membawa semakin banyak pelanggan untuk melakukan bisnis online. Namun transaksi tersebut dilakukan dalam jarak jauh dan berpotensi menimbulkan risiko kerugian. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi kerugian untuk konsumen dan penjual perlu mengetahui hak-hak nya agar dia terlindungi dari oknum-oknum pelaku usaha yang ingin berbuat tidak baik terhadap konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk memahami Motif Pembatalan Paket *Cash On Delivery* (COD) di Surabaya melalui pendekatan kualitatif. Metodenya antara lain seperti wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi kasus yang memasukkan 7-8 responden. Dari penelitian ini diperoleh hasil dari rumusan masalah bahwa pada pembatalan paket *Cash On Delivery* (COD) di Surabaya, penjual dan kurir dirugikan atas pembatalan sepihak yang dilakukan oleh konsumen. Beberapa sumber menunjukkan bahwa, karena semakin meningkatnya jumlah pesanan online, pembatalan *Cash On Delivery* (COD) umum terjadi, terutama di kota-kota besar seperti Surabaya. Perusahaan *E-Commerce* dan logistik terus mencari solusi untuk mengurangi pembatalan tersebut, seperti memperkuat sistem konfirmasi pesanan dan menawarkan insentif kepada konsumen yang menyelesaikan transaksi.

**Kata Kunci:** *Cash On Delivery* (COD), *E-Commerce*, Pembatalan

### PENDAHULUAN

Dalam perkembangan teknologi informasi, akhir-akhir ini kita menyaksikan perubahan seperti Internet dan teknologi informasi yang memegang peranan penting dalam perekonomian negara. Teknologi yang terus berkembang memudahkan orang untuk menyelesaikan aktivitas ekonominya seperti jual beli yang dapat dilakukan secara online, sebab konsep pemasaran yang selama ini dipergunakan dengan model langsung dirubah dengan model pemasaran digital (Simatupang, Efendi, et al., 2021), Internet telah membawa perekonomian dunia ke fase baru yang dikenal sebagai ekonomi digital. Adanya ekonomi digital dimana aktivitas perekonomian semakin aktif, dimana perusahaan-perusahaan menggunakan internet sebagai sarana komunikasi. Shopee sendiri berdiri tahun 2009 oleh Forrest Li, dan dulunya bernama Garena telah menjadi website komersial yang memiliki kantor pusat di Singapura (Atifi, 2018). Saat ini, sarana bisnis yang paling menonjol adalah sistem *Cash On Delivery* (COD), yang memungkinkan pelanggan membayar saat barang mereka diantar. Semakin banyak orang yang mengandalkan teknologi digital untuk berbagai keperluan, termasuk komunikasi, karena kemajuan pesat dalam masyarakat dan teknologi. *Cash On Delivery* (COD) menjadi jenis transaksi di mana penerima membayar barang pada saat pengiriman, bukan menggunakan

---

kredit (Young, 2023). Sampai saat ini, metode pembayaran *Cash On Delivery* COD sudah banyak diterapkan di banyak marketplace, salah satunya Shopee (Ginee.Com, 2021).

Metode *Cash On Delivery* (COD) juga mampu meningkatkan jumlah pembelian di toko online yang menawarkan pembayaran dengan metode ini seperti Shopee, Lazada, dan lainnya hingga lebih dari 30% setiap bulannya (Maisyura et al., 2022). Pemanfaatan internet dan teknologi elektronik ada di mana-mana dalam hampir setiap kegiatan ekonomi secara global, khususnya di Indonesia. Perdagangan elektronik, atau *E-Commerce* mengacu pada transaksi bisnis yang dilakukan sepenuhnya secara daring. Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak yang paling besar terhadap perekonomian melalui media elektronik dan perdagangan elektronik. Melalui transaksi *Cash On Delivery* (COD), Belanja daring, semacam telemarketing, telah menggantikan pasar konvensional, tempat penjual dan pelanggan bertemu langsung, dan telah mengubah cara orang mendapatkan barang yang mereka inginkan. Perkembangan Internet berdampak besar pada perdagangan global. Era baru dalam sejarah ekonomi global telah dimulai, yang ditandai dengan munculnya Internet: ekonomi digital. Seiring dengan meningkatnya permintaan, Surabaya tidak diragukan lagi akan menjadi salah satu kota *E-Commerce* terpadat dan memperluas *E-Commerce* jangka waktunya ditentukan oleh pembeli dengan mengaitkan pembayaran dengan *Cash On Delivery* (COD). Artinya, pembeli, setelah menerima sendiri produk ini, membayar sejumlah uang jaminan dan juga mengasumsikan bahwa sekuritas tersebut tersedia di toko yang sama, kali ini dalam arti pembayaran. Berbeda dengan pembayaran *dummy* / tiruan sebelumnya pada saat pembelian. Namun, model pembayaran ini diperkirakan akan menghadapi tantangan seperti meningkatnya pembatalan pesanan, dan dampaknya akan jauh lebih negatif bagi pedagang dan pengemudi pengiriman. Pembatalan *Cash On Delivery* (COD) oleh Surabaya menjadi tambah buruk karena biaya ongkos kirim dan kembali produk yang harus ditanggung oleh penjual tetapi hal tersebut membawa efek berlarut-larut pada efisiensi operasi layanan. Oleh karena itu, identifikasi alasan pembatalan lebih lanjut juga berpotensi sebagai bagian yang perlu dipahami dari penelitian ini dan membuat rekomendasinya agar pembatalan berkurang dan keefektifan peralatan logistik dan *E-Commerce* untuk masa depan menjadi lebih baik. Namun di dalam praktiknya, sistem Pelanggan yang tidak ada di rumah, pelanggan yang tidak ingin memesan, dan lokasi pengiriman yang tidak tepat hanyalah beberapa masalah yang sering dihadapi dengan metode *Cash On Delivery* (COD). Hal seperti ini jelas merugikan pihak kurir sebab adanya kegagalan dalam pengiriman paket yang berdampak pada performa pengiriman kurir tersebut, performa

---

pengiriman barang ini juga berpengaruh pada paket yang masuk ke wilayah kurir bekerja pada ekspedisi pengiriman barang (AZIZ, AHMAD ABDUL (2024) ).

## **METODE**

Penelitian kualitatif, yang mencakup penelitian ini, didefinisikan sebagai penelitian yang mengandalkan wawancara mendalam dengan partisipan. Selanjutnya akan dilakukan dengan cara memaparkan atau menggambarkan permasalahan mengenai analisis kualitatif pembatalan *Cash On Delivery* COD yang ada di Surabaya. Sumber data yang akan di kumpulkan berasal dari 7-8 responden yang telah di wawancarai mengenai Motif Pembatalan Paket *Cash On Delivery* (COD) Di Surabaya.

Hasil dari jawaban responden akan di teliti lebih lanjut untuk menemukan hasil pembahasan. Untuk menjawab pertanyaan penelitian kajian kualitatif tentang pembatalan *Cash On Delivery* COD di Surabaya studi ini mengandalkan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk bahan hukum primer dan sekunder. Proses pengumpulan data penulis terdiri dari beberapa langkah: mencari sumber data sekunder, mencari tahu data apa yang dibutuhkan, membuat inventaris data yang relevan dengan rumusan masalah, dan terakhir, meninjau data untuk memastikan relevansinya dengan rumusan masalah dan kebutuhan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Baik konsumen maupun penjual sama-sama diuntungkan dengan efisiensi transaksi daring. Di sisi lain, karena semakin banyak orang berbelanja daring, semakin besar kemungkinan beberapa pelaku yang tidak bertanggung jawab akan memanfaatkan situasi ini. Oleh karena itu, pemerintah harus melakukan pengawasan dan memberikan arahan tentang E-Commerce. Sanksi hukum dapat dan harus dijatuhkan oleh pemerintah kepada pelaku korporasi yang gagal mematuhi peraturan yang relevan. Pelanggan yang gagal membayar barang yang mereka beli secara daring juga mengalami hal yang sama.

*E-Commerce* menjadi semakin populer, membawa semakin banyak pelanggan untuk melakukan bisnis online. Namun transaksi tersebut dilakukan dalam jarak jauh dan berpotensi menimbulkan risiko Kerugian. Jika Anda pembeli yang tidak memiliki akun, Anda tetap dapat membeli barang secara daring dengan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD). Bayar saja saat barang diantar oleh kurir ke rumah Anda. Namun, ada kendala pada metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD). Pembayaran harus dilakukan saat barang sudah sampai

di tempat tujuan. Sayangnya, banyak perusahaan yang berjualan di aplikasi marketplace yang tidak membayar barangnya karena tidak dapat dihubungi, tidak mau membayar, atau tidak jujur dalam hal keuangan. Jika pelanggan setuju untuk membayar barang belanjanya dengan sistem Cash On Delivery (COD), mereka harus mematuhi ketentuan yang tercantum dalam perjanjian. Kerugian ini dapat mempengaruhi legitimasi penjual, jenis produk yang diterima, serta pesanan dan pembayaran konsumen. Kerugian ketika jarak antara penjual dan konsumen jauh. Konsumen mengalami penundaan yang signifikan dalam pengiriman barang yang dikirimkan kepada, termasuk barang yang cacat, kerugian yang diterima melalui *E-Commerce* lebih tinggi dirasakan oleh konsumen dibandingkan entitas ekonomi dan penjual. Berdasarkan 7-8 responden yang telah di wawancara, berikut adalah hasil pembahasan yang telah diteliti, Pelanggan sering kali tidak puas dengan kualitas barang Cash On Delivery (COD) yang mereka terima, yang merupakan alasan utama mengapa sebagian besar responden membatalkan pembelian COD.

