

**SKRIPSI**

**EKSISTENSI MEDIA SOSIAL FACEBOOK DALAM EKSPRESI DIRI DI KALANGAN GENERASI Z**

**(Pada Anggota IPNU/IPPNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes )**

Diajukan dalam rangka penyelesaian studi Strata (S1) untuk Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pancasakti Tegal

Disusun oleh:

Retno Safitri

2220600049

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

2024

****

# **SKRIPSI**

**EKSISTENSI MEDIA SOSIAL FACEBOOK DALAM EKSPRESI DIRI DI KALANGAN GENERASI Z**

**(Pada Anggota IPNU/IPPNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes )**

Diajukan dalam rangka penyelesaian studi Strata (S1) untuk Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pancasakti Tegal

Disusun oleh:

Retno Safitri

2220600049

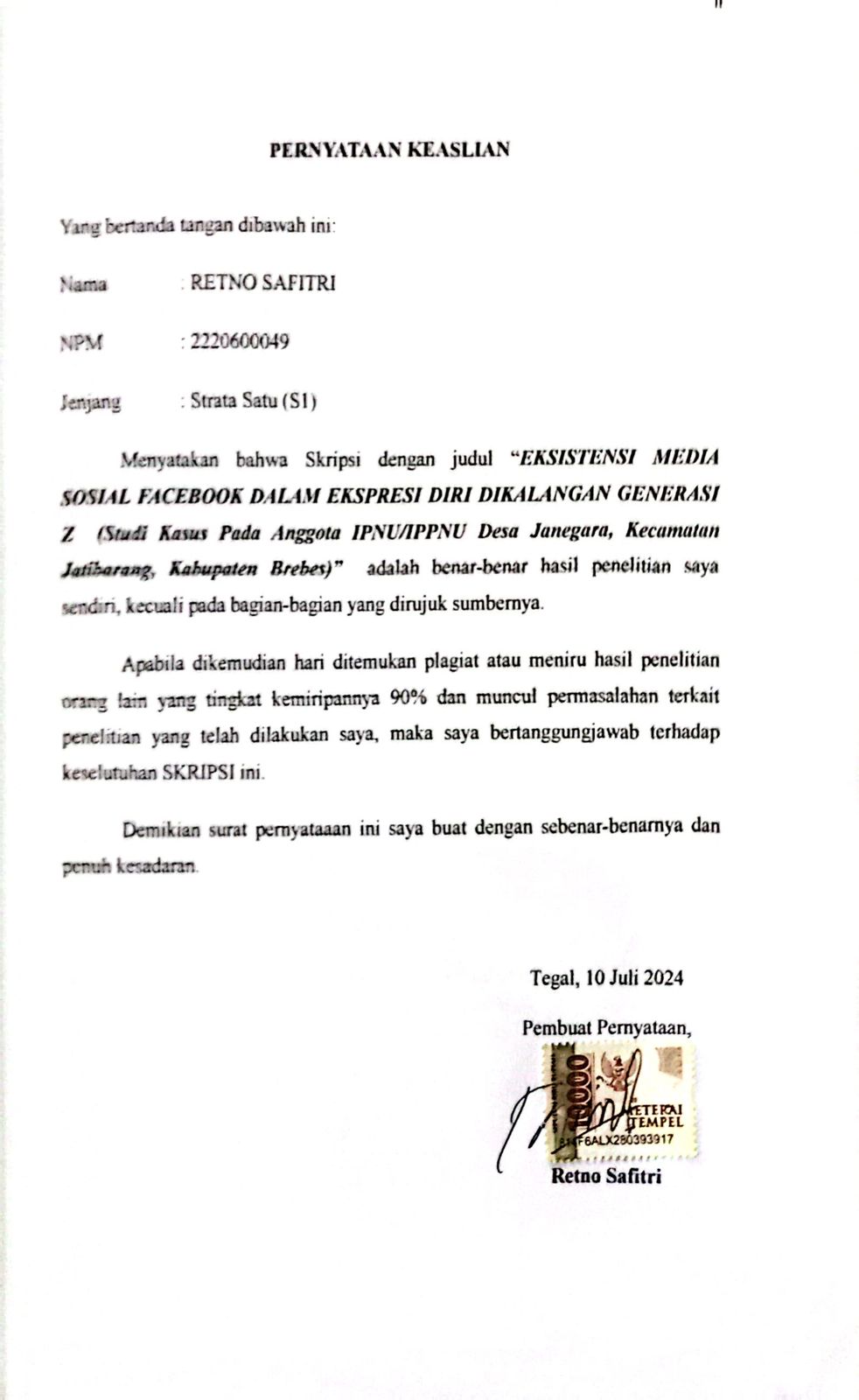
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

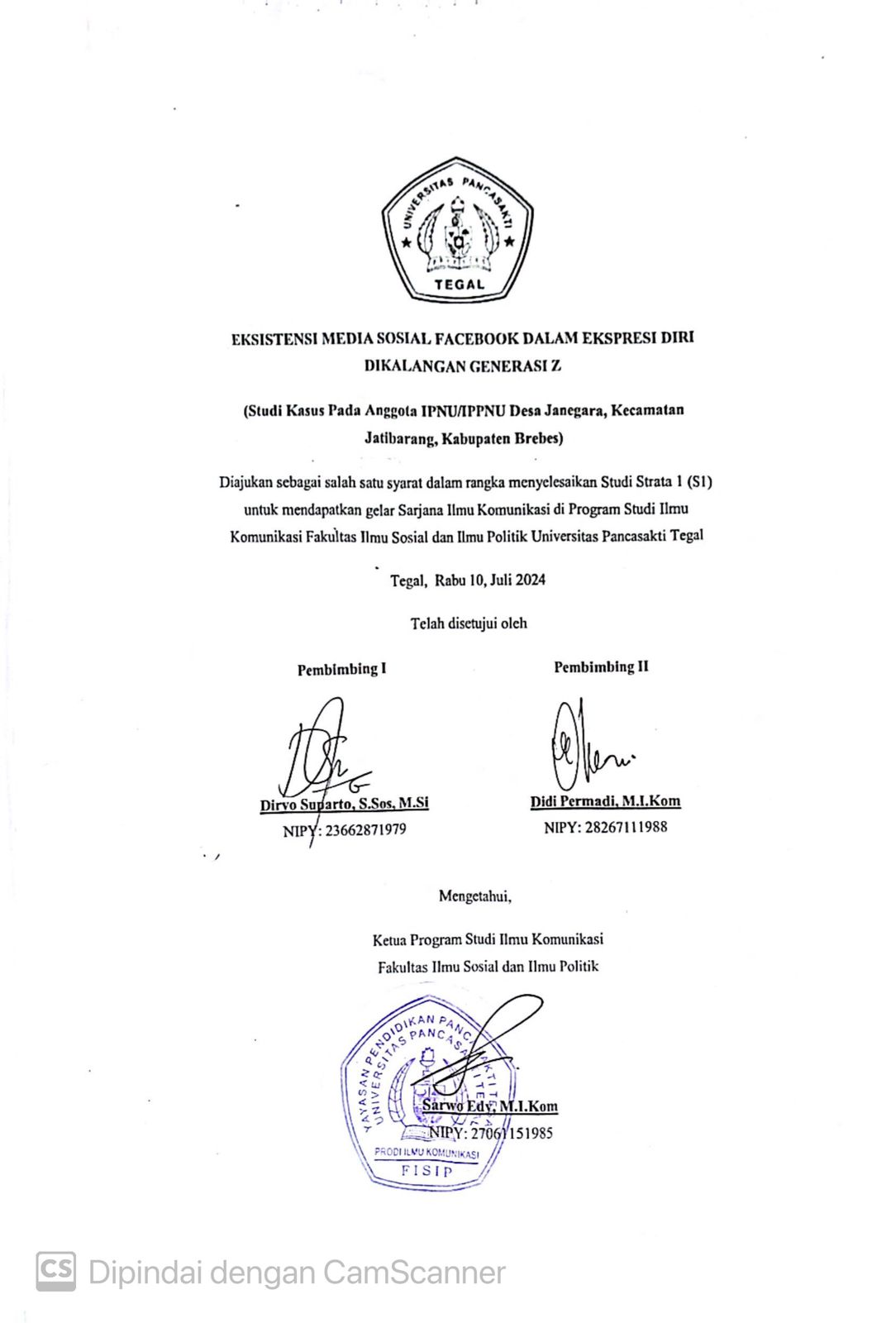
**UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

2024

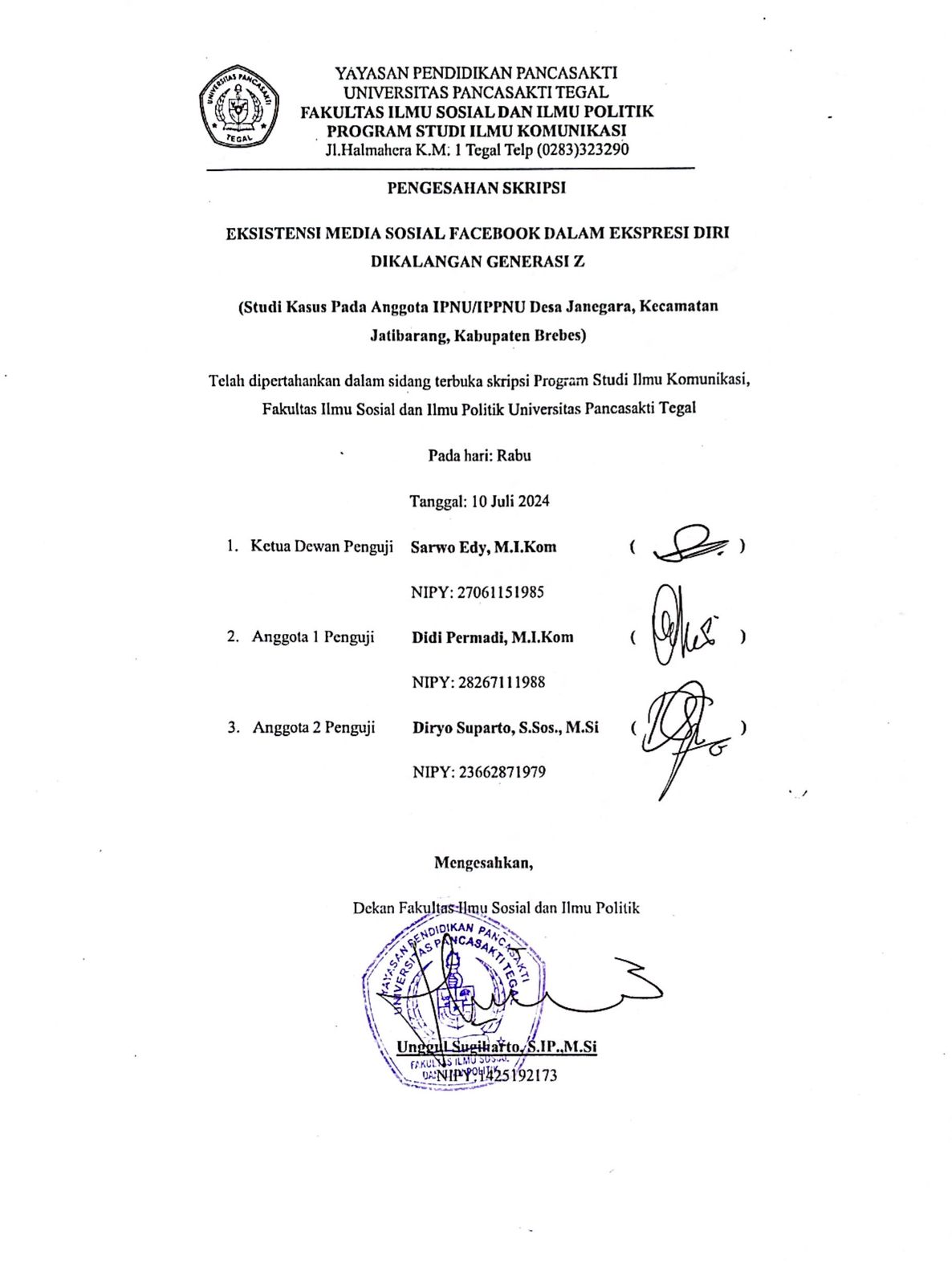
# **PERNYATAAN KEASLIAN**



# **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

****

# **LEMBAR PENGESAHAN**



# **MOTTO**

*“Nikmati segala prosesnya, jalani dengan kesungguhan dan keyakinan insya allah hasil baik menanti.*