Banyak juga dari responden yang mengeluhkan tidak adanya dana saat barang *Cash On Delivery* (COD) sudah sampai, jadi transaksi pun tidak dapat dilakukan karena pelanggan tidak dapat membayar paket yang telah dipesan. Kejadian seperti ini menyebabkan kerugian yang sangat besar oleh penjual, mereka harus mengeluarkan biaya pengemasan dan jasa kurir, belum lagi barang yang harga nominalnya tidak kecil. Transaksi *online* antara badan usaha dan konsumen harus dilakukan dengan itikad baik sejak awal. Semua transaksi yang dilakukan harus ada perjanjian dari awal agar terhindar dari kerugian antar penjual dan konsumen seperti ini. Selain itu, pembeli harus memahami syarat dan ketentuan yang relevan serta memiliki dokumentasi yang sah, seperti faktur atau tanda terima, untuk mendukung pembelian mereka. Pebisnis memiliki tanggung jawab kepada pelanggan mereka untuk bersikap transparan tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan serta mematuhi semua peraturan kualitas dan keselamatan yang relevan. Selain itu, mereka perlu memiliki sistem untuk menyelesaikan perselisihan dengan cepat dan adil, dan mereka harus cepat menanggapi komentar dan keluhan pelanggan. Mengidentifikasi dan mendokumentasikan masalah dengan jelas harus menjadi langkah awal ketika konsumen mengalami masalah dengan suatu produk atau layanan. Pastikan untuk menyimpan bukti transaksi, seperti faktur, kwitansi, atau korespondensi terkait, yang dapat mendukung klaim konsumen. Setelah itu, hubungi layanan pelanggan perusahaan yang bersangkutan untuk menyampaikan keluhan konsumen.

Dalam pengaduan, sertakan detail masalah, bukti yang relevan, dan jelaskan solusi yang

konsumen inginkan. Jika respons perusahaan masih tidak memuaskan, konsumen bisa mengadukan terkait hal ini ke *E-Commerce* yang bersangkutan agar permasalahan dapat diselesaikan secara jelas. Ada sejumlah perlindungan hukum yang berlaku untuk melindungi pembeli daring dari perusahaan yang tidak jujur dan memastikan informasi keuangan mereka aman saat berbelanja daring. Anda berhak merasa aman dan terlindungi saat membeli barang dan jasa. Anda juga harus dapat memilih apa yang Anda inginkan dan mendapatkannya dengan harga yang disepakati. Anda juga harus dapat memperoleh informasi yang akurat tentang jaminan dan ketentuan barang dan jasa yang Anda beli. Anda juga harus dapat menyuarakan pendapat dan kekhawatiran Anda mengenai barang dan jasa yang Anda gunakan. Anda juga harus dapat memperoleh advokasi, perlindungan, dan hak untuk menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen dengan benar. Anda juga harus dapat memperoleh pendidikan dan bimbingan konsumen. Terakhir, Anda harus diperlakukan secara adil dan tanpa diskriminasi. Jika barang dan jasa yang Anda terima tidak memenuhi harapan Anda, Anda harus dapat memperoleh kembali uang Anda atau penggantian. Pembatalan pesanan *Cash On Delivery* (COD) dapat menyebabkan kerugian yang sangat besar bagi penjual.

Mereka harus mengeluarkan biaya pengemasan dan jasa kurir, belum lagi barang yang harga nominalnya tidak kecil. Oleh karena itu, transaksi online antara badan usaha dan konsumen harus dilakukan dengan itikad baik sejak awal. Konsumen harus memahami syarat dan ketentuan yang berlaku sebelum melakukan pembelian daring guna mencegah kerugian finansial. Selain itu, pembeli harus selalu menyimpan struk atau faktur sebagai bukti pembelian. Tahap awal dalam menyelesaikan keluhan pelanggan tentang produk atau layanan adalah mengidentifikasi dan mendokumentasikan secara akurat sifat masalah tersebut. Jika konsumen menghadapi masalah dengan produk atau layanan, mereka dapat menghubungi layanan pelanggan perusahaan yang bersangkutan untuk menyampaikan keluhan. Dalam pengaduan, konsumen harus menyertakan detail masalah, bukti yang relevan, dan menjelaskan solusi yang diinginkan. Jika respons perusahaan masih tidak memuaskan, konsumen dapat mengadukan terkait hal ini ke *E-Commerce* yang bersangkutan agar permasalahan dapat diselesaikan secara jelas. Dengan demikian, transaksi online dapat dilakukan dengan lebih aman dan nyaman bagi kedua belah pihak. Konsumen dapat memperoleh produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sedangkan pelaku usaha dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan penjualan.

Hal ini memudahkan dan mengamankan semua pihak yang terlibat dalam transaksi

daring. Orang bisa mendapatkan apa yang mereka butuhkan dari bisnis, dan perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan kepercayaan pelanggan. Baik konsumen maupun penjual mendapatkan keuntungan dari efisiensi transaksi daring. Meskipun berbisnis daring memiliki banyak keuntungan, hal itu juga membuka pintu bagi potensi bahaya yang lebih besar bagi pembeli dan penjual. Oleh karena itu, pemerintah harus memberikan pengawasan dan arahan kepada sektor *E-Commerce*. Siapa pun yang terlibat dalam perusahaan yang tidak mematuhi aturan dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum oleh pemerintah. Pelanggan yang gagal membayar barang yang mereka beli secara daring berada dalam situasi yang sama.



*Transaksi paket COD*

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan apa yang menjadi motivasi konsumen untuk membatalkan paket *Cash On Delivery* (COD) yaitu ,karena keadaan mendadak tidak ada uang, kelebihan barang saat memesan, terjadi salah penulisan alamat, ragu terhadap barang yang ia pesan, ingin menambahkan atau mengganti produk yang ia beli, atau ia menemukan produk yang lebih menarik, juga ketidakpuasan konsumen terhadap barang yang ia beli bisa jadi karena faktor ia melihat barang yang serupa di toko lain dan ia menemukan dengan harga yang lebih terjangkau. Ini karena tidak ada peraturan yang keras dan cepat mengenai regularisasi *Cash On Delivery* (COD) dalam pembelian internet. Sesuai dengan Pasal 1460 KUH Perdata, penjual berhak menuntut pembayaran untuk produk karena pembeli sekarang bertanggung jawab atasnya karena perjanjian atau pembelian, terlepas dari apakah pengiriman telah terjadi atau tidak (Endehsaw, 2007). KUH Perdata, khususnya Pasal 1243, menyatakan bahwa seseorang berhak atas

kompensasi atas kerugian yang diderita sebagai akibat dari secara keseluruhan, *E-Commerce* dan logistik dapat mengurangi frekuensi pembatalan dengan meningkatkan desain konfirmasi pesan, menawarkan insentif kepada pembeli, dan menyediakan pelanggan dengan informasi yang lebih akurat. Di sisi lain, konsumen harus tahu melawan hak dan kewajiban serta keyakinan mereka membawa kepada diri sendiri untuk membayar terlebih dulu sebelum bayar tunai. Bila semua pihak dan penjual, kita sebagai konsumen/pembeli dan platform *E-Commerce* bekerja sama, maka transaksi yang adil serta efisien dapat terjadi. Di masa tersebut semua pihak yang terlibat menusia kesejahteraan. Menurut penelitian ini, pembatalan parcel *Cash On Delivery* (COD) di Surabaya sering terjadi karena beberapa alasan utama, antara lain produk tidak sesuai dengan harapan konsumen dan ketidakmampuan konsumen membayar pada saat produk tiba. Akibatnya, penjual dan kurir mengalami kerugian, termasuk biaya terkait pengemasan, pengiriman, dan pengembalian barang.

Untuk mengurangi pembatalan tersebut, perusahaan *E-Commerce* dan logistik dapat memperkuat sistem konfirmasi pesannya, menawarkan insentif kepada konsumen yang menyelesaikan transaksi, dan memberikan informasi produk yang lebih jelas dan akurat. Sementara itu, konsumen harus memahami hak dan kewajibannya serta memastikan kemampuan membayarnya sebelum melakukan pemesanan *Cash On Delivery* (COD) Melalui kerja sama antara penjual, konsumen, dan platform *E-Commerce*, diharapkan tercipta transaksi yang lebih adil, efisien, dan saling menguntungkan.

## **SARAN**

Konsumen harus memahami syarat dan ketentuan yang relevan sebelum melakukan pembelian (Gondokusumo, 2023) daring untuk mencegah kerugian finansial. Selain itu, pembeli harus selalu menyimpan kwitansi atau faktur sebagai bukti pembelian. Tahap awal dalam menyelesaikan keluhan pelanggan tentang produk atau layanan adalah mengidentifikasi dan mendokumentasikan secara akurat sifat masalah tersebut. Setiap orang yang terlibat dalam dunia bisnis memiliki tanggung jawab untuk bersikap terus terang dan akurat saat mengiklankan produk dan layanan mereka. Semua peraturan kualitas dan keselamatan yang relevan juga harus dipenuhi. Bisnis juga memiliki tanggung jawab untuk mendengarkan masukan dan kekhawatiran pelanggan serta menawarkan cara yang cepat dan adil untuk menyelesaikan perselisihan.

---

## DAFTAR PUSTAKA

Akbar Panigraha, D. A. (2021). *WAJAH OPINI PUBLIK DI MEDIA MASSA*.

Yogyakarta: Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. AZIZ, A. A. (2024).

TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP TINDAKAN JUAL BELI PAKET COD YANG GAGAL TERKIRIM OLEH KURIR EKSPEDISI NINJA EXPRESS. *TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP TINDAKAN*

*JUAL BELI PAKET COD YANG GAGAL TERKIRIM OLEH KURIR EKSPEDISI NINJA EXPRESS*, 80.

GONDOKUSUMO, R. (2023, FEBRUARY 8). *PANDUAN E-COMMERCE & MARKETPLACE MARKETING*. RETRIEVED FROM BLOG SRIBU: [HTTPS://WWW.SRIBU.COM/ID/BLOG/PANDUAN-MARKETPLACE-MARKETING-STRATEGI-PEMASARAN-SHOPEE/](https://www.sribu.com/id/blog/panduan-marketplace-marketing-strategi-pemasaran-shopee/)

---

## Persepsi Pengguna Media Sosial terhadap Efektivitas Kampanye Digital #museumbkl dalam Meningkatkan Kesadaran Budaya Lokal

Rafinita Aditia<sup>1</sup>, Rasianna BR Saragih<sup>2</sup>, Evi Hafizah<sup>3</sup>, Verani Indiarma<sup>4</sup>  
Universitas Bengkulu<sup>1,2,3,4</sup>

[raditia@unib.ac.id](mailto:raditia@unib.ac.id)<sup>1</sup>, [rasiana\\_bs@unib.ac.id](mailto:rasiana_bs@unib.ac.id)<sup>2</sup>, [evihafizah@unib.ac.id](mailto:evihafizah@unib.ac.id)<sup>3</sup>, [vindiarma@unib.ac.id](mailto:vindiarma@unib.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini berfokus pada efektivitas kampanye digital #museumbkl yang dilaksanakan oleh Museum Negeri Bengkulu dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pelestarian budaya lokal. Urgensi penelitian ini muncul dari kebutuhan untuk memahami dampak kampanye digital terhadap partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya. Metodologi yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan subjek penelitian terdiri dari 20 pengguna aktif Instagram yang telah berinteraksi dengan *Hashtag* #museumbkl selama enam bulan terakhir. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi media sosial, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan metode tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye #muesumbkl berhasil menarik perhatian pengguna dan mendorong mereka untuk lebih mengenal dan terlibat dalam kegiatan budaya Bengkulu. Sebagian besar responden merasa antusias dan tertarik untuk mengunjungi museum setelah berpartisipasi dalam kampanye. Konten menarik, seperti foto, video, serta fitur interaktif seperti *Instagram Stories* dan *Live Sessions*, menciptakan pengalaman dinamis yang mendekatkan masyarakat pada warisan budaya. Meskipun kampanye ini sukses, ada kebutuhan untuk pengalaman fisik langsung guna memahami nilai-nilai budaya lebih mendalam. Oleh karena itu disarankan agar kampanye digital ini diintegrasikan dengan program fisik, seperti kunjungan ke museum, untuk memberikan pengalaman yang lebih komprehensif.

**Kata Kunci:** Hashtag Activism; Kampanye Digital; Kesadaran Budaya; Media Sosial; Museum Bengkulu

### PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi platform yang dominan dalam menyebarkan informasi dan mempengaruhi opini publik. Melalui kecepatan dan jangkauan globalnya, media sosial memungkinkan informasi tersebar luas hanya dalam hitungan detik, menghubungkan individu dari berbagai latar belakang dengan pandangan yang beragam (Crandall & Cunningham, 2016). Pengguna media sosial saat ini tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga mengambil peran aktif sebagai produsen konten yang mampu mempengaruhi wacana publik secara signifikan. Dengan kemudahan akses dan platform yang tersedia, individu dari berbagai latar belakang dapat menciptakan, mem-bagikan, dan mendiskusikan berbagai jenis konten mulai dari tulisan, gambar, video, hingga meme yang mencerminkan pandangan, pengalaman, dan opini (Illahi & Aditia, 2022). Hal ini tidak hanya memperkaya diversitas informasi yang tersedia di ranah digital, tetapi juga menciptakan ruang bagi suara-suara yang sebelumnya terpinggirkan untuk didengar.

Pengaruh media sosial yang kuat terlihat dalam bagaimana isu-isu politik, sosial, dan budaya dapat viral dan membentuk persepsi masyarakat (Abdillah & Zulhazmi, 2021). Dengan

---

algoritma yang memperkuat bias dan tren tertentu, media sosial memiliki potensi besar dalam membentuk opini publik, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada cara informasi dikelola dan disampaikan.

Kampanye digital menjadi salah satu strategi efektif yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu tertentu, termasuk pelestarian budaya lokal. Kampanye digital adalah serangkaian upaya promosi atau penyebaran pesan yang dilakukan secara *online* menggunakan berbagai *platform* digital seperti media sosial, situs web, *email* dan iklan digital (Revolusi, 2024). Salah satu contoh kampanye digital yang menarik perhatian adalah penggunaan *hashtag activism* #museumbkl, yang dirancang untuk mempromosikan keberadaan dan nilai budaya lokal oleh Museum Negeri Bengkulu melalui media sosial Instagram.

Museum Negeri Bengkulu sebagai institusi yang menyimpan warisan budaya dan sejarah provinsi Bengkulu memainkan peran penting dalam konservasi dan edukasi masyarakat mengenai kekayaan budaya yang ada (Vitrु & Arfianti, 2024). Museum Negeri Bengkulu tidak hanya menyimpan koleksi artefak berharga, tetapi juga menjadi pusat kegiatan budaya yang berfungsi sebagai jembatan antara generasi muda dan warisan leluhur. Museum Negeri Bengkulu menyajikan berbagai koleksi, mulai dari benda bersejarah, seni, hingga tradisi lokal, yang mencerminkan keberagaman budaya daerah.

Museum Negeri Bengkulu terletak di Jalan Pembangunan No. 08, Padang Harapan, Kota Bengkulu. Arsitekturnya mengikuti gaya rumah tradisional Melayu Bengkulu yaitu Rumah Bubungan Limo, yang memiliki dasar rumah panggung dan telah dimodifikasi menjadi bangunan berlantai dua. Museum Negeri Bengkulu didirikan pada 1 April 1978, namun mulai beroperasi sebagai museum pada 3 Mei 1980 dengan lokasi sementara di belakang Benteng Malborough. Koleksi awalnya terdiri dari 51 item, termasuk 43 koleksi etnografika, 6 keramik, dan 2 replika.

Pada 3 Januari 1983, Museum Negeri Bengkulu pindah ke gedung baru yang beralamat di Jalan Pembangunan No. 08, Padang Harapan, Kota Bengkulu. Berdasarkan SK Mendikbud RI Nomor 0754/0/1987, statusnya ditingkatkan menjadi Museum Negeri Bengkulu dengan klasifikasi museum umum tipe C, berfungsi sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) di bawah Direktorat Permesuman, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan

---

Kebudayaan Republik Indonesia. Peresmian statusnya dilakukan pada 31 Maret 1988 oleh Direktur Jenderal Kebudayaan, Drs. G.B.P.H. Poeger, dengan nama Museum Negeri Provinsi Bengkulu (Muhardi, 2018).

Setelah dilaksanakannya otonomi daerah pada tahun 2001, berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 14 Tahun 2001 tentang organisasi Dinas Pendidikan Nasional Provinsi Bengkulu, Museum Negeri Provinsi Bengkulu, yang kini dikenal sebagai Museum Negeri Bengkulu, berubah menjadi Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Dinas Pendidikan Nasional Provinsi Bengkulu. Saat ini, Museum Bengkulu merupakan UPTD Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bengkulu sesuai Perda No. 7 Tahun 2008.

Penggunaan *hashtag* #museumbkl mencerminkan sebuah inovasi signifikan dalam strategi kampanye digital yang ditujukan untuk meningkatkan perhatian pengguna media sosial terhadap eksistensi dan pentingnya nilai-nilai budaya lokal yang dipromosikan oleh Museum Negeri Bengkulu. *Hashtag activism* dapat diartikan sebagai bentuk gerakan sosial yang memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi dan mendorong partisipasi aktif masyarakat terhadap isu-isu tertentu (Djamaluddin et al., 2023). Melalui *hashtag*, kampanye tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai medium interaksi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman, pengetahuan, dan perspektif mereka mengenai budaya lokal (Serang et al., 2024).

*Hashtag activism* merupakan fenomena yang mencerminkan transformasi signifikan dalam cara masyarakat berinteraksi dan berpartisipasi dalam isu-isu sosial kontemporer (Mousavi & Ouyang, 2021). Melalui platform media sosial, individu dan kelompok kini memiliki akses yang lebih luas untuk menyuarakan pendapat mereka, yang sebelumnya mungkin terpinggirkan dalam diskursus public (Baharuddin et al., 2021). Penggunaan *hashtag* sebagai alat pengorganisasian memungkinkan pengguna untuk mengkategorikan dan mengkonsolidasikan berbagai suara dalam satu narasi kolektif, sehingga menciptakan ruang dialog yang inklusif dan beragam (Putra & Hajar, 2023).