*“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan selain dengan kesanggupannya”*

*(Al-Baqarah-286)*

*“Believe in your self, don’t look at how other people see you, if it’s good then do it”*

*“Mulailah dari tempatmu berada, gunakan yang kau punya dan lakukan apa yang kau bisa”*

*~Arthur Ashe~*

# **PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji dan mengucap syukur kepada Allah SWT serta dukungan dari orang-orang yang penulis cinta dan kasihi, akhirnya penulis dapat menyelesaiakan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu dengan rasa bahagia dan bangga atas pencapaian saat ini saya ucapkan rasa syukur terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Junedi dan Ibu Uci yang selalu mendukung, memberikan dukungan baik secara moril maupun material dan doa yang selalu dipanjatkan, terimakasih telah berjuang sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga saat ini.
3. Saudara kandung saya Ayu Lestari yang selalu memberikan petuah kepada penulis dan saudara saya lainnya yang telah menemani hari-hari penulis, terutama adik kecil saya M. Farzan Argahani sebagai *mood bosster* ketika di rumah.
4. Untuk diri saya sendiri Retno Safitri, terimakasih sudah berjuang dengan keras hingga sampai pada titik ini dengan penuh semangat dan sedikit menyerah.
5. Teman-teman tercinta yang selalu memberikan dan berbagi pengalaman hidup, cerita hidup sehingga penulis dapat melihat dunia dengan lebih luas yaitu; Dewi Syahrani Putri dan Siska Pustaka Dewi
6. Untuk teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 dan teman-teman lain selama dikampus yang telah memberikan warna hidup di dunia ini, terimakasih telah menerima penulis sebagai teman kalian. Ajang Pamer yang telah memberikan warna di masa perkuliahan dengan berbagai kerandoman.
7. Teman-teman diluar kampus yang senantiasa mencoba menjalin hubungan baik dengan penulis serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-satu.
8. Untuk kamu yang menjadi salah satu faktor pemicu penulis mengerjakan skripsi dengan semangat. Terimakasih atas luka, cerita, dan kenangan singkatnya, semoga bahagia selalu.

# **ABSTRAK**

**Retno Safitri** 2220600049 ***EKSISTENSI MEDIA SOSIAL FACEBOOK DALAM EKSPRESI DIRI DI KALANGAN GENERASI Z (Studi Kasus Pada Anggota IPNU / IPPNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes)*** *SKRIPSI* Pembimbing I : Diryo Suparto, M. Si, Pembiimbing II: Didi Permadi, M.I.Kom. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakkti Tegal

Media sosial merupakan perkembangan akan hadirnya *new media* atau media baru. Dengan hadirnya media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi dan informasi memiliki manfaat dan dampak yang besar bagi kehidupan. Facebook menjadi salah satu media sosial yang memiliki beberapa kegunaan dan menawarkan berbagai fitur yang dapat digunakan oleh penggunannya. Hadirnya berbagai macam media sosial, facebook kini bukan hanya menjadi salah satu media yang diminati oleh masyarakat.

Penelitian ini membahas bagaimana Eksistensi Media Sosial Facebook Dalam Ekspresi Diri Dikalangan Generasi Z (Studi Kasus Pada Anggota IPNU/IPPNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes menggunakaan wawancara sebagai teknik pengumpulan data, dengan 15 informan yang berbeda.

Hasil dari penelitian ini berbentuk deskripsi, yang mendeskripsikan Eksistensi Media Sosial Dalam Ekspresi Diri Dikalangan Generasi Z. Menghasilkan bahwa media sosial facebook kini efektivitas media sosial facebook dalam pengekspresian diri pada generasi Z sudah tidak begitu diperhatikan. Media sosial facebook tidak lagi menjadi perhatiann dikalangan generasi z. Mereka menggunakan facebook dengan kurun waktu yang sangat sebentar. Mereka menggunakan media sosial facebook hanya sebagai sarana hiburan untuk mengisi waktu luang.

**Kata Kunci : Eksistensi Media Sosial, Ekspresi Diri, Generasi Z**

# ***ABSTRACT***

***Retno Safitri*** *2220600049* ***THE EXISTENCE OF FACEBOOK SOCIAL MEDIA IN SELF-EXPRESSION AMONG GENERATION Z (Case Study of IPNU / IPPNU Members in Janegara Village, Jatibarang District, Brebes Regency)*** *SKRIPSI Supervisor I: Diryo Suparto, M. Si, Supervisor II: Didi Permadi, M.I.Kom. Communication Studies Programme, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Pancasakkti Tegal*

*The term "social media" is used to describe the development of new forms of media. The advent of social media as a medium for communication and information dissemination has brought about a multitude of benefits and impacts on our lives. Facebook is one of the social media platforms that offers a multitude of functions and features to its users. The advent of a plethora of social media platforms has rendered Facebook not merely one of the most popular media outlets among the general public, but also a significant presence in the digital landscape.*

*This research examines the impact of Facebook social media on self-expression among Generation Z. The study employs an interview-based approach to data collection, with 15 informants from the IPNU/IPPNU members of Janegara Village, Jatibarang District, Brebes Regency.*

*The results of this study are presented in the form of a description, which describes the existence of social media in self-expression among Generation Z. The results indicate that Facebook social media is now an effective means of self-expression among Generation Z members. The result is that the effectiveness of social media, specifically Facebook, in self-expression among Generation Z is no longer a significant concern. Facebook is no longer a significant concern among Generation Z, with the majority of users accessing the platform for a relatively short period of time. The duration of their engagement with Facebook is relatively brief. They use facebook social media only as a mean of entertainment to fill their free time.*

***Keywords: The study of social media existence, self-expression, and Generation Z.***

# **KATA PENGANTAR**

Alhamdulilah dan rasa syukur selalu diucapkan oleh penulis atas rahmat dan hidayah yang Allah berikan, sehingga penulis dapat menyelesaiakan skripsi yang berjudul “Eksistensi Media Sosial Dalam Ekspresi Diri Di Kalangan Generasi Z” dengan baik. Skripsi ini disusun dengan tujuan sebagai syarat pemenuhan tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pancasakti Tegal.

Penulis menyadari dengan sangat bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan tersebut. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Unggul Sugi Harto, S.IP, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal.
2. Diryo Suparto, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, memberikan masukan dan saran selama proses mengerjakan skripsi hingga selesai.
3. Didi Permadi, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan masukan dan saran selama proses mengerjakan skripsi hingga selesai
4. Inas Sany Muyassaroh, M.I.Kom, selaku Dosen payung Pembimbing II, yang sempat membimbing, memberikan masukan dan saran selama proses mengerjakan proposal skripsi
5. Segenap Dosen Ilmu Komunikasi yang telah berjasa dalam memberikan ilmunya kepada penulis dalam penelitian ini.
6. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan *suport sytem* selama proses mengerjakan skripsi baik moril dan materi.
7. Teman-teman informan yang telah bekerja sama dengan penulis dalam penelitian ini.
8. Teman-temanku yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala dukungannya

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih belum sempurna. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya bagi peneliti selanjutnya khususnya bidang Ilmu Komunikasi.

|  |
| --- |
| Tegal, 10 Juli 2024 |
| Penulis, |
| **Retno Safitri**  **NPM:2220600049** |

# **DAFTAR ISI**

[SKRIPSI i](#_Toc174351522)

[PERNYATAAN KEASLIAN ii](#_Toc174351523)

[PERSETUJUAN PEMBIMBING iv](#_Toc174351524)

[LEMBAR PENGESAHAN v](#_Toc174351525)

[MOTTO vi](#_Toc174351526)

[PERSEMBAHAN vii](#_Toc174351527)

[ABSTRAK ix](#_Toc174351528)

[*ABSTRACT* x](#_Toc174351529)

[KATA PENGANTAR xi](#_Toc174351530)

[DAFTAR ISI xiii](#_Toc174351531)

[DAFTAR TABEL DAN GAMBAR xiv](#_Toc174351532)

[BAB I 1](#_Toc174351533)

[PENDAHULUAN 1](#_Toc174351534)

[**I.1.Latar Belakang** 1](#_Toc174351535)

[**I.2.Rumusan Masalah** 14](#_Toc174351536)

[**1.3.Tujuan Penelitian** 14](#_Toc174351537)

[**I.4.Manfaat Penelitian** 15](#_Toc174351538)

[I.4.1.Manfaat Teoritis 15](#_Toc174351539)

[I.4.2.Manfaat Praktis 15](#_Toc174351540)

[BAB II 16](#_Toc174351541)

[TINJAUAN PUSTAKA 16](#_Toc174351542)

[**II.1. Kerangka Teori** 16](#_Toc174351543)

[**II.1.1 Penelitian Terdahulu** 16](#_Toc174351544)

[**II.2. Konsep Teori** 21](#_Toc174351545)

[**II.2.1. Komunikasi Non Verbal** 21](#_Toc174351546)

[**II.2.2.Teori *Uses and Gratifications*** 23](#_Toc174351547)

[**II.2.3. Teori Interaksionisme Simbolis** 27](#_Toc174351548)

[**II.3. Kerangka Konsep** 33](#_Toc174351549)

[**II.3.1.*New Media*** 33](#_Toc174351550)

[**II.3.1.1. Media Sosial** 35](#_Toc174351551)

[**II.3.1.2 Facebook** 36](#_Toc174351552)

[**II.3.2. Eksistensi** 48](#_Toc174351553)

[**II.3.3.Generasi Z** 49](#_Toc174351554)

[**II.4. Alur Pikir** 52](#_Toc174351555)

[BAB III 53](#_Toc174351556)

[METODE PENELITIAN 53](#_Toc174351557)

[BAB III 54](#_Toc174351558)

[METODE PENELITIAN 54](#_Toc174351559)

[**III.1.Jenis dan Tipe Penelitian** 54](#_Toc174351560)