*Hashtag* tidak hanya berfungsi sebagai simbol identitas, tetapi juga sebagai alat mobilisasi yang strategis (Zulli, 2020). Ketika individu menggunakan *Hashtag* tertentu, mereka tidak hanya mengekspresikan pandangan pribadi, tetapi juga bergabung dalam gerakan yang lebih besar yang berfokus pada isu-isu yang dianggap penting (Banurea, 2023). Proses ini

sebagaimana dikemukakan oleh teori gerakan sosial, dapat memperkuat solidaritas dan membangun komunitas di antara para aktivis, yang dapat berujung pada aksi kolektif yang lebih terkoordinasi dan berdampak (Sinpeng, 2021).

Museum Negeri Bengkulu memanfaatkan potensi media sosial dan *hashtag activism* untuk menciptakan kesadaran yang lebih besar mengenai keberadaan museum sebagai pusat pelestarian budaya, serta menekankan peran aktif masyarakat dalam menjaga dan melestarikan warisan leluhur (Setyaningrum, 2018). Inisiatif ini berkontribusi pada pengembangan identitas budaya yang lebih kuat di tengah arus modernisasi yang seringkali mengancam nilai-nilai tradisional.

Melalui #museumbkl, museum tidak hanya mempromosikan koleksinya, tetapi juga mengajak masyarakat untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman mereka terkait budaya lokal. Kampanye ini memanfaatkan fitur-fitur yang ada di platform Instagram, seperti foto, video, dan cerita, yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka sambil memperkuat identitas budaya Bengkulu. Dengan melibatkan masyarakat dalam percakapan yang lebih luas, #museumbkl diharapkan dapat menjadi jembatan komunikasi yang efektif antara museum dan publik, mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pelestarian budaya lokal dan menciptakan rasa memiliki terhadap warisan yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami persepsi pengguna media sosial terkait dengan efektivitas kampanye #museumbkl dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang budaya lokal di Bengkulu. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada urgensi yang semakin mendesak untuk melestarikan budaya lokal yang sering kali terpinggirkan oleh derasnya arus modernisasi. Budaya lokal saat ini tidak hanya dipandang sebagai warisan sejarah, tetapi juga sebagai elemen identitas yang sangat penting dalam membentuk karakter dan kepribadian masyarakat. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kampanye digital memiliki peran krusial dalam memperkuat kesadaran dan keterlibatan masyarakat terhadap berbagai isu budaya (Ibba et al., 2015).

Meskipun banyak kajian yang mengkaji penggunaan media sosial dalam kampanye budaya, masih terdapat kekurangan dalam analisis yang lebih mendalam mengenai bagaimana pengguna menilai efektivitas kampanye tertentu, khususnya #museumbkl. Hal ini menunjukkan perlunya studi yang lebih komprehensif untuk memahami bagaimana kampanye digital ini berfungsi

dalam menjembatani hubungan antara museum dan masyarakat, serta untuk mengeksplorasi dampaknya terhadap kesadaran budaya dan partisipasi publik (Arianita et al., 2021). Dengan memperhatikan aspek ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai dinamika interaksi antara media sosial dan pelestarian budaya, serta menawarkan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengelolaan kampanye budaya di masa mendatang.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memahami persepsi pengguna media sosial terhadap efektivitas kampanye digital #museumbkl dalam meningkatkan kesadaran budaya lokal di Bengkulu. Menurut Moscato (2016), Pendekatan deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena, peristiwa, atau kondisi secara mendalam dan mendetail, berdasarkan data yang diperoleh langsung dari lapangan.

Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman mendalam mengenai bagaimana pengguna media sosial merespons dan terlibat dalam kampanye #museumbkl. Penelitian ini dilakukan di Kota Bengkulu, dengan subjek penelitian terdiri dari pengguna media sosial Instagram yang telah mengikuti kampanye digital #museumbkl. Pemilihan subjek dilakukan secara *purposive*, yaitu dengan kriteria bahwa responden harus merupakan pengguna aktif Instagram yang telah berinteraksi dengan *Hashtag* #museumbkl dalam periode enam bulan terakhir. Total responden yang diikutsertakan dalam penelitian ini adalah 20 orang, diantaranya:

Tabel 1. Responden Penelitian

Kelompok Profesi	Jumlah
Mahasiswa	5 orang
Pelajar	3 orang
Pegawai Swasta	4 orang
Wirausaha	3 orang
PNS	3 orang
Guru dan Dosen	2 orang

Responden dikelompokkan menjadi beberapa kategori, yaitu mahasiswa, pelajar, pegawai swasta, wirausaha, pegawai negeri, serta guru dan dosen, dengan karakteristik partisipasi dan pola penggunaan Instagram yang berbeda-beda.

Kelompok mahasiswa dan pelajar, yang berusia antara 18 hingga 22 tahun, merupakan pengguna aktif Instagram dan berinteraksi secara langsung dengan kampanye ini. Mereka menggunakan Instagram setiap hari dan cenderung menjadi pengguna utama yang memberikan umpan balik melalui komentar atau likes di postingan yang berkaitan dengan #museumbkl. Sementara pegawai swasta dengan usia 25-30 tahun juga menggunakan Instagram setiap hari, namun frekuensi interaksi mereka dengan kampanye ini relatif lebih rendah dibandingkan mahasiswa.

Kelompok wirausaha yang umumnya berusia 30-35 tahun, lebih memilih interaksi mingguan di Instagram, khususnya pada konten yang relevan dengan kepentingan bisnis mereka. Mereka berpartisipasi dalam kampanye #museumbkl secara selektif, menanggapi postingan yang dirasa mendukung usaha atau komunitas mereka. Untuk pegawai negeri, guru, dan dosen dengan rentang usia 30-40 tahun memiliki frekuensi penggunaan Instagram yang lebih jarang, yaitu mingguan atau bulanan. Mereka mengikuti kampanye ini, tetapi tidak terlibat secara aktif dalam interaksi di media sosial, cenderung hanya melihat atau mengamati tanpa memberikan umpan balik langsung.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi media sosial, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pandangan dan pengalaman partisipan terkait kampanye, sedangkan observasi melibatkan pemantauan konten dan interaksi di Instagram. Analisis data dilakukan menggunakan metode tematik, mulai dari pengumpulan data, pengkodean awal, identifikasi tema, hingga interpretasi data untuk menemukan pola persepsi dan keterlibatan pengguna. Validitas data diperkuat melalui triangulasi data dan *member check*, di mana hasil wawancara dikonfirmasi kembali dengan partisipan. Penelitian ini juga mematuhi standar etika penelitian dengan menjaga kerahasiaan responden serta mendapatkan persetujuan partisipan sebelum wawancara dilakukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye digital #museumbkl berhasil menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran budaya lokal di kalangan pengguna media sosial, khususnya di Instagram. Dari hasil wawancara mendalam dengan 20 pengguna aktif Instagram yang terlibat dalam kampanye, sebagian besar responden menunjukkan antusiasme tinggi terhadap kampanye tersebut. Responden penelitian menyatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram, memungkinkan responden untuk lebih mudah mengakses informasi mengenai Museum Negeri Bengkulu dan warisan budaya lokal. Visualisasi yang menarik melalui foto dan video yang diposting dengan *Hashtag* #museumbkl menciptakan pengalaman yang lebih interaktif, sehingga meningkatkan minat responden terhadap budaya Bengkulu. Sebanyak 85% dari responden mengungkapkan lebih tertarik untuk mengunjungi museum setelah mengikuti kampanye tersebut. Salah satu responden menyatakan:

"Awalnya saya tidak terlalu tahu atau peduli dengan sejarah Bengkulu, tapi setelah melihat konten #museumbkl di Instagram, saya jadi lebih bangga dan merasa memiliki hubungan yang lebih dekat dengan budaya lokal. Kampanye ini membuka wawasan saya, membuat saya ingin tahu lebih banyak dan ikut berkontribusi dalam melestarikan budaya kita."

Hasil observasi penelitian juga menunjukkan bahwa konten yang diposting dengan *hashtag* #museumbkl mendapatkan respons positif dari pengguna Instagram, termasuk dalam bentuk *like*, komentar, dan berbagi ulang (*repost*). Keterlibatan aktif pengguna media sosial ini memperlihatkan bahwa kampanye digital mampu menciptakan ruang partisipatif di mana masyarakat dapat berkontribusi dalam pelestarian budaya lokal. Analisis interaksi di media sosial menunjukkan bahwa kampanye #muesumbkl mampu membangun komunitas digital yang peduli terhadap pelestarian budaya. Responden juga menyatakan bahwa fitur-fitur seperti *Instagram Stories* dan *Live Sessions* yang digunakan oleh Museum Negeri Bengkulu membuat kampanye lebih menarik dan dinamis, karena responden bisa melihat konten secara *real-time* dan berinteraksi langsung dengan museum melalui sesi tanya jawab atau diskusi terkait budaya lokal.

Hasil wawancara mendalam menunjukkan bahwa kampanye digital #museumbkl, yang dirancang untuk mempromosikan warisan budaya Bengkulu, berhasil menciptakan dampak positif yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda. Sebanyak 70% responden berusia 18-30 tahun melaporkan bahwa kampanye ini telah meningkatkan rasa memiliki dan kebanggaan mereka terhadap budaya lokal. Banyak dari mereka mengaku bahwa sebelum

terlibat dengan kampanye ini, pengetahuan mereka tentang sejarah dan warisan budaya Bengkulu sangat terbatas. Responden menyebutkan bahwa pendekatan kampanye yang interaktif dan modern, seperti penggunaan media sosial, konten visual yang menarik, serta kolaborasi dengan influencer lokal, membuat mereka merasa lebih terhubung dengan budaya daerah.

Meskipun kampanye digital #museumbkl efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi online, sebagian besar responden merasa masih diperlukan pengalaman fisik yang lebih langsung untuk benar-benar memahami nilai-nilai budaya yang diusung oleh Museum Negeri Bengkulu. Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa meskipun mereka tertarik dengan konten yang dipromosikan melalui kampanye digital, mereka merasa belum sepenuhnya puas tanpa adanya kunjungan langsung ke museum. Salah satu responden berkomentar,

"Instagram memang menarik untuk mengenal museum, tapi rasanya belum lengkap tanpa kunjungan langsung. Saya ingin melihat langsung untuk benar-benar merasakan dan memahami nilai-nilai budaya yang ditampilkan."

Hal ini sejalan dengan pendapat Goswami (2018) yang menyatakan bahwa kampanye digital memang berfungsi sebagai alat yang kuat untuk menarik perhatian, tetapi perlu diintegrasikan dengan program-program fisik, seperti kunjungan museum atau acara budaya, untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam.

## **Pembahasan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye digital #museumbkl yang dilakukan oleh Museum Negeri Bengkulu memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya pengguna media sosial, terhadap pelestarian budaya lokal. Kampanye #museumbkl memanfaatkan platform Instagram, yang dikenal memiliki daya tarik visual yang tinggi, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Melalui konten yang kreatif dan menarik, kampanye ini berhasil menarik perhatian pengguna untuk berinteraksi secara aktif, baik melalui komentar, berbagi postingan, maupun penggunaan *Hashtag* yang terkait.

Partisipasi masyarakat dalam kampanye ini sangat tinggi, di mana banyak pengguna yang terlibat dalam diskusi dan berbagi pengalaman mereka terkait budaya Bengkulu. Interaksi yang terjadi di platform Instagram menciptakan rasa kebersamaan dan komunitas di antara pengguna.

Hal ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menyebutkan bahwa media sosial, terutama platform yang bersifat visual seperti Instagram, memiliki potensi besar dalam meningkatkan partisipasi publik dalam isu-isu sosial dan budaya (Dobrin, 2020).

Kampanye #museumbkl membuktikan bahwa kombinasi antara konten visual yang menarik dan fitur interaktif, seperti Instagram Stories dan Live Sessions, mampu menciptakan pengalaman yang lebih dinamis dan mendalam bagi para pengguna. Penggunaan elemen-elemen visual yang kreatif, seperti foto-foto bersejarah yang dipadukan dengan narasi modern, serta video singkat yang menyoroti aspek-aspek penting budaya Bengkulu, tidak hanya menarik perhatian generasi muda tetapi juga mengajak mereka terlibat secara langsung. Fitur interaktif, seperti kuis, polling, atau tantangan kreatif yang dapat diikuti pengguna, menambah dimensi partisipatif, di mana masyarakat tidak sekadar menerima informasi, tetapi turut berkontribusi dalam percakapan mengenai budaya lokal.

Lebih dari sekadar edukasi, kampanye ini berhasil membangkitkan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap pelestarian budaya Bengkulu, dengan mengubah cara masyarakat memandang warisan budaya mereka sebagai sesuatu yang hidup dan relevan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini semakin mempertegas bahwa strategi kampanye digital yang dirancang dengan pendekatan partisipatif dan interaktif dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran budaya, mendorong keterlibatan aktif masyarakat, dan memperluas jangkauan pesan hingga ke kalangan yang sebelumnya kurang terpapar.

Penggunaan *hashtag* #museumbkl sebagai alat utama kampanye juga merupakan contoh nyata dari fenomena *hashtag activism*. Penggunaan *hashtag* memungkinkan terciptanya ruang digital di mana pengguna dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun komunitas berbasis minat yang sama, yaitu pelestarian budaya Bengkulu. *Hashtag* tidak hanya berfungsi sebagai tag identifikasi, tetapi juga sebagai simbol keterlibatan dan solidaritas. Sebagaimana argumen Abdillah & Zulhazmi (2021), yang menyatakan bahwa *Hashtag activism* dapat membangun jaringan percakapan yang kuat dalam kampanye-kampanye sosial dan budaya, meningkatkan partisipasi pengguna media sosial secara lebih luas. Dalam kampanye #museumbkl, pengguna aktif secara sukarela berbagi konten terkait budaya lokal, baik berupa foto artefak, video acara budaya, maupun cerita personal mengenai pengalaman mereka di museum. Tingginya partisipasi ini menunjukkan bahwa masyarakat merespons positif terhadap pendekatan digital dalam pelestarian budaya, sekaligus memperkuat argumentasi bahwa media

---

sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam mendorong interaksi masyarakat dengan isu-isu budaya.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kampanye digital #museumbkl sangat relevan dengan target audiens generasi muda, yang seringkali lebih responsif terhadap kampanye digital dibandingkan dengan metode promosi budaya konvensional. Sebagian besar responden dalam kategori usia 18-30 tahun menunjukkan antusiasme tinggi terhadap kampanye, di mana mereka mengungkapkan bahwa visualisasi konten yang disajikan melalui foto, video, dan fitur-fitur Instagram lainnya, seperti Instagram Stories dan Live, memberikan pengalaman yang lebih menarik dan edukatif.

Kampanye #muesumbkl berhasil memanfaatkan daya tarik visual Instagram untuk menarik perhatian pengguna, menciptakan keterlibatan yang lebih dalam dengan materi budaya yang dipromosikan. Instagram bukan hanya berfungsi sebagai platform promosi, tetapi juga sebagai medium interaktif yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan konten. Penggunaan fitur-fitur interaktif, seperti polling dalam *Instagram Stories* dan sesi tanya jawab melalui *Live*, memperkaya pengalaman pengguna, mendorong mereka untuk berbagi pandangan dan pengetahuan mengenai budaya lokal, serta menciptakan dialog yang konstruktif. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya efektif untuk promosi budaya, tetapi juga untuk membangun identitas kultural di kalangan generasi muda. Dengan melibatkan masyarakat dalam percakapan tentang budaya lokal, kampanye ini berkontribusi pada pembentukan rasa memiliki dan kebanggaan terhadap warisan budaya Bengkulu. Hal ini membuka peluang bagi museum untuk mengembangkan program-program pendidikan dan pelestarian yang lebih relevan dan menarik bagi generasi muda, sehingga mereka dapat berperan aktif dalam menjaga dan melestarikan kekayaan budaya yang ada. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya adaptasi strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens untuk mencapai hasil yang lebih efektif dalam pelestarian budaya lokal.

Penelitian sebelumnya oleh Dobrin (2020) menunjukkan bahwa platform media sosial yang berfokus pada visual, seperti Instagram, memiliki potensi besar dalam menarik perhatian publik terhadap isu-isu budaya. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian ini, di mana daya tarik visual dari konten #museumbkl mampu memikat generasi muda dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap budaya Bengkulu. Sama halnya, Abdillah & Zulhazmi (2021) mengemukakan bahwa fenomena *hashtag activism* efektif dalam membangun jaringan percakapan yang solid

dan memicu partisipasi pengguna media sosial. Hasil ini sejalan dengan penggunaan Hashtag #museumbkl yang berhasil menciptakan komunitas digital yang berfokus pada pelestarian budaya lokal. Melalui *hashtag activism*, pengguna tidak hanya menandai keterlibatan mereka, tetapi juga menunjukkan rasa kepedulian dan solidaritas terhadap budaya lokal.

Penelitian oleh Goswami (2018) menegaskan bahwa meskipun kampanye digital mampu menarik perhatian, dampak edukatifnya lebih optimal ketika dipadukan dengan program fisik, seperti kunjungan ke museum atau acara budaya. Hal ini juga tercermin dalam penelitian ini, di mana sebagian besar responden menyatakan bahwa pengalaman fisik di museum diperlukan untuk benar-benar memahami nilai budaya yang ditampilkan secara digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini konsisten dengan temuan-temuan sebelumnya yang menyarankan pentingnya integrasi antara pengalaman digital dan fisik untuk memberikan pemahaman budaya yang lebih mendalam.

Dengan membandingkan hasil penelitian ini dengan temuan-temuan dari studi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kampanye digital berbasis media sosial, khususnya dengan pendekatan interaktif dan visual, memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran budaya di kalangan generasi muda. Namun, pendekatan ini sebaiknya dilengkapi dengan program fisik untuk memberikan pengalaman yang lebih menyeluruh. Konteks dari studi ini mendukung argumen bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam memperkuat identitas kultural dan meningkatkan partisipasi publik, terutama ketika dikombinasikan dengan inisiatif yang melibatkan masyarakat secara langsung dalam pelestarian budaya.