[**III.2. Jenis dan Sumber Data** 55](#_Toc174351561)

[**III.2.1. Jenis Data** 56](#_Toc174351562)

[**III.2.2.Sumber Data** 57](#_Toc174351563)

[**III.3. Informan Penelitian** 57](#_Toc174351564)

[**III.4. Teknik Pengumpulan Data** 59](#_Toc174351565)

[**III.4.1. Observasi** 59](#_Toc174351566)

[**III.4.2. Wawancara** 60](#_Toc174351567)

[**III.4.3. Dokumentasi** 60](#_Toc174351568)

[**III.5. Teknik Analisis Data** 61](#_Toc174351569)

[**III.6. Sistematika Penelitian** 62](#_Toc174351570)

[BAB IV 65](#_Toc174351571)

[DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN 65](#_Toc174351572)

[**IV.1.Lokasi Penelitian** 65](#_Toc174351573)

[**IV.II. Objek Penelitian** 67](#_Toc174351574)

[**IV.II.1.Sejarah Singkat IPNU/IPPNU** 67](#_Toc174351575)

[**IV.1.1.1.Sejarah Singkat IPNU/IPPNU Janegara** 71](#_Toc174351576)

[**1.** **Logo IPNU/IPPNU Janegara** 74](#_Toc174351577)

[**2.** **Susunan Organisasi** 75](#_Toc174351578)

[BAB V Error! Bookmark not defined.](#_Toc174351579)

[HASIL PENELITIAN Error! Bookmark not defined.](#_Toc174351580)

[**V.1. Hasil Temuan Penelitian** **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc174351581)

[**V.2. Hasil Wawancara** **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc174351582)

[BAB VI Error! Bookmark not defined.](#_Toc174351583)

[PEMBAHASAN Error! Bookmark not defined.](#_Toc174351584)

[**VI.1.Eksistensi Media Sosial Facebook** **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc174351585)

[**VI.2.Ekspresi Diri** **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc174351586)

[BAB VII Error! Bookmark not defined.](#_Toc174351587)

[PENUTUP Error! Bookmark not defined.](#_Toc174351588)

[**VII.1.Kesimpulan** **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc174351589)

[**VII.2.Saran** **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc174351590)

[DAFTAR PUSTAKA Error! Bookmark not defined.](#_Toc174351591)

[LAMPIRAN Error! Bookmark not defined.](#_Toc174351592)

# 

# **DAFTAR TABEL DAN GAMBAR**

[Gambar 1 Data Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan 5](#_Toc173268675)

[Gambar 2 Bentuk Ekspresi Diri 7](#_Toc173268676)

[Gambar 3 Penggunaan Media Sosial Pada Generasi Z 8](#_Toc173268677)

[Gambar 4 Bentuk Ekspresi Diri Anggota IPNU/IPPNU 13](#_Toc173268678)

[Gambar 5 Alur Pikir 53](#_Toc173268679)

[Gambar 6 Logo IPNU/IPPNU Desa Janegara 74](#_Toc173268680)

[Tabel 1 Lama Penggunaan Media Sosial 3](#_Toc173269312)

[Tabel 2 Penelitian Terdahulu 19](#_Toc173269313)

[Tabel 3 Informan Penelitian](#_Toc173269314) 80

[Tabel 4 Hasil Wawancara 81](#_Toc173269315)

# 

# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## **I.1.Latar Belakang**

Era digital menjadi suatu hal yang harus dimengerti semua orang. Adanya era digital dikarenakan oleh faktor berkembangnya teknologi yang semakin pesat, sehingga memunculkan berbagai macam alat-alat canggih seperti robot, *smartphone*,komputer atau laptop dan lain sebagainya. Sebagai contoh *smartphone*, *smartphone* merupakan alat prantara komunikasi yang didalamnya mencakup berbagai macam fitur, sehingga mempermudah pengguna untuk menggunakannya. Tidak hanya sebagai alat komunikasi, *smartphone* juga berguna dalam hal informasi. Era globalisasi sekarang, informasi bukanlah hal yang sulit didapatkan terlebih lagi sekarang banyak situs-situs website, dan media internet lainnya yang dengan mudah dapat dilihat oleh pengguna.

Pertumbuhan internet menjadikan pengguna internet semakin berkembang. Internet memiliki dampak besar pada sains dan pandangan dunia. Dengan mengandalkan mesin pencari seperti goggle, internet menjadi salah satu jalan alternatif untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan penggunanya.(Sania Sinta Fatima, 2022:1) Dibandingkan mereka harus membaca buku dan pergi ke perpustakaan. Keberadaan internet dianggap sebagai hal yang sangat menguntungkan di era modern. Mereka dapat mengakses internet dimanapun, kapanpun dan dalam situasi apapun. Munculnya beberapa media baru seperti media sosial menjadi candu di kalangan pengguna internet dari berbagai usia. Tidak heran jika pengguna media sosial memiliki banyak peminat dari berbagai macam di belahan dunia.

Melihat fenomena sekarang dimana adanya berbagai macam media sosial yang menarik perhatian masyarakat, dengan menawarkan berbagai macam fitur unik. Media sosial itu sendiri merupakan pengembangan internet. Kehadiran internet beberapa dekade lalu telah membuat media sosial mengalami perkembangan yang sangat luas dan pesat. B.K.Lewis (2010) dalam karyanya yang berjudul *Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students* melansir pada sumber internet, menyatakan bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan.(Nandy,n.d.) Terdapat berbagai macam media sosial seperti; instagram, twitter, tik tok, whattsap, facebook, youtube dan lainnya. Masing-masing media sosial tentunya memiliki kelebihan dan nilai tersendiri pada setiap aplikasi, dimata pengguannya bergantung pada kebutuhan setiap masing-masing individu. Tujuan dan fungsi utama dari media sosial adalah menginformasikan dan sebagai sarana media komunikasi.

Era globalisasi menjadikan media sosial sebagai hal yang umum dan meluas dikalangan penggunannya, terutama pada kalangan generasi Z. Genrasi Z dapat dikatakan sebagai generasi yang mendominasi dalam penggunaan media sosial. Menurut survei yang dilakukan oleh McKinsey dilansir (DataIndonesia.id) terhadap 41.960 responden di 26 negara yang ada di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Berdasarkan hasil survei pada 5 Mei–2 November 2022 itu, ada 58% responden dari generasi Z yang menghabiskan lebih dari satu jam waktunya untuk bermain media sosial. Rinciannya, sebanyak 35% mengakses media sosial lebih dari dua jam dan 23% responden sebanyak 1-2 jam sehari.(Febriana Sulistya Pratiwi    Artikel judul  “Survei: Gen Z Lebih Lama Main Medsos dari Generasi Lain”., 2023)

Tabel 1 Lama Penggunaan Media Sosial

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Generasi | Lama penggunaan sosial media | | | | |
| 2 jam lebih | 1 – 2 jam | 1 jam 10 mnt | < 10 mnt | Tidak menggunakan |
| Gen Z | 35 | 23 | 36 | 4 | 2 |
| Milenial | 24 | 20 | 47 | 7 | 2 |
| Gen X | 17 | 17 | 49 | 12 | 5 |
| Baby Bommers | 14 | 14 | 48 | 14 | 10 |

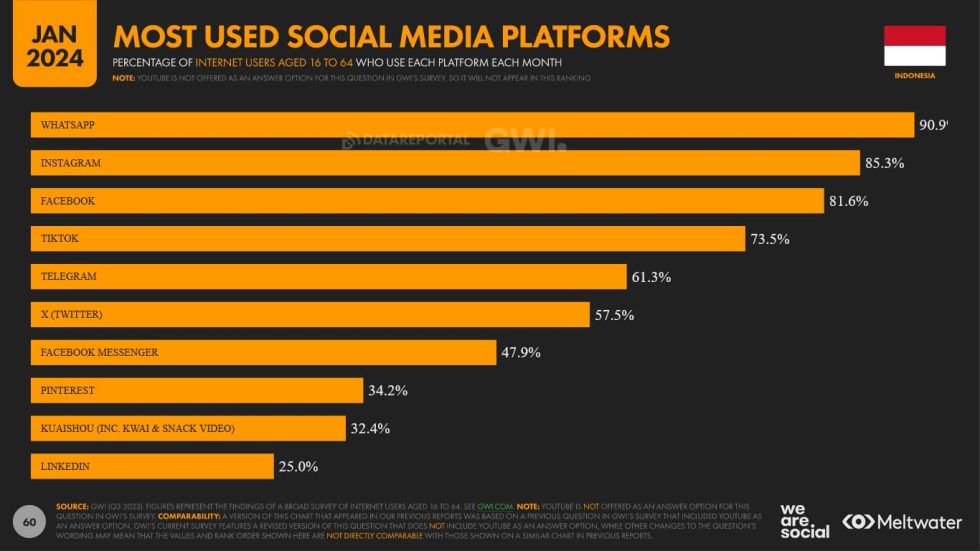
Sumber: DataIndonesia.id (25 November 2023, 19:35 WIB)

Generasi Z atau Gen Z merupakan istilah yang digunakan untuk merujuk pada kelompok yang lahir antara tahun 1997 – 2012. Salah satu karakteristik Gen Z yaitu, sangat berkaitan dan melek dengan teknologi mengapa demikian? Karena Gen Z sejak lahir sudah diperkenalkan dengan kecanggihan teknologi yang ada. Sehingga mereka dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju, selain itu Generasi Z memiliki pemikiran independen, lebih inovatif dan memiliki kreatifitas tinggi. Ide-ide kreatif, inovatif yang mereka pikirkan tentunya akan mereka share atau bagikan di media sosial, sebagai bentuk eksistensi diri dan pengeksperisan diri. Tidak memungkiri bahwa, Gen Z merupakan salah satu generasi yang memiliki pengaruh cukup besar bagi sebuah negara, dilihat dari berbagai segi aspek baik itu sosial, ekonomi maupun budaya.

Media sosial sangat berperan aktif di kalangan Generasi Z. Selain sebagai salah satu prantara informasi, media sosial juga digunakan sebagai tempat pengekspresian diri penggunanya. Khususnya pada remaja, seolah sudah menjadi kebiasaan tidak melewatkan satu hari pun tanpa membuka jejaring sosialnya. Bericara tentang pengekspersian diri, ekspresi diri adalah suatu bentuk dimana pengguna media sosial membagikan setiap apa yang mereka rasakan. Ekspresi diri merupakan suatu proses menyatakan, pengungkapan maksud, perasaan, gagasan atau hasil pemikiran.(Rindra Risdiantoro, 2015:295). Suatu proses holistik dengan tujuan meningkatkan pemahaman individu tentang individual dan fenomena eksternal, dapat digunakan sebagai sarana untuk mencapai berbagai tujuan pembelajaran. Tidak jarang ditemukan beberapa pengguna media sosial menggunakan akun pribadinya sebagai tempat curahan hati diri. Walaupun memang terkadang apa yang mereka posting kurang etis untuk dipublikasikan.