## **KESIMPULAN**

Kampanye digital #museumbkl yang dilaksanakan oleh Museum Negeri Bengkulu terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pelestarian budaya lokal. Melalui penggunaan platform media sosial, khususnya Instagram, kampanye ini berhasil menarik perhatian pengguna, terutama generasi muda, untuk lebih mengenal dan terlibat dalam budaya Bengkulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa antusias dan tertarik untuk mengunjungi museum setelah terlibat dalam kampanye. Konten yang menarik, termasuk foto dan video, serta fitur interaktif seperti *Instagram Stories* dan *Live Sessions*, telah menciptakan pengalaman yang lebih dinamis dan mendekatkan masyarakat pada warisan budaya.

Meskipun kampanye digital ini sukses dalam menciptakan kesadaran, masih terdapat kebutuhan pengalaman fisik langsung untuk memahami secara mendalam nilai-nilai budaya yang diusung oleh museum. Oleh karena itu, disarankan agar kampanye digital ini diintegrasikan dengan program-program fisik yang mendukung, seperti kunjungan langsung ke museum dan acara budaya, untuk memberikan pengalaman yang lebih komprehensif.

Penggunaan #museumbkl tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai platform interaksi yang mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam pelestarian budaya lokal, sekaligus membangun identitas budaya yang lebih kuat di tengah arus modernisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai dinamika interaksi antara media sosial dan pelestarian budaya serta menawarkan rekomendasi untuk pengelolaan kampanye budaya di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. M., & Zulhazmi, A. Z. (2021). Kampanye Digital, Politik Lokal, dan Media Sosial. *IQTIDA: Journal of Da'wah and Communication*, 1(1), 57–75. <https://doi.org/10.28918/iqtida.v1i1.3752>
- Baharuddin, T., Salahudin, S., Sairin, S., Qodir, Z., & Jubba, H. (2021). Kampanye Antikorupsi Kaum Muda melalui Media Sosial Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 58. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.3827>
- Banurea, O. K. (2023). *Efektivitas Pengawasan Kampanye Berbasis Digital (Pencegahan Pelanggaran Praktek Kampanye Berbasis Digital)*. 2.
- Bella Juliet Arianita, V., Widiyani Roosinda, F., & Ekantoro, J. (2021). Kampanye Digital pada Instagram @Perhumas \_Indonesia melalui #Indonesia BicaraBaik dalam Mewujudkan Masyarakat 5.0. *Journal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 113–122. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v8i2.4>
- Budi Setyaningrum, N. D. (2018). Budaya Lokal Di Era Global. *Ekspresi Seni*, 20(2), 102. <https://doi.org/10.26887/ekse.v20i2.392>
- Crandall, H., & Cunningham, C. M. (2016). Media ecology and hashtag activism: #Kaleidoscope. *Explorations in Media Ecology*, 15(1), 21–32. [https://doi.org/10.1386/eme.15.1.21\\_1](https://doi.org/10.1386/eme.15.1.21_1)

- Djamaluddin, A. R., Hastjarjo, S., & Satyawan, I. A. (2023). Analysis Of the Symbolic Convergence of Activism with the Hashtag #PercumaLaporPolisi on Twitter Social Media as A Virtual Public Space. *Journal of Social Interactions and Humanities*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.55927/jsih.v2i1.2866>
- Dobrin, D. (2020). The Hashtag in Digital Activism: A Cultural Revolution. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 5(1), 03. <https://doi.org/10.20897/jcasc/8298>
- Goswami, D. M. P. (2018). *Social Media and Hashtag Activism*.
- Ibba, S., Orrù, M., Pani, F. E., & Porru, S. (2015). Hashtag of Instagram: From Folksonomy to Complex Network: *Proceedings of the 7th International Joint Conference on Knowledge Discovery, Knowledge Engineering and Knowledge Management*, 279–284. <https://doi.org/10.5220/0005613502790284>
- Illahi, N. K., & Aditia, R. (2022). Analisis Sosiologis Fenomena dan Realitas Pada Masyarakat Siber. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(2). <https://doi.org/10.37676/mude.v1i2.2217>
- Moscato, D. (2016). Media Portrayals of Hashtag Activism: A Framing Analysis of Canada’s #Idlenomore Movement. *Media and Communication*, 4(2), 3–12. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i2.416>
- Mousavi, P., & Ouyang, J. (2021). Detecting Hashtag Hijacking for Hashtag Activism. *Proceedings of the 1st Workshop on NLP for Positive Impact*, 82–92. <https://doi.org/10.18653/v1/2021.nlp4posimpact-1.9>
- Muhardi, M. (2018). Analisis Pengelolaan Koleksi Naskah Ka-Ga-Nga Di Museum Bengkulu. *Tsaqofah dan Tarikh: Jurnal Kebudayaan dan Sejarah Islam*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.29300/tjksi.v3i2.1561>
- Putra, F. D., & Hajar, M. F. (2023). Segmenting, Targeting, Differentiation, dan Positioning pada Digital Campaign Instagram @sebarkebersihan. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 311–320. <https://doi.org/10.54082/jupin.160>
- Revolusi, P. R. (2024). Persepsi Publik Dan Media Sosial Dalam Kampanye Digital Pilpres 2024. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 5(1), 32–44. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i1.1177>
- Ryu Vitru & Ami Arfianti. (2024). Kajian Arsitektur Neo Vernakular pada Museum Negeri di Kota Bengkulu. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(6). <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i6.3200>



- 
- Serang, S. A. T., Km, J. R. J., Pakupatan, J., & Serang, K. (2024). *Persepsi Publik Di Indonesia Mengenai Berita Hoaks Di Media Sosial. 1.*
- Sinpeng, A. (2021). Hashtag activism: Social media and the #FreeYouth protests in Thailand. *Critical Asian Studies*, 53(2), 192–205. <https://doi.org/10.1080/14672715.2021.1882866>
- Zulli, D. (2020). *Evaluating hashtag activism: Examining the theoretical challenges and opportunities of #BlackLivesMatter. 17(1).*

## Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) Pada Gaya Hidup Generasi Z di Media Sosial

Dewi Safitri<sup>1</sup>, Aprilia Roosyidah<sup>2</sup>, Suhandy Wijaya<sup>3</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184006@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184006@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [24041184210@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184210@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [24041184140@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184140@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif, kesehatan mental, dan hubungan sosial pada Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Dorongan Generasi Z untuk selalu mengikuti tren demi menghindari perasaan tertinggal menimbulkan perasaan FoMO, kecemasan, ketidakpuasan, dan perilaku konsumtif yang berdampak negatif pada gaya hidup mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan fenomenologi, melalui observasi dan wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berkontribusi dalam perbandingan sosial Generasi Z. Penelitian ini menekankan perlunya peningkatan kesadaran akan dampak penggunaan media sosial terhadap gaya hidup pada Generasi Z.

**Kata Kunci:** *Fear of Missing Out* (FoMO), Generasi Z, Media sosial, Gaya hidup, Tren

### PENDAHULUAN

Teknologi informasi telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir, sangat mengubah cara seseorang dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Salah satu manifestasi yang paling signifikan dari perkembangan ini adalah munculnya media sosial. Media sosial yang telah menjadi platform penting dalam pertukaran informasi dan hubungan sosial di masa sekarang. Media sosial tidak hanya memfasilitasi komunikasi antar individu, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran, platform berita, dan sarana untuk mobilisasi sosial.

Media sosial dapat memperlancar kita sebagai pengguna untuk bisa berinteraksi dengan orang lain sehingga kita tetap bisa menciptakan ikatan sosial secara virtual. Selain itu, media sosial juga sangat membantu dalam perkembangan sistem pendidikan yang ada di Indonesia di masa sekarang.

Seiring dengan pesatnya perkembangan media sosial, penggunaan internet juga mengalami peningkatan yang signifikan, menjadikan kunci akses informasi yang lebih luas dan

menghubungkan penggunanya secara global. Kombinasi keduanya berkontribusi besar terhadap transformasi sosial di era digital sekarang.



**Gambar 1.1** 221 Juta Penduduk Indonesia Makin Melek sama Internet

Sumber : <https://indonesia.go.id/mediapublik/detail/2168>

Pada gambar 1.1 berdasarkan data survei laman Resmi Portal Informasi Indonesia, terlihat bahwa di tahun 2024 pengguna media sosial saat ini sebanyak 79,50% dari total penduduk di Indonesia. Pastinya dengan seiring berjalannya waktu, penggunaannya akan terus meningkat. Terlebih lagi, pengguna media sosial rata rata berasal dari Generasi Milenial dan Generasi Z, hal ini dapat memicu suatu perilaku yang biasa kita sebut dengan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO).

Menurut Lira Aisafitri dan Kiayati Yusriyah (dalam Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 04 No. 01 Tahun 2021) Ketergantungan seseorang terhadap teknologi, terutama pada media sosial, turut mengubah bagaimana media sosial digunakan. Generasi milenial, tidak hanya menghabiskan waktu untuk mencari tahu berita yang mereka butuhkan, namun tanpa sadar mereka menggunakannya untuk mengikuti kehidupan dan kegiatan orang lain, dimana seolah-olah mereka harus mengetahui setiap hal yang dilakukan oleh orang-orang terdekatnya karena media sosial memudahkan individu untuk terus *up to date* terhadap semua berita baru, apa saja yang telah mereka lewatkan dan memastikan bahwa mereka tidak tertinggal. Bahkan aktivitas ketergantungan pada media sosial ini menimbulkan kegelisahan pada diri mereka sendiri.

Platform media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok*, *Facebook*, dan *Youtube* menjadi wadah yang mempunyai peluang besar untuk mencari koneksi sosial. Jangkauan ini dapat menyentuh segenap garis kehidupan seorang individu, seperti *life style*, Pendidikan, politik, ekonomi, kesehatan, serta kehidupan sosial.



**Gambar 1.2** Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>

Pada gambar 1.2 dapat dilihat dari hasil survei APJII 2024 di laman blog *databoks* bahwa rata-rata Generasi Milenial dan Generasi Z menghabiskan waktunya lebih banyak untuk bermedia sosial. Pada data yang sudah terlampir juga dapat dilihat bahwa Generasi Z adalah pengguna aktif dengan persentase lebih banyak daripada Generasi Milenial adalah pada aplikasi *Instagram* dan *Tiktok*.

Menurut Jansen et al. (2022), media sosial didefinisikan sebagai platform yang memfasilitasi pembentukan dan penyebaran tren sosial, yang mendorong individu dan kelompok untuk ikut serta dalam sebuah diskusi dan menciptakan gelombang opini publik yang luas. Gelombang opini publik itu lah yang akan berkembang dan menciptakan suatu hal yang akan berdampak besar pada perubahan di kehidupan sosial kita. Peristiwa tersebut bisa saja dapat menimbulkan suatu perasaan “tertinggal” oleh seorang individu.

Karena pada saat ini sosial media telah menjadi suatu kebutuhan utama, melalui sosial media kita bisa menemukan segala macam hal dan informasi yang sedang terjadi di berbagai wilayah. Dengan adanya internet, memudahkan kita dalam mengetahui berbagai informasi di sosial media. Akan tetapi, kemudahan kita dalam mengetahui berbagai informasi tersebut, justru dapat mempengaruhi pola pikir kita yang akan berdampak pada keinginan, kebiasaan, dan kesehatan mental kita.

Menurut Penelitian yang telah dilakukan oleh Maysitoh (2020), individu yang memiliki *autonomy* yang tinggi akan lebih memilih untuk terlibat dalam penggunaan media sosial yang berlebihan, seperti berusaha menanggapi setiap lelucon yang ada dalam grup obrolan, mengikuti *lifestyle* orang lain di media sosial meskipun tidak sesuai dengan kepribadian mereka, dan lain sebagainya. Dengan demikian, individu digolongkan memiliki *autonomy* yang baik yaitu jika mereka mampu untuk menetapkan sesuatu yang tepat untuk dirinya sendiri.

Pada dasarnya media sosial memberikan banyak dampak bagi kehidupan remaja, baik positif maupun negatif. Namun, lamanya remaja terhubung dengan media sosial menjadi awal pemicu istilah *Fear of Missing Out (FoMO)* ini muncul dan menjadi tren di kalangan masyarakat. Kegiatan ini akan terus menjadi kebiasaan dan hal yang umum jika kita tidak bisa mengurangi dan merubah *Fear of Missing Out (FoMO)* menjadi *Joy of Missing Out (JoMO)*.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Siddik dkk (2020) terhadap 349 remaja yang aktif menggunakan media sosial, dapat disimpulkan bahwa kondisi *Fear of Missing Out (FoMO)* memiliki dampak signifikan terhadap kondisi para remaja tersebut. Subjek penelitian itu mengakui bahwa ketika menggunakan media sosial, mereka cenderung selalu memantau serta merasa khawatir akan pendapat orang lain dan semua perubahan informasi terbaru yang muncul kapan saja. Jika mereka mendapatkan umpan balik yang negatif, mereka cenderung selalu berlarut-larut dalam memikirkannya bahkan lebih memilih untuk menghapus postingan mereka yang mendapatkan *respond* seperti itu.

Apa lagi pada saat ini, marak terjadi fenomena tren standar hidup di aplikasi media sosial *Instagram* dan *Tiktok* yang sangat menarik perhatian para generasi z. Contohnya seperti tren menikah muda, tren racun *shopee*, dan berbagai macam *lifestyle* lainnya. Hal itu sangatlah mempengaruhi perilaku para penggunanya.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan untuk dapat membuktikan bahwa penggunaan media sosial yang intensif berhubungan dengan peningkatan perasaan FoMO di kalangan generasi z. Generasi Z merasa tertekan untuk selalu terlibat dalam aktivitas yang terlihat di media sosial.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif yang mana melalui pendekatan penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau perilaku manusia secara mendalam.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* di media sosial yang terjadi pada Generasi Z dan hubungannya dengan gaya hidup Generasi Z. Metode kualitatif dipilih untuk memperkuat analisis dan memberikan wawasan mendalam terkait perilaku *Fear Of Missing Out (FoMO)* pada gaya hidup Generasi Z di media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang mana melakukan observasi dengan cara Peneliti mengamati langsung kebiasaan dan perilaku narasumber dengan mewawancarai 7 orang informan yang mengalami *Fear of Missing Out (FoMO)* untuk memahami pengalaman mereka secara lebih mendalam dalam menggunakan media sosial. Subjek penelitian ini yaitu Generasi Z karena mereka pengguna aktif di media sosial serta mereka tumbuh dalam era digital yang intens atau bertumbuh di era digital, sehingga lebih rentan terhadap fenomena seperti *Fear of Missing Out* atau biasa disebut (*FoMO*) dalam media sosial.

Dengan penelitian ini, peneliti berupaya mendapatkan gambaran jelas mengenai bagaimana *FoMO* mempengaruhi Generasi Z dalam penggunaan media sosial sehari-hari.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Fenomena sindrom FoMO merupakan suatu kebiasaan yang melekat pada generasi sekarang, terutama pada Generasi Z. Generasi Z yang mengalami sindrom FoMO cenderung memiliki karakteristik yang lebih sering menghabiskan waktunya untuk aktif di media sosial,

dimulai dari saat mereka akan tidur, bangun tidur, dan di waktu luang pun selalu mengakses media sosialnya, dan menganggap bahwa mengakses media sosial merupakan hal yang sangat penting bagi keseharian mereka, seperti yang diungkapkan oleh salah satu narasumber Generasi Z berinisial NF yang mengalami sindrom FoMO.

*“Aku yaa 24/7 selalu aktif di medsos, karena aku gamau sampe ketinggalan tren-tren terbaru sedikit pun dan akhirnya ngerumpi sama temen-temenku.”*  
(Wawancara NF, 7 Oktober 2024)

NF mengungkapkan bahwa dirinya selalu mengecek apapun yang terjadi di media sosial kapanpun dan dimanapun itu. Ia tidak mau sedikitpun tertinggal tentang semua hal yang telah terjadi di media sosial. Hal yang sama juga terjadi pada informan Generasi Z yang lainnya. Ketika peneliti bertanya mengenai hal apa yang paling banyak dilakukan selama 24 jam dalam sehari, dan berikut ungkapan yang disampaikan oleh informan FN.

*“Aku juga biasanya pas bangun tidur yaa cenderung langsung buka HP dan ngeliat sosial media, bisa dibilang udah jadi kebiasaan juga sih.”* (Wawancara FN, 7 Oktober 2024)

Sama dengan informan sebelum-sebelumnya FN mengakui bahwasannya ia juga mengecek handphone 24 jam yang mana setiap aktivitasnya pasti tidak lupa untuk mengecek handphone seperti yang dia sampaikan ketika wawancara.

*“Saya kalau lihat handphone itu 24 jam, ya karena di handphone itu segala informasi ada disitu jadi kalau gak ngecek handphone terutama media sosial itu rasanya seperti ketinggalan informasi.”* (Wawancara FN, 7 Oktober 2024)

FN juga mengatakan bahwasannya ia juga FoMO terhadap sesuatu yang viral atau trend seperti info tentang makanan yang lagi viral.

*“Saya kan hobi kuliner, jadi kalau ada makanan yang lagi viral itu saya langsung datang dan kepo sama makanan itu seenak apa sih sampai viral.”* (Wawancara FN, 7 Oktober 2024)

Narasumber RK juga mengakui bahwa ia seringkali mengejar tren fashion terbaru yang ada di media sosial.

*"Kan ada tuh istilah cewek kue, cewek mamba nah aku disitu ikutan fashion kek gitu, yang di mana awalnya aku punya selera fashionku sendiri eh malah FoMO ikut-ikutan." (Wawancara RK, 4 Oktober 2024).*

Di lingkungan sosial, saat teman-temannya di kelas membuat video TikTok atau mengambil foto bersama, RK merasa ingin ikut terlibat karena perasaan FoMO. Selain itu, rasa insecure sering muncul juga ketika RK melihat teman-teman mengetahui suatu hal yang tren di media sosial namun ia tidak tahu, yang akhirnya menimbulkan kekecewaan terhadap diri sendiri.

Namun, perasaan insecure tersebut tidak terlalu berpengaruh terhadap mood atau semangat belajar RK, karena ia juga tidak masalah ketika tidak mengikuti tren tertentu. Meskipun begitu, kebiasaan RK mengecek media sosial seperti Instagram tetap dilakukan dengan frekuensi yang cukup sering untuk mengetahui beberapa informasi di media sosial.