Media sosial diakses untuk menjernihkan fikiran dari segala aktivitas sehari-hari atau hanya sekedar mengisi waktu luang. Selain itu, media sosial memiliki berbagai macam manfaat dan juga dampak untuk kehidupan masyarakat, dari segi perubahan perilaku dan sosial. Seperti salah satu contoh media sosial facebook. Facebook menjadi salah satu platfroms media sosial yang banyak digandrungi penggunannya dari mulai remaja sampai dengan orang dewasa. Melihat hasil data *“we are social”* secara general yang ada pada januari 2024, facebook menjadi aplikasi yang memiliki pengguna terbanyak no 3 di Indonesia sebesar 81,6 persen. (Andy Dwi Riyanto, 2024)

Gambar 1 Data Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan



Sumber: *Data media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2023 (WE ARE SOCIAL via andi.link), 30 April 2024, 19:47 WIB*

Facebook (populer disingkat FB) adalah media sosial dan layanan jejaring sosial daring Amerika yang dimiliki oleh Meta Platfroms. Diperkenalkan pertama kali di tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg sebagai pendiri bersama beberapa rekannya diantaranya, Dustin Moskovitz, CAhris Hughes dan Eduardo Saverin pada tanggal 4 Februari dengan nama awal *TheFacebook.* Di Indonesia sendiri facebook mengalami kejayaan pada tahun 2010 yaitu mencapai angka 26,8 juta pengguna. Facebook berhasil mengumpulkan miliaran pengguna di seluruh dunia dan menjadi tempat yang sangat populer untuk berbagai informasi, terhubung dengan teman, keluarga serta mengikuti berita trend terbaru.

Sebagai platfroms media sosial, facebook menawarkan berbagai macam fitur teknologi kepada para pengguna untuk menngunakannya secara gratis dan terbuka dalam berbagai kepentingan. Tidak hanya fitur foto, vidio, status dan stories, facebook juga menghadirkan fitur *marketplace* yang dapat digunakan oleh penggunanya sebagai sarana perdagangan online dengan sesama pengguna. Facebook merupakan jaringan pertemanan didunia maya yang sangat unik, karena kebanyakan dari penggunannya menggunakan nama asli dirinya. Gambar dibawah ini, merupakan salah satu contohnya, gambar tersebut menjelaskan bahwa, beberapa pengguna facebook menggunakan nama aslinya untuk mempermudah pengguna lain dalam menemukan akun media sosial mereka, selain itu facebook sendiri terdapat fitur foto profil, yang dimana foto tersebut menjelaskan identitas pengguna secara tidak langsung. Dalam pemilihan foto profil, pengguna dapat berganti sesuai dengan keiinginanya, karena pada facebook foto profil tidak bersifat permanen.

Gambar 2 Bentuk Ekspresi Diri



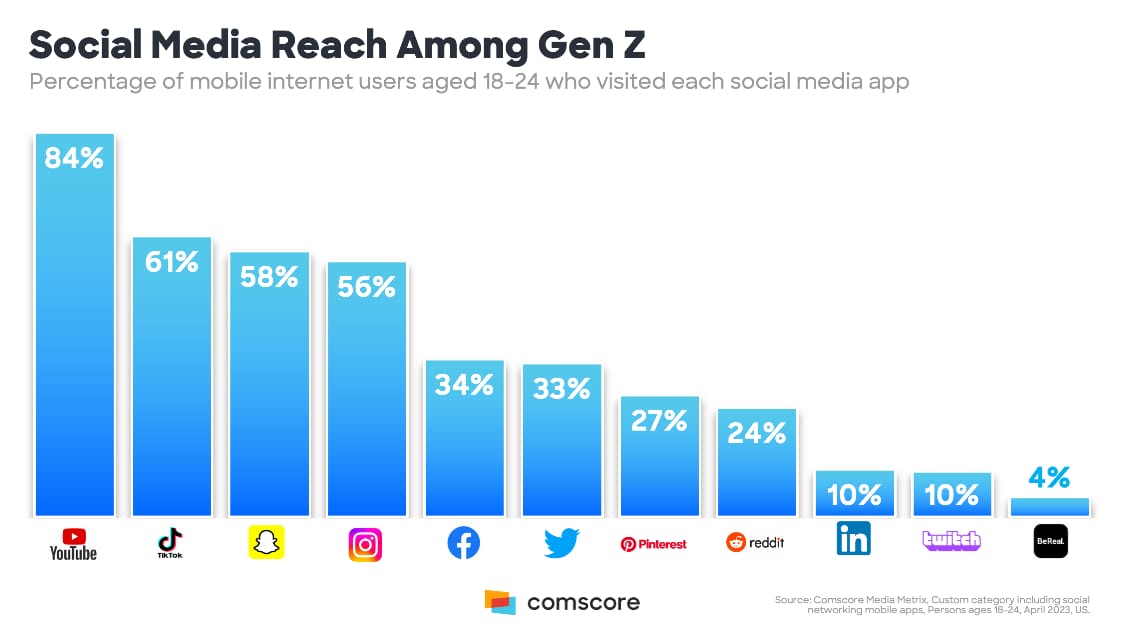
Sumber: Facebook.com

Pada tahun 2019, facebook menjadi salah satu aplikasi yang paling populer, khususnya di Indonesia, Dengan total pengguna 150 juta. Bertambahnya media sosial dengan kehidupan penggunnya, menjadikan facebook bukan hanya satu-satu aplikasi yang banyak diminati masyarakat. Dengan hadirnya aplikasi seperti; instagram, tik tok, twitter dan lain sebagainya, menurut pengamatan sementara, facebook mengalami penurunan eksistensi dalam hal menggunakan aplikasi tersebut, khususnya dikalangan generasi Z.

Dari data internet yang dipublikasikan oleh Comscore.com berdasarkan range usia 18 – 24 melalui blognya, Gen Z lebih banyak mengunjungi aplikasi youtube dengan prsentase 84%, diikuti tik tok sebesar 61%, snapchat sebesar 58% dan instagram sebesar 56%. Sedangkan facebook sendiri memiliki presentase sebesar 34%, angka tersebut tentunya sangat jauh berbeda dengan aplikasi yang disebutkan sebelumnya. (comscore, 2023)

Gambar 3 Penggunaan Media Sosial Pada Generasi Z

(25 November 2023, 20:30 WIB)



Sumber: <https://www.comscore.com/Insights/Blog/What-are-the-most-visited-social-media-platfroms-among-Gen-Z>

Melihat fenomena tersebut peneliti menyimpulkan hipotesis sementara terkait dengan eksistensi facebook. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji bagaimana eksistensi media sosial facebook dimasa sekarang, khususnya pada kalangan generasi Z. Melihat bagaimana pengamatan sementara, dimana kalangan generasi Z, mengaku banyak yang telah menutup akun facebook pribadinya, dengan berbagai macam alasan. Terlebih lagi muncul beberapa aplikasi yang menawarkan berbagai fitur lebih menarik perhatian mereka serta dianggap lebih memadai fitur-fiturnya. Generasi Z seringkali mempergunakan platfrom yang menyediakan sarana hiburan, seperti Instagram, Youtube dan Tiktok.

Sebelum hadirnya generasi Z, generasi milenial hadir dengan keeksisannya dalam bermedia sosial. Generasi Z adalah generasi yang sangat melek akan teknologi, khususnya teknologi digital generasi milenial selalu terkoneksi dengan internet, bahkan digambarkan sebagai generasi yang memiliki ketergantungan akan gawai. (Jeane Marine Tulung, 2019: 22) Terhitung pada tahun 2022, generasi milenial aktif dalam penggunaan media sosial facebook. Terlihat dari data yang dipublikasikan oleh (datatempo.com) menunjukan bahwa Facebook telah menjadi media yang banyak dikunjungi generasi milenial. Sebanyak 88 persen atau mayoritas milenial menggunakan Facebook, hal tersebut menjadikan platform media social facebook di posisi teratas bagi generasi milenial Indonesia.

Terhitung 73 persen penggunaan pasif (hanya mengakses) dan 63 persen penggunaan aktif mem-posting. Pada survei ini 42 persen milenial menggunakan Messenger, mengingat milenial menggunakan internet untuk kebutuhan ber-media sosial dan fitur berbagi pesan.(Arum Rifda, 2022). Milenial atau disebut pula dengan generasi Y atau generasi langgas, merupakan generasi yang lahir sesudah generasi X. berbeda dari era generasi lainnya, milenial tidak memiliki batas waktu yang pasti untuk awal serta akhir dari era generasi ini. Namun para peneliti serta para ahlinya pada umumnya menggunakan batas waktu untuk mengelompokan milenial mulai awal tahun 1980- an hingga awal tahun 2000- an. Generasi milenial juga sering disebut juga generasi Pan atau generasi Bumerang mungkin karena faktor ekonomi dan suka menolak membangun karier sendiri. Generasi milenial memiliki karakteristik yang berbeda-beda bergantung pada wilayah, ekonomi dan sosialnya. Umumnya ditandai oleh peningkatan penggunaan serta keakrabannya dengan komunikasi, media serta teknologi digital. Karakter negatif yang sering digambarkan pada generasi milenial yaitu malas, narsitik, dan suka berpindah kerja. Secara positif generasi milenial lebih terbuka terutama dalam mendukung hak-hak sipil sesama jenis dan kesataran hak minoritas.(Jeane Marine Tulung, 2019 : 36)

Generasi milenial dan generasi Z adalah dua generasi yang sama-sama lahir dimana teknologi mengalami perkembangan yang signifikan. Meskipun Gen Z dan Milenial tumbuh dalam era digital, cara mereka berinteraksi dengan teknologi adalah salah satu perbedaan paling mencolok di antara dua generasi ini. Beberapa perbedaanya seperti; (*Perbedaan Gen Z Dan Milenial Yang Sering Dianggap Sama*, 2023)

* Gen Z memiliki harapan lebih tinggi pada inovasi dibandingkan generasi milenial.
* Generasi milenial bersifat idealis dan generasi Z bersifat pragmantis
* Ketertarikan pada pengonsumsian media yang berbeda antara dua generasi tersebut.

Lainhalnya dengan generasi generasi *Baby Bommers* dan generasi X. Generasi *Baby Bommers* ditandai dengan kelahiran 1960 ke atas. *Baby bommers,* hadir ketika perang masih ada dan usai. Mereka yang lahir pada generasi tersebut harus bisa beradaptasi dengan perubahaan keadaan kehidupan yang berbeda karakter. Adanya perang menjadikan mereka berorientasi pada kelompok dan lebih menjaga keluarga serta anak-ankanya. Sikap paling khas yang ditunjukan oleh generasi ini ialah memegang teguh adat dan istiadat yang berlaku dilingkungan mereka, sehingga mereka susah untuk menerima perubahan dan perkembangan teknologi.