*"Emang harus selalu buka media sosial sih, soalnya kalau ngga buka kita bakal nggak tau informasi tentang lagi tren apa sekarang, ada berita apa sekarang, gitu deh." (Wawancara RK, 4 Oktober 2024)*

Hal ini juga dirasakan oleh informan lainnya yang merasakan bahwa ia menyesal jika dirinya sedikit banyak telah tertinggal akan informasi ataupun hal baru lainnya yang sedang trending jika dibandingkan dengan teman-temannya yang lain.

*"Jujur aku pernah banget, rasanya tuh kaya ada rasa kecewa sama diri sendiri sekaligus sedih juga karena ternyata temen-temenku yang lain tuh pada ikutan tren itu, tapi kok aku gak bisa ya?" (Wawancara NZ, 7 Oktober 2024)*

Informan ini juga mengungkapkan bahwa sebagian besar hidupnya sebagai Generasi Z telah dibagikan di sosial media. Lalu dengan gaya hidupnya yang selalu dibagikan ke media sosial, tentunya ia pun harus bisa mengimbangi tren-tren terbaru agar tidak kurang *update*.

Informan NZ mengakui bahwa untuk saat ini, aplikasi yang sangat berpengaruh terhadap hidupnya adalah *Tiktok*.

*"Media sosial tuh kalo boleh didefinisikan yaa sebagai serpihan hidupku. Apalagi Tiktok." (Wawancara NZ, 7 Oktober 2024)*

NZ pun mengakui bahwa sindrom FoMO yang ia miliki ini sangatlah mengganggu suasana hatinya. Terlebih lagi ketika kondisi moodnya kurang bagus juga pastinya mengganggu semangatnya untuk belajar.

Selain itu, ada informan lain yang mengungkapkan bahwa ia seringkali merasa terdorong untuk ikut terlibat dalam tren yang sedang viral di media sosial agar merasa lega dan dilihat oleh orang lain, terutama karena topik-topik tersebut kerap menjadi bahan perbincangan di lingkup pertemanan.

*"Jadi terkadang harus ikut update tren agar saat ama temen itu ngga dianggap kudet ( kurang update )." (Wawancara, 3 Oktober 2024).*

Meskipun begitu, ZD terkadang tidak terlalu memikirkan dampak dari keterlibatan tersebut. Pengaruh dari FoMO ini bisa sangat signifikan juga, di mana berpartisipasi dalam tren atau kegiatan sosial menjadi cara untuk menghilangkan stres dan membawa perasaan senang, sehingga secara tidak langsung dapat membuat proses belajar lebih nyaman.

*"Tapi, aslinya join join tren gini juga bisa ngilangin stress sih gara-gara banyak tugas gitu kek ada perasaan lega gitu, jadi mood belajar lumayan meningkat." (Wawancara ZD, 7 Oktober 2024)*

Namun, di sisi lain, tidak semua hal selalu ZD libatkan secara intens dengan media sosial. Dalam suatu kondisi ZD lebih memilih untuk membatasi frekuensi melihat media sosial karena menyadari bahwa tren tidak akan berhenti, dan jika tidak dikontrol penggunaannya maka dapat mengganggu produktivitas dalam kegiatan lain.

Beberapa informan Generasi Z yang mengalami sindrom FoMO ini juga telah mengungkapkan bahwa dapat dilihat bahwa mereka sering kali memperhatikan postingan teman-temannya, sering memperhatikan *update* an terbaru di media sosial, sehingga terkadang mereka cenderung membedakan dirinya dengan orang yang ada di media sosial tersebut.

Bagi sebagian dari mereka juga masih menganggap bahwa perilaku tersebut masih bisa dibilang normal, karena memang sejatinya manusia memiliki fitrah dimana mereka tidak akan pernah merasa puas dengan apapun yang telah mereka miliki dan malahan mereka selalu cenderung ingin lebih. Hal tersebut sering kali menimbulkan perasaan iri, dengki dalam hatinya, dimana mereka selalu tidak pernah puas akan semua yang sudah mereka miliki.

Menurut Penelitian yang telah dilakukan oleh Maysitoh (2020), individu yang memiliki *autonomy* yang tinggi akan lebih memilih untuk terlibat dalam penggunaan media sosial yang berlebihan, seperti berusaha menanggapi setiap lelucon yang ada dalam grup obrolan, mengikuti *lifestyle* orang lain di media sosial meskipun tidak sesuai dengan kepribadian mereka, dan lain sebagainya. Dengan demikian, individu digolongkan memiliki *autonomy* yang baik yaitu jika mereka mampu untuk menetapkan sesuatu yang tepat untuk dirinya sendiri.

Beberapa informan Generasi Z yang mengalami sindrom FoMO telah mengungkapkan bahwa mereka beranggapan bahwa diri mereka di media sosial dan di kehidupan nyata tidak jauh berbeda, karena menurut mereka media sosial adalah wadah untuk mengekspresikan dirinya, dimana mereka memiliki tujuan bahwa mereka ingin dilihat oleh orang lain ketika memposting sesuatu hal.

Bagi beberapa Generasi Z yang mengalami sindrom FoMO menganggap bahwa memposting sesuatu di media sosial adalah suatu hal yang hukumnya adalah wajib. karena, dengan mereka memposting *lifestyle* nya di media sosial, hal tersebut dapat menjadi bukti dimana mereka akan mendapatkan pengakuan dari teman-temannya di media sosial.

Disini menunjukkan bahwasannya di era digital sekarang Generasi Z lebih bergantung pada media sosial untuk gaya hidupnya, semua berpacu pada tren-tren yang viral seperti yang semua narasumber paparkan. Tidak hanya itu, Generasi Z cenderung berpatokan pada media sosial dan menjadikan media sosial sebagai acuan utama atau sumber panduan dalam berbagai aspek kehidupan. Hal ini bisa berdampak positif maupun negatif tergantung pada cara seseorang memanfaatkan media sosial tersebut.

Dalam bab ini, telah dibahas secara mendalam perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) yang dialami oleh generasi Z dalam konteks penggunaan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya mempengaruhi cara generasi Z berinteraksi di platform digital, tetapi juga berdampak pada kesehatan mental dan kesejahteraan mereka. Analisis yang dilakukan mengungkapkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkontribusi signifikan terhadap perasaan tertinggal dan tekanan sosial yang dirasakan oleh individu.

Dari data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa generasi Z cenderung terjebak dalam siklus perbandingan sosial yang negatif, di mana mereka merasa harus terus mengikuti tren dan aktivitas teman-teman mereka. Hal ini menimbulkan kecemasan yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana media sosial mempengaruhi psikologi generasi ini dan untuk mengimplementasikan strategi yang dapat membantu mereka mengatasi perasaan FoMO.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut dan pengembangan program edukasi yang fokus pada kesehatan mental dan penggunaan media sosial yang sehat. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang FoMO, generasi Z dapat lebih bijak dalam berinteraksi di dunia digital, mengurangi tekanan sosial, dan meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengungkapkan bahwa perilaku Fear of Missing Out (FoMO) mempunyai dampak yang signifikan kepada gaya hidup generasi Z di media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang intensif berkontribusi pada perasaan kecemasan dan ketidakpuasan, yang sering kali muncul dari perbandingan sosial yang terjadi di media sosial. Generasi Z, sebagai kelompok yang paling terhubung dengan teknologi, perlu menyadari dampak psikologis dari FoMO dan mencari cara untuk mengelola perasaan tersebut secara efektif.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya meliputi eksplorasi strategi coping yang dapat membantu generasi Z mengurangi dampak negatif FoMO, serta studi longitudinal yang menilai perubahan perilaku dan persepsi mereka terhadap media sosial seiring berjalannya waktu. Penelitian yang lebih mendalam mengenai hubungan antara FoMO dan kesehatan mental juga diperlukan untuk menciptakan pemahaman yang lebih holistik.

Kami mengucapkan banyak berterima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan ikut berpartisipasi dalam penelitian ini, termasuk informan yang telah bersedia berbagi

pengalaman mereka, serta tim peneliti dan akademisi yang memberikan masukan berharga. Dukungan ini sangat berarti dalam menyelesaikan karena tanpa dukungan mereka penelitian ini kurang bermakna. Maka dari itu, penelitian ini sangat penting karena dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika perilaku Generasi Z di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2020, 09 4). Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi. *Sindrom Fear of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Generasi Milenial di Kota Depok*, 2(4), 166-177.
- Aprianti, K., & Wendari, W. (2023, 7 2). Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran. *Fenomena Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) pada Digital Natives: Kontribusi Positif Atau Negatif bagi Kualitas Pembelajaran Generasi Z*, 8, 207-216.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (n.d.). Jurnal Psikologi Volume: 1, Number 4, 2024, Page: 1-21. *Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial*, 1, 1-21.
- Kiding, S., & Matulesy, A. (2019). PSISULA: Prosiding Berkala Psikologi. *Dari FoMO ke JoMO : Mengatasi Rasa Takut akan Kehilangan (FoMO) dan Menumbuhkan Resiliensi terhadap Ketergantungan dari Dunia Digital*, 1, 173-182.
- Marketing, D. (2024, 03 18). [Edisi 2024] *Tren Pengguna Media Sosial dan Digital Marketing Indonesia*. Retrieved from blog.slice.id: <https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>