Generasi *Baby Bommers,* beranggapan bahwa hidup itu harus dihabiskan dengan bekerja. Selain itu, *Baby Bommers* tidak suka dengan kritikan. Dalam berkomunikasi generasi tersebut lebih suka berbicara langsung dengan lawan bicaranya daripada menggunakan perangkat. Hal tersebut disebabkan karena, pada zaman mereka teknologi belum berkemabang dengan baik sehingga mereka lebih menyukai untuk berkomunikasi secara langsung. Saat berkomunikasi Genarasi *Baby Bommers* cenderung menjawab pertanyaan dengan seperlunya. Berbeda dengan generasi X, generasi X yaitu generasi yang lahir setelah generasi *Baby Bommers.*

Generasi X lahir antara tahun 1960 – 1980 dimana ketika terjadi berbagai konflik dibelahan dunia. Melihat hal tersebut, generasi X memahami adaanya perbedaan dan bersikap toleren sehingga tidak terjadi konflik yang merugikan. Pada masa generasi X, teknologi mulai berkembang. Mereka mengenal komputer untuk bekerja, hal tersebut memyebabkan mereka memilih inovasi yang lebih baik untuk mempermudah aktivitas kesehariannya. Generasi X lebih menyukai pekerjaan yaang tidak formal atau menjadi pengusaha. Mereka tidak menyukai adanya kekuasaan yang mengikat dan persyaratan kerja. Selain itu mereka juga menyukai suasana pekerjaan yang tidak mengikat, efesien dan fleksibel. Generasi X memiliki karakteristik dan ciri khas yang berbeda dengan generasi lainnya, berikut ini beberapa karakteristik dan ciri khas generasi X; Beradaptasi dengan teknologi, bersifat individual, cukup fleksibel, dan menghargai keseimbangan hidup

Penelitian ini membahas tentang eksistensi facebook dalam pengekspersian diri dikalangan generasi Z anggota IPNU/IPPNU desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes. IPNU/IPPNU merupakan satu organisasi dibawah naungan Nahdatul Ulama, sebagai tempat berhimpun, wadah berkomunikasi, aktualisasi dan tempat kaderasisasi pelajar putra putri NU. IPNU/IPPNU itu sendiri memiliki arti kepanjangan dari ikatan pelajar pemuda – pemudi Nahdatul Ulama, sebagai pelajar, tentunya organisasi IPNU/IPPNU juga berperan dalam bidang pendidikan. Karena pendidikan sendiri merupakan pokok-pokok pikiran IPNU/IPPNU, maka organisasi ini mempunyai kepedulian terkait bagaimana perkembangan zaman dan ilmu pengetahuan serta teknologi.

Sebagai pemuda yang berintegritas dan memiliki pengetahuan akan teknologi serta mengikuti perkembangan zaman, tentunya anggota IPNU/IPPNU sudah paham dalam hal bermedia sosial. Salah satu tujuan dari media online, khususnya media sosial ialah sebagai bentuk penyebaran informasi secara sadar oleh pengguannya. Gambar dibawah ini menjelaskan bahwa, media sosial Facebook digunakan oleh salah anggota IPNU/IPPNU untuk menyebarkan informasi atau kajian tentang doa-doa. Dalam hal ini sesuai dengan konteks pengguna, karena dalam gambar tersebut menjelaskan bahwa pengguna ingi menyebarkan amalan-amalan doa pada saat bulan ramadhan dengan tujuan doa-doa tersebut dapat bermanfaat bagi pengguna lainnya. Hal ini juga sesuai dengan karakteristik IPNU/IPPNU yaitu mengamalkan sesuai apa yang diajarkan didalam agama islam.

Gambar 4 Bentuk Ekspresi Diri Anggota IPNU/IPPNU



Sumber: Facebook.com

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai eksisistensi sosial media facebook dikalangan generasi Z, terkait dengan bagaimana mereka pengekspresikan dirinya dimedia sosial. Menurut Van Dijk yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11) bahwa “Media sosial adalah platfrom media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfalisitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial

Eksistensi itu sendiri menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) memiliki arti keberadaan atau ada, sedangkan menurut Sjafirah dan Prasanti pengertian eksistensi adalah keberadaan, yang artinya bahwa adanya pengaruh atas ada atau tidaknya suatu hal.(JULIA MIFTA, 2019:6) Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa, penelitian ini berfokus pada anggota IPNU / IPPNU Janegara , Kecamata Jatibarang, Kabupaten Brebes. Penelitian ini, dibatasi sampai dengan bagaimana eksistensi aplikasi facebook dalam ekspresi diri dikalangan generasi z. Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah yang ingin dibatasi oleh peneliti, yang disebabkan karena masalah terlalu luas atau lebar. Sehingga mengakibatkan penelitian tidak fokus pada titik yang dituju. Oleh karena itu batasan masalah diperlukan untuk menghasilkan suatu penelitian yang tepat

## **I.2.Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada latar belakang yang telah disebutkan diatas menjelaskan bahwa pada penelitian ini, peneliti ingin melihat dan membahas tentang, bagaimana eksistensi facebook dalam pengeekspersian diri dikalangan generasi z (Anggota IPNU/IPPNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes).

## **1.3.Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana eksistensi media sosial facebook dikalangan generasi Z.

## **I.4.Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas maka manfaat penelitian ini terbagi atas dua sub yakni sebagai berikut;

### I.4.1.Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang fenomena Eksistensi Sosial Media Facebook Dalam Pengekspresian Diri Dikalangan Generasi Z. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan Ilmu Komunikasi.

### I.4.2.Manfaat Praktis

Selain manfaat praktis yang dijabarkan sebelumnya, peneliti pada penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan ajar atau sebagari referensi untuk penelitian berikutnya

# **BAB II**

# **TINJAUAN PUSTAKA**

## **II.1. Kerangka Teori**

Kerangka teori merupakan suatu gambaran yang diberikan oleh peneliti, berisi tentang penjelasan dari rencana atau gambaran dari penelitian tersebut. Kerangka teori digunakan sebagai alat untuk menyusun pemahaman teoretis, menggambarkan korelasi antara variabel atau konsep yang relevan, dan memberikan kerangka kerja yang dapat membantu peneliti dalam menganalisis dan menginterpretasikan data penelitian. Kerangka teori dapat membantu peneliti dalam sebuah fokus penelitian untuk mengembangkan pertanyaan, pemilihan metode penelitian yang tepat, serta mengembangkan dan menafsirkan penelitian secara luas.

### **II.1.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan refernsi dan informasi dengan bidang yang sama atau terkait dengan topik penelitian yang dilakukan sekarang. Penelitian terdahulu merupakan penelitian terkait studi atau penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian saaat ini. Berikut beberapa penelitian yang digunakan peneliti sebagai bahan referensi pada penelitiaan ini.

1. Yona Shylpee Young, Cosmas Gatot Subroto (Maret, 2022), Judul: Eksistensi Diri Pelanggan Starbuck Melalui Ritual Posting Instastory Di Instagram. Jurnal Komunikasi, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Eksistensi Diri Pelanggan Starbuck Melalui Ritual Posting Instastory Di Instagram. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini ialah mengekspos aktivitas diri dimedia sosial wajib utnuk dilakukan oleh kalangan muda, terlebih lagi brand starbuck merupakan salah satu brand yang terkenal dikancah internasional. Sehingga hal tersebut sangatlah wajar untuk dilakukan.
2. Boyke Federick, Arie Krisna Maharani, Insititu Komunikasi dan Bisnis LSPR (November, 2021), Judul: Eksistensi Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora, tujuan dari penelitian adalah bagaimana Eksistensi Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 serta mengetahui bagaimana trend perkembangan penggunaan media sosial di masyarakat indonesia. Menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode *literatur riview*. Hasil dari penelitian tersebut ialah Eksistensi atau keberadaan media sosial sangat mempengaruhi pada masa pandemi covid-19 pada masa itu. Media sosial memiliki peranan penting bagi penggunanya untuk melakukan aktivitas.
3. Sania Sintia Fatima (Februari, 2023), Judul: Pengaruh Tayangan Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri dan Gaya Hidup Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISSULA. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Tayangan Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri dan Gaya Hidup Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISSULA. Pada penelitian ini, ialah menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukan bahwa tayangan stories pada sosial media instagram berpengaruh pada eksistensi diri dan gaya hidup dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISSULA.

Ketiga penelitian tersebut memiliki kemiripan dengan penelitian yang saat ini sedang dilakukan. Penelitian tersebut dianggap relevan dengan apa yang saat ini dikaji oleh peneliti, sehingga hal ini akan menjadi perbandingan untuk peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Peneliti** | **Judul** | **Jenis Penelitian** | **Persamaan / Perbedaan** | **Hasil** |
| 1. | Yona Shylpee Young, Cosmas Gatot Subroto (Maret, 2022) | Eksistensi Diri Pelanggan Starbuck Melalui Ritual Posting Instastory Di Instagram | Penelitian kualititatif dengan paradigma interpretif, dengan menggunakan metode Etnografi. | **Persamaan:**  Membahas terkait dengan eksistensi  **Perbedaan:**  Pada penelitian ini, peneliti menjelaskan terkait dengan esksitensi diri dari pelanggan starbuck melalui aplikasi instagram, sedangkan penelitian yang saya akan teliti ialah mengenai bagaiaman a eksistensi sosial media facebook dalam ekspresi diri dikalangan generasi Z. | Hasil dari penelitian terdahulu yaitu; mengekspos aktivitas diri dimedia sosial wajib utnuk dilakukan oleh kalangan muda, terlebih lagi brand starbuck merupakan salah satu brand yang terkenal dikancah internasional. Sehingga hal tersebut sangatlah wajar untuk dilakukan. |
| 2. | Boyke Federick, Arie Krisna Maharani, Insititu Komunikasi dan Bisnis LSPR (November, 2021) | Eksistensi Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 | Penelitian Kualitatif deskriptif dengan metode literatur riview. | **Persamaan:**  Membahas terkaitdengan esksistensi media sosial.  **Perbedaan:**  Menjelaskan bagaimana eksistensi media sosial pada masa pandemi covid-19, sedangkan pada penelitian kali ini peneliti hanya memfokuskan pada sosial media facebook. | Eksistensi atau keberadaan media sosial sangat mempengaruhi pada masa pandemi covid-19 pada masa itu. Media sosial memiliki peranan penting bagi penggunanya untuk melakukan aktivitas. |
| 3. | Sania Sintia Fatima (Februri, 2023) | Pengaruh Tayangan Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri dan Gaya Hidup Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISSULA | Menggunakan metode penelitian kuantitatif | **Persamaan:**  Membahas terkait dengan eksistensi  **Perbedaan:**  Menggunakan media instagram sebagai objek penelitiannya, tepatnya pada fitur instastory untuk mengetahui bagaimana pengaruh stories terhadap eksistensi diri dan gaya hidup dikalangan mahasiswa Ilmu Komunika UNISSULA | Hasil pada penelitian ini menunjukan bahwa tayangan stories pada sosial media instagrma berpengaruh pada eksistensi diri dan gaya hidup dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISSULA |

## **II.2. Konsep Teori**

### **II.2.1. Komunikasi Non Verbal**

Komunikasi non verbal adalah komunikasi atau interaksi antar individu maupun kelompok secara simbolik atau makna. Dalam komunikasi non verbal pesan yang disampaikan bukanlah secara lisan atau langsung. Komunikasi verbal juga dikenal sebagai “bahasa diam”. Pesan tersebut dapat dikomunikasikan melalui kontak mata, ekspresi wajah, bahasa dan gerak tubuh. Informasi dan pesan yang dikomunikasikan secara non-verbal tidak tertulis atau diucapkan (Novi V, n.d.). Komunikasi non verbal dapat dijadikan sebagai pendukung dalam penyampaian pesan verbal serta dapat diinterprestasikan dengan berbagai makna tergantung kondisi dan konteks situasinya. Mark Knapp (1978) menyebut bahwa penggunaan kode non verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk: Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repetition*); Menunjukan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata, Menunjukan diri sehingga orang lain dapat mengenalntya, Menambah atau melengkapi uxcapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna. (H. Hafied Cangara, 2015:118)

Secara umum, komunikasi non verbal yang sering ditemui terbagi ke dalam beberapa tipe antara lain:

* Ekspresi Wajah : Ekspresi wajah dapat menyampaikan pesan nonverbal yang dapat dilihat oleh lawan bicaranya seperti tersenyum menandakan senang atau mengerut yang menandakan marah, heran, dan sebagainya.
* Gestur : Pesan nonverbal juga dapat disampaikan melalui gesture yang diberikan oleh manusia secara spontan, seperti mengacungkan jempol atau bertepuk tangan ketika mengapresiasi sesuatu.
* Sentuhan : Salah satu nonverbal cues dalam komunikasi ialag sentuhan, seperti ketika bertemu dengan kerabat atau orang lain biasanya kita bersalaman atau berpelukan.
* Penampilan : Penampilan menjadi komunikasi nonverbal dalam situasi tertentu bergantung pada sebuah acara, seperti berpenampilan formal dalam acara seremonial dan berpenampilan non formal ketika acara santai.

Dalam sebuah konten, komunikasi non verbal diaplikasikan melalui pengekspresikan emosi, sikap, dan niat, menambahkan kedalaman dan konteks pada pesan verbal. Dalam  bermedia sosial tentunya kita menggunakan mdoel komunikasi verbal dan non verbal, akan tetapi dalam hal ini bentuk komunikasi non verbal lebih mend3ominasi penggunaanya. Senada dengan Cohn, jurnal *Effective Communication as a Tool for Achieving Organizational Goals* mengungkapkan peran komunikasi nonverbal yaitu sebesar 65% hingga 75% dalam sebuah komunikasi. Ini berarti kedudukan komunikasi nonverbal sangat krusial. (Novi V, n.d.).

### **II.2.2.Teori *Uses and Gratifications***

Teori *Uses and Gratifications* adalah khalayak yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak, Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi, pada akhirnya, media memeuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif. (Kriyantono, 2009 207-208). Teori *Uses and Gratification* adalah pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Teori ini awalnya dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz, diperkenalkan pada tahun 1974. (Elvinaro Ardianto, 2007: 73) Dalam teori *uses and gratifications* juga menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana khalayak menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media tersebut, serta akibat atau konsekuensi jika menggunakan media yang dpilih.

Pemenuhan dan kepuasan *(uses and gratifications)* merupakan salah satu teori media yang populer digunakan pada sebuah penelitian. Teori ini mengatakan bahwa khalayak memiliki peran aktif dalam penggunaan media, baik itu media masa atau media sosial. Teori ini menjelaskan tingkat pemenuhan dan kepuasan pengguna dalam mennggunakan media sosial dengan melihat beberapa aspek yang menjadi acuan. Khalayak memiliki sejumlah alasan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. Mcquail dan rekannya mengemukakan empat alasan mengapa audiens menggunakan media (Richard West dan Lynn H. Tunner, 2013:105), yaitu:

1. Pengalihan *(disversion),* yaitu melarikan diri dari rutinitas atau aktivitas sehari-hari.
2. Hubungan personal, yaitu terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman dengan tujuan sebagai hiburan atau tempat bercerita mereka.
3. Identitas personal, sebagai cara memperkuat nilai-nilai individu. Memperkenalkan diri pada media yang dipilih.
4. Pengawasan *(surveillance),* yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu.

Akibat atau efek yang terjadi dari diri khalayak seperti emosi dan perilaku dapat dioperasionalisasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberi kepuasan. Pendekatan *uses and gratification* tertuju pada pengguna yang berperan aktif dan selektif dalam memilih dan menggunakan media sesuai kebutuhannya. Pengguna aktif memilih media karena masing-masing pengguna berbeda tingkat pemanfaatan medianya. Pengguna dapat memilih media mana yang menjadi kebutuhan dan kepuasannya dalam mengakses sebuah platfrom.

Terdapat 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan (Blumler dan Katz, 1974, 22) yaitu;

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Khalayak bisa memiliki tingkat aktivitas yang berbeda pada penggunaan medianya, serta bagaimana cara untuk menyelesaikan tujuannya.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan dan kepuasan terhadap pilihan media tertentu, bergantung pada anggota khalayak. Pilihan media berada pada tangan pengguna, artinya pengguna media dapat memilih media sesuai dengan kebutuhan dan yang dikehendaki.
3. Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain. Kebutuhan pengguna tidak hanya berada pada media yang digunakan, akan tetapi mereka juga melakukan interaksi dengan masyarakat luas dan hubungan keduanya sama-sama dipengaruhi oleh masyarakat. Asumsi ini juga menjelaskan bahwa khalayak dapat memilih media yang paling cocok sebagai kebutuhan dan tujuan mereka.
4. Orang memiliki kesadaran diri yang cukup akan penggunaan media mereka, minat, motif sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti. Khalayak atau pengguna memiliki kesadaran diri dalam menggunakan sebuah media. Begitu pula dengan minat serta motifnya. Sehingga, hal tersebut dapat memberikan gambaran kepada periset tentang penggunaan media dan khalayak.
5. Keputusan pada nilai mengenai bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhannya dengan media atau isi tertentu seharusnya ditunda. Khalayak atau masyarakat, yang berhak memutuskan penggunaan media untuk mewujudkan tujuan serta dapat menilai isi medianya.

Pengguna dapat mengkonsumsi atau menggunakan media melalui berbagai macam. Menurut Mc.Quail (Rahmat Kriyantono : 215-216), terdapat empat kategori motif pengkonsumsian media:

1. Motif Informasi; Pengguna dikatakan memiliki motif informasi, apabila ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.
2. Motif Identitas Pribadi; Pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi, apabila ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri.
3. Motif Integrasi dan Interaksi sosial; Pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi apabila ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial
4. Motif Hiburan; Pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila ingin melepaskan diri dari permasalahan.

Pada hakikatnya media merupakan media untuk menyebarkan informasi dan sebagai sumber informasi dengan berbagai platfrom. Inforamsi-informasi yang disampaikan pun tetap sama, walaupun dengan sudut pandang yang berbeda, informasi-informasi tersebut menjadi lebih kaya dan pembaca atau audiens dapat memutuskan akan berada di pihak dan memilih media yang mana. Disini audiens dianggap sebagai audiens yang aktif dan diarahkan oleh tujuan. Dalam pandangan ini, media dianggap sebagai satu-satunya faktor yang mendukung bagaimana kebutuhan terpenuhi, dan audiens dianggap sebagai prantara yang besar: mereka tahu kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhi kebutuhan meraka.(Stephen W. Littlejhon, 2011: 426) Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa teori *Uses and Gratification* merupakan teori penggunaan dan kepuasaan yang dimana *audiens* diasumsikan dapat berperan aktif dalam media yang digunakan.

### **II.2.3. Teori Interaksionisme Simbolis**

Teori interaksionisme simbolik adalah teori yang mempelajari terkait dengan interkasi antara individu dengan masyarakat, dan sebaliknya. Interkasi merupakan satu kegiatan sosial yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan untuk mempengaruhi satu sama lain, dengan demikian antar individu atau kelompok akan menjalin hubungan sosial yang saling menguntungkan bagi keduabelah pihak. Ditandai dengan adanya kontak sosial dan komunikasi. Interaksionisme simbolik menekankan bagaimana cara-cara manusia membentuk makna dan susunan dalam masyarakat melalui percakapan. Teori interaksionisme simbolik adalah pendekatan dalam sosiologis yang menekankan pentingnya simbol dan interaksi dalam memahami perilaku manusia. Individu memberi makna terhadap situasi sosial melalui simbol-simbol seperti kata-kata, gestur atau lambang lainnya.

Interaksionisme simbolis menurut Littlejohn (2011:121) merupakan sebuah cara berpikir mengenai pikiran, diri sendiri, dan masyarakat yang telah memberi kontribusi yang besar terhadap tradisi sosiokultural dalam teori komunikasi. Interkasionisme simbolik mengajarkan bahwa manusia berinteraksi satu sama lain sepanjang waktu, mereka berbagi pengertian untuk istilah-istilah dan tindakan tertentu dan memahami kejadian-kejadian dalam cara-cara tertentu pula. Pelaku komunikasi tidak hanya berinteraksi dengan masyarakat atau objek-objek sosial lainnya, mereka juga melalukan interaksi dengan diri mereka sendiri. Hasil penting dari interaksi adalah sebuah gagasan khusus mengenai diri sendiri siapakah manusia sebagai seorang individu.(Stephen W. Littlejhon, 2011:121) Interkasi yang dilakukan manusia mengakibatkan komunikasi secara tidak langsung. Seperti yang kita ketahui bahwa, komunikasi terbagi atas dua hal yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non verbal atau secara simbolis.

Menurut Mulyana (2013: 68-70), esensi interaksi simbolik adalah aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Prespektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perilaku manusia dilihat dari sebagaian proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspetasi orang lain sebagai mitra interaksi mereka.

Lal.(Stephen W. Littlejhon, 2011:231) meringkas dasar-dasar pemikiran mengenai interaksionisme simbolis sebagai berikut;

1. Manusia membuat keputusan dan bertindak sesuai dengan pemahaman subjektif mereka terhadap situasi ketika mereka menemukan diri mereka.
2. Kehidupan sosial terdiri dari proses-proses interaksi daripada susunan, sehingga terus berubah.
3. Manusia memahami pengalaman mereka melalui makna-makna yang ditemukan pada simbol-simbol dari kelompok utama mereka dan bahasa merupakan bagian penting dalam kehidupan sosial
4. Dunia terbentuk dari objek-objek sosial yang memiliki nama dan makna yang ditentukan secara sosial .
5. Tindakan manusia berdasarkan pada penafsiran mereka, dimana objek dan tindakan yang berhubungan dalam situasi yang dipertimbangkan dan diartikan.
6. Diri seseorang merupakan sebuah objek yang signifikan dan layaknya semua objek sosial, dikenalkan melalui interaksi sosial dengan orang lain.

George Herbet Mead. (Stephen W. Littlejhon, 2011:232) mengemukakan tiga konsep utama dalam teori interaksionisme simbolik yaitu masyarakat, diri sendiri dan pikiran. Masyarakat memiliki peran penting pada setiap interkasi yang dilakukan, individu lain atau masyarakat dapat mempengaruhi perilaku dan sikap satu individu terhadap lingkungannya. Diri pada dasarnya adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek, diri juga memiliki kemampuan khsusus sebagai objek maupun subjek. Dan pikiran, pikiran merupakan fenomena sosial. Pikiran muncul berkembang karena adanya proses sosial. Karakteristik istimewa dari sebuah pikiran adalah kemampuan setiap individu untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja tetapi juga respon kesluruhan komunitas.(George Ritzer, 2008:280)

Ketiga aspek tersebut dianggap saling mempengaruhi satu sama lain. Manusia menggunakan pikiran dan interaksi sosial untuk menginterprestasikan diri pada masyarakat atau manusia lain, baik itu secara individu maupun kelompok. Pada penelitian ini, teori interaksionisme simbolis dianggap relevan dengan apa yang akan peneliti kaji. Interaksi secara simbolis menggambarkan bagaimana manusia melakukan interaksi secara simbol atau makna, yang dapat berupa kata-kata, foto, video dan lainnya. Oleh karena itu, peneliti menganggap bahwa teori tersebut sejalan dengan apa yang akan peneliti kaji khususnya pada bagian pengekspresian diri dimedia sosial.

***II.2.2.1. Ekspresi Diri***

Ekspresi diri adalah bentuk menyatakan, pengungkapan maksud, perasaan, gagasan atau hasil pemikirian dari diri sendiri untuk diutrakan atau bahkan dipublikasikan. Menurut Gasparovicha, pendekatan ekspresi diri merupakan suatu rangkaian proses belajar seperti: pembelajaran pengalaman emosional, penemuan diri, perubahan sikap, pengalaman diri yang positif, pemahaman tentang aturan dan pemahaman tentang makna. (Rindra Risdiantoro, 2015:295) Pengekspresian diri memiliki makna postif bagi individu, seseorang yang selalu mengekspresikan dirinya dapat memfasilitasi kepribadian kreatif, pengembangan emosional, dan menyeimbangkan intelektual. Ekspresi diri dapat dilakuan dengan berbagai bentuk seperti melalu kata-kata, ekspresi wajah, tubuh, gerakan, pakaian, tindakan, dan harta benda. Ekspresi diri dapat ditunjukukan melalui beberapa indikator atau aspek yaitu, menurut Juweni dalam Aisah (Michelle Jessica, 2022:13) indikator ekspresi diri seperti;

1. Informasi Pribadi : informasi pribadi dapat mencakup tentang diri sendiri, terkait dengan keadaan pribadi, faktor keuangan pribadi, kesehatan jasmani moral dan agama.
2. Informasi sosial : berhubungan dengan keadaan serta lingkungan, interaksi sosial. Seperti keadaan keluarga atau kegiatan sosial yang dilakukan.
3. Informasi karir : berkaitan dengan infromasi pekerjaan yang diinginkan dimasa mendatang atau yang saat ini sedang dijalani.
4. Informasi pendidikan : informasi yang berkaitan tentang pendidikan yang sedang dijalani oleh seseorang tersebut.

Ekspresi diri dapat menjadi pengembangan prestasi yang positif, dengan menggali sesuatu yang ada didalam diri. Dalam pengekspresian diri seseorang biasanya akan mengeluarkan inovasi dan kreatifitas mereka untuk ditunjukan ke khalayak atau publik. Kita dapat mengekspersikan diri dengan kegiatan-kegiatan positif seperti mengikuti organisasi, kegiatan seminar, workshop dan lainnya. Selain itu arti pengekspresian diri juga dapat mengacu memperkenalkan diri contohnya pada dunia digital. Media sosial sebagai sarana ekpresi diri, menjadi tempat yang tepat bagi penggunanya. Pengguna biasanya memanfaatkan media sosial sebagai tempat pengekspresian diri melalui konten-konten kreatif yang mereka buat. Hal tersebut juga yang menunjukan tentang kepribadian indivdu seseorang secara tidak langsung**.**

## **II.3. Kerangka Konsep**

Kerangka konsep merupakan suatu bentuk uraian atau susunan dari variabel-variabel untuk menjelaskan suatu variabel yang akan diteliti. Sebuah kerangka konsep harus dapat memperlihatkan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti.

### **II.3.1.*New Media***

*New media* atau media baru ialah sebuah media yang muncul akibat adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat. *New media* adalah jenis media yang menggunakan teknologi digital misalnya pada media sosial dan penggunaan internet. Teori *new media* itu sendiri merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy (1990) dalam buku *New Media* Teori dan Aplikasi (2011:30) beliau mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. *New media* dapat kita tandai dengan adanya keberegaman gambar, kata maupun suara. Hal ini sejalan dengan pendapat ahli, Media baru atau new media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (Mc Quail, 2011:148).

Terdapat dua pandangan tentang teori *new media* yaitu yang pertama pandangan interaksi sosial yang membedakan menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pandangan kedua yaitu pandangan integrasi sosial, yaitu gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media baru atau *new media* memiliki beberapa manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat pengguna, memudahkan seseorang untuk memperoleh suatu hal yang diinginkannya. Seperti; arus informasi yang dapat diakses dengan mudah dan cepat, sebagai media transaksi jual beli, sarana hiburan, media komunikasi yang efesien, dan sarana pendidikan dengan hadirnya buku digital. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa salah satu contoh perkembangan *new media* adalah media sosial.

#### **II.3.1.1. Media Sosial**

Media sosial adalah platfrom digital yang dimana penggunaanya dapat melakukan interakasi secara online. Secara denitif media sosiaol merupakan media online yang memanfaatkan jaringan internet untuk menduduki interaksi sosial. Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Ini adalah titik balik dalam sejarah internet menjadikan inteernet sebagai insklusif dimana penonton tidak lagi diam terhadap konten yang disajikan kepada mereka. Karena sekarang pengguna media sosial dapat membuat konten sendiri, membagikan konten dan menanggapinya serta berkaloborasi dengan pengguna lainnya. (Wahyudi, 2021:35) Interaksi dari pengguna inilah yang mendorong perkembangan yang dinamakan media sosial

Media sosial juga dianggap sebagai media baru karena adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat. Media sosial memiliki fitur lain yang menentukan moderasi, interaktivitas, pertukaran, kedekatan, daya tanggap, spontanitas serta dialog. Melalui media sosial, khalayak merasakan perbedaan dengan media konvesioanl, media sosial memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dengan khlayak lainnya yang bersifat pribadi. Media sosial memiliki berbagai manfaat yang dapat pengguna rasakan, seperti interaksi antar sesama pengguna yang mudah, informasi yang tersebar secara cepat, menyimpan sebuah konten, sebagai sarana hiburan dan lain sebagainya.

Sebagian besar pengguna media sosial menggunakan media sosial untuk aktualisasi diri. Mereka menunjuka bakat dan keunikan di media sosial sehingga dapat dilihat banyak orang. Media sosial terdiri dari berbagai platfrom dari berbagai pengguna yang memfalitasi penyebaran konten, pembuatan dialog dan komunikasi dengan khalayak secara lebih luas. Ada beberapa contoh media sosial yang paling populer dan banyak digunakan oleh penggunanya seperti; facebook, instagram, youtube, tiktok, dan twitter.

#### **II.3.1.2 Facebook**

Facebook merupakan salah satu platfrom digital, yang memiliki banyak pengguna. Facebook adalah media siber dari klasifikasi media baru yang sedang berkembang di bidang ilmu komunikasi. Fitur yang ditawarkan dari media sosial tersebut juga memiliki keaneragaman, seperti Profil Pengguna, Berbagi Status dan Posting, Teman dan Permintaan Pertemanan, Grup dan Halaman, Pesan, Reaksi dan komentar. Facebook dapat diakses dengan mudah oleh penggunannya. Facebook diciptakan pada 4, Februari 2004 dengan nama awal *Thefacebook* dengan Mark Zuckerberg sebagai pendirinya, kemudian diperluas jangkaunnya pada 1 Maret 2004 dari Harvard ke Stanford, Columbia dan Yale.(Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, 2020:76). Facebook (TheFacebook) telah memperbarui tampilannya dengan memperkenalkan Facebook Wall (Dinding Facebook), yang memungkinkan pengguna untuk meninggalkan pesan kepada teman-teman mereka. Kurang dari satu tahun setelah diluncurkan, Facebook telah memiliki satu juta pengguna aktif pada 1 Desember 2004. Pada 1 Mei 2005, Facebook berkembang pesat dengan mendukung akses ke lebih dari 800 jaringan perguruan tinggi di Amerika Serikat dan Kanada. Setelah menyasar perguruan tinggi, Facebook mulai memperluas jangkauannya dengan menambahkan jaringan sekolah menengah atas. Pada 20 September 2005, Facebook mengganti namanya dari Thefacebook.com menjadi Facebook.

Menurut kegunaannya fecebook ialah salah satu media sosial yang dapat memudahkan penggunannya dalam membagikan konten, menyebar dan mendapatkan informasi, serta sebagai keterlibatan interaksi sosial secara global maupun internasional. Sebagai situs jejaring sosial, facebook merupakan media yang bisa dipakai atau digunakan oleh audiens untuk melakukan *self-disclosure.* Artinya pengguna dapat mengungkapkan informasi persinolnya kepada publik sekaligus menetapkan beragam kriteria yang diinginkan bagi mereka ingin menjalin hubungan dengannya. Melalui media facebook juga dapat digunakan sebagai tempat belajar, mempelajari ilmu-ilmu yang belum pernah kita temukan seblumnya, sehingga pengguna dapat memperoleh hal-hal baru.

Setiap aplikasi media sosial tentunya memiliki kelebihan yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna disamping keterbatsan yang dimilikinya. Facebook memiliki beberapa kelebihan diantaranya; (Mardiana Wati, 2009: 3)

* Lebih informatiif; facebook menghadirkan beberapa fitur yang dapat membantu pengguna untuk memantau apa saja yang ada didalam media sosil facebook seperti, *News Feed*, Status Update, *Photos* dan lain sebagainya.
* Kemudahan dalam pengecekan komunikasi pengguna dalam situs tersebut.
* Pengguna dapat memasang foto-foto tertentu yang dapat diketahui dan dilihat orang lain
* Facebook sebagai media promosi, membangun komunitas bahkan menghimpun masa untuk kepentingan dan tujuan lainnya sesuai dengan kepentingannya.
* Mekanisme pencegahan atas pengambil alihan akun facebook secara ilegal.

Untuk mengakses facebook cukup mudah, pengguna hanya perlu mengunduh dan langsung bisa mendaftarkan diri. Selain itu, jaringan sosial ini dibuka untuk siapa saja dengan memiliki email yang valid dan nomer telephone. Facebook mempunyai versi yang lebih kecil secara penyimpanan dan penggunaan data yang lebih sedikit, yaitu facebook lite. Facebook Lite hanya memerlukan ruang kurang dari 1MB, sehingga mudah dan cepat untuk dipasang serta dibuka. Pengguna dapat mengakses Facebook dalam berbagai kondisi jaringan. Di banyak wilayah, jaringan seringkali lambat dan tidak mendukung semua fitur yang tersedia pada Facebook versi Android. Media sosial facebook itu sendiri memiliki beberapa fitur yang menarik penggunanya. Dalam hal ini pengguna facebook dapat mengakses fitur-fitur tersebut secara gratis menggunakan jaringan internet yang memadai. Fitur – fitur yang ada pada facbook seperti;

1. Profil

Profil dapat digunakan pengguna sebagai tempat pengekspresian diri. Pada fitur profil, pengguna dapat memilih informasi yang ingin dibagikan, seperti minat, foto dan video, serta informasi pribadi seperti tempat tinggal saat ini dan kampung halaman. Baru-baru ini facebook mengupdate fitur profilnya menjadi multi fitur, yang memungkinkan pengguna memiliki maksimal lima profil dengan satu akun saja. Multi fitur diwakilkan dengan menu “*Create another profil*”.

Menurut Facebook, fitur multi-profil hadir agar pengguna dapat lebih leluasa berinteraksi dengan orang-orang pilihannya, baik dalam konteks personal, profesional, atau lainnya. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan lebih bebas dalam berbagai konteks tersebut. Dalam multi profil dapat menyantumkan nama-nama yang berbeda pada disetiap profil. Dengan fitur multi-profil, pengguna kini dapat menambahkan satu profil khusus untuk relasi profesional, seperti berteman dengan klien, vendor, rekan kerja, dan lainnya. Profil profesional ini dapat diberi nama dengan gelar profesional atau akademik. Setiap profil akan memiliki feed unik dengan konten yang relevan, teman yang berbeda, dan pengaturan tersendiri. Selain itu, pengguna dapat beralih antar profil tanpa harus login ulang.

1. Pembaharuan Berita ( *News Feed* )

Fitur ini pertama kali dikenalkan pada September 2006, fitur pembaruan berita diluncurkan, memberikan daftar cerita terbaru dari teman, serta pembaruan dari halaman koneksi lainnya seperti grup dan kegiatan. Cerita yang dibagikan dapat dilihat oleh pengguna lainnya dan mereka juga bisa berkomentar dan menyukai postingan sesuai apa yang mereka lihat dilaman facebook. Setiap orang dapat mempersonalisasi Pembaruan Berita mereka berdasarkan minat dan aktivitas yang dibagikan oleh teman-teman mereka. Pembaharuan berita di facebook juga dipengaruhi atas interaksi yang dilakukan oleh pengguna dengan teman, grup, halaman yang mereka ikuti.

Facebook memberikan kontrol penuh pada pengguna atas unggahan yang orang lain publikasikan. Pengguna dapat mengatur setiap unggahan, yang masuk pada beranda mereka. Facebook memberikan empat cara untuk pengguna menikmati halaman berita mereka sesuai dengan preferensi atau keinginanya. (*Mengenal Fitur News Feed Di Facebook*, 2019)

1. Lihat postingan : pengguna dapat melihat postingan akun orang lain yang berada diurutan teratas postingan.
2. Sembunyikan : jika pengguna kurang menyukai atau bahkan ingin tidak suka dengan postingan tersebut, penngguna memiliki opsi menyembunyikan unggahan dari beranda.
3. Batal mengikuti (*Unfollow*) : pengguna dapat membaalkan untuk mengikuti teman. Jika sudah unfollow unggahan tidak akan masuk dalam beranda.
4. Snooze : fitur snooze akan membisukan unggahan orang lain sesuai dengan penggunanya. Setelah mengklik fitur ini, maka unggahan tidak akan masuk dalam beranda sesuai waktu yang telah ditentukan.
5. Pesan Facebook *(Mesengger*)

Diperkenalkan pada tahun 2011, *mesengger* memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan kepada pengguna lainnya. Messenger adalah aplikasi pesan yang memungkinkan pengguna menghubungi orang lain secara instan dari ponsel mereka. Melalui fitur Pesan di Facebook, pengguna dapat mengirim pesan pribadi dan stiker, mengobrol dalam grup, serta melakukan panggilan gratis bahkan kepada orang di negara lain. Selain itu, pengguna juga dapat melihat siapa yang tersedia untuk pesan di Facebook dan siapa yang sedang aktif menggunakan Facebook.

*Messenger* adalah aplikasi yang tumbuh paling cepat pada 2015 di AS. *Mesengge*r itu sendiri merupakan aplikasi pengembangan dari Meta Platfroms. *Masengger* terhubung dengan media sosial Facebook, sehingga pesan yang ada pada facebook akan terimpor juga secara otomatis di aplikasi masengger. *Mesengger* dapat diakses melalui sistem *Android, IOS*, dan *Windows Phone* atau dalam komputer.

1. Grup

Lebih dari 1 miliar orang di seluruh dunia menggunakan Grup Facebook setiap bulan. Grup menawarkan ruang pribadi bagi orang-orang untuk berbagi dengan kelompok kecil seperti keluarga, teman sekelas, teman sepermainan, dan kelompok lainnya. Pengaturan privasi dalam grup dapat disesuaikan, anggota grup dapat memposting pembaruan, berbagi foto, audio, dokumen, serta menyelenggarakan acara dalam kelompok. Grup menyediakan dua pengaturan privasi yaitu; grup publik dan grup privat. Grup publik adalah grup yang dapat diakses dengan persetujuan admin. Pada grup publik pengguna dapat mencarinya dengan mudah dan semua konten yang ada dapat dilihat oleh publik. Sedangkan grup privat Grup privat bisa dicari dan semua orang bisa meminta untuk bergabung, tetapi hanya anggota yang bisa melihat kontennya.

1. Kegiatan (*Events*)

Dengan fitur Facebook Events, orang-orang dapat mengatur acara, mengirim undangan, serta memberikan pemberitahuan dan pengingat kepada teman-teman mereka. Laman event atau kegiatan diperuntukan untuk kegiatan sosial yang dapat diikuti oleh pengguna lainnya dengan cara mengundangnya dalam kegiatan tersebut. Kegiatan yang dibuat pada facebook juga dikategorikan menjadi dua jenis yaitu event publik dan event pribadi. Acara publik dapat dilhat siapa saja melalui deskripsi acara, foto, video dan diskusi acara. Peristiwa tersebut juga dapat ditemukan dalam penelusuran. Acara pribadi, Satu-satunya orang yang dapat melihat acara pribadi di Facebook adalah mereka yang diundang. Tamu dapat mengundang semua temannya ke acara di Facebook jika admin mengizinkannya dan, jika diundang, orang-orang tersebut dapat melihat deskripsi acara, foto, postingan, dan video.

1. Video

Video merupakan bentuk visual yang menggabungkan visual gambar bergerak, audio yang dikemas secara menarik untuk dipertontonkan. Video adalah salah satu cara yang paling menarik dan menyenangkan untuk menyampaikan cerita. Banyak orang juga membagikan, menemukan, dan menikmati video yang mereka temui di Pembaruan Berita (News Feed). Dalam sebuah media sosial pengguna menggunakan video sebagai konten hiburan, informasi yang mempermudahkan pengikutnya memahaminya. Vidieo memiliki daya tarik tersendiri bagi khlayak untuk melihat dan memperhatikannya. Selain itu video juga lebih menarik pengguna lain dalam media sosial seperti contohnya facebook.

1. Foto

Orang-orang dapat menggugah foto sebanyak mungkin dan bervariasi sesuai dengan kepribadian penggunanya. foto merupakan media visual berbentuk gambar yang menarik untuk dilihat. Kita dapat mengedit foto yang akan dipublikasikan dengan berbagai macam fitur yang tersedia pada faecebook. Membuat album dan memilih audiensnya sangat mudah. Pengguna dapat dengan mudah menambahkan detail seperti keterangan dan lokasi. Labelkan orang-orang yang diidentifikasi sebagai teman dalam foto, dan secara otomatis foto tersebut akan dibagikan dengan mereka.

1. Pencarian (*Search*)

Dalam pencarian, kita dapat menemukan sesuatu yang dicari baik itu teman atau informasi. Pencarian memudahkan kita dalam mencari seseorang tanpa harus melakukannya secara manual atau satu-satu. Temukan berbagai publikasi dan foto yang telah dibagikan teman-temanmu denganmu. Temukan dan hubungi orang, baik teman lama maupun teman baru.

1. Halaman (*Pages*)

Halaman adalah profil publik untuk artis, orang terkenal, pelaku bisnis, merek, organisasi, dan lembaga nirlaba yang ingin hadir di Facebook dan berinteraksi dengan komunitas Facebook. Ketika pengguna menyukai sebuah halaman, mereka dapat melihat pembaruan di News Feed. Saat seseorang menyukai atau mengomentari publikasi halaman, aktivitas tersebut dapat dibagikan dengan teman-teman mereka, meningkatkan eksposur dan jangkauan halaman tersebut.

1. *Free Basic by Facebook*

Menyediakan layanan dasar gratis di pasar di mana akses internet kurang terjangkau. Free Basics adalah satu program di dalam [Internet.org](https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Finternet.org%2F&h=AT17GO92PsF9TECyw3Bwsi-8JBPvLw7PxjCrDAyhw_UC09OfRyFMUrvHkVsuJSI2MxAruxFxDEI4DMEM1gGd1ranxuXIVQW8rPvkSq3LI_XM_xrevv6Rr1ni1RvCzyYSeeWQbg) yang bertujuan menghubungkan lebih dari 90% dunia yang tinggal di daerah dengan cakupan seluler yang ada melalui aplikasi atau situs web Free Basics. Layanan ini memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai kesehatan, pekerjaan, dan situs lokal tanpa biaya data. Aplikasi ini saat ini tersedia di beberapa wilayah Afrika, Amerika Latin, dan Asia, dan akan terus berkembang ke negara-negara lain di seluruh dunia.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan media sosial facebook sebagai subjek penelitian yang dipilih sebagai sumber pendukung.

### **II.3.2. Eksistensi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti dari eksistensi adalah keberadaan. Kata ini merajuk pada kata dasar eksis. Eksis juga memiliki arti ada dan berkembang. Selain itu, eksis juga dapat diartikan dengan dikenal, tenar maupun populer. Dalam pemahaman filosofis,eksistensi merujuk pada fakta bahwa seseorang atau suatu objek benar ada dan nyata di dunia ini. Bagi penganutnya eksistensi merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Eksistensi adalah apa yang ada, apa yang memiliki aktualitas (ada), dan segala sesuatu (apa saja) yang ada didalam menekankan bahwa sesuatu itu ada (Kamus Filsafat Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005 : 183).. Eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya mengalami kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengkatualisasikan potensi-potensi didalamnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa eksistensi merupakan cara manusia untuk mengkatualisasikan atau potensi yang dimiliki dirinya, agar keberadaanya dapat memiliki arti atau berarti. Dengan eksistensi manusia dapat berperan aktif dalam segala hal untuk menentukan hakikat keberadaanya didunia. Selain itu manusia dapat terdorong untuk berakitifitas sesuai dengan pilihan mereka dan berani menghadapi dunia luar. Penggunaan kata eksistensi dapat diterapkan dalam berbagai bentuk seperti; eksistensi diri, eksistensi dalam media sosial, eksistensi hukum dan lain sebagainya. Dengan demikian, pada penelitian ini penulis menggunakan kata “eksistensi” untuk melihat bagaimana kepopuleran dari objek yang akan diteliti. Sehingga nantinya peniliti dapat menyimpulkan hasil dari bagaimana kepopuleran atau eksistensi dari objek yang diteliti.

### **II.3.3.Generasi Z**

Gen z atau Gen-I yaitu kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Gen Z juga dikenal sebagai generasi teknologi, karena mereka menjadi generasi yang tumbuh dan berkembang pada saat teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y atau milenial tetapi mereka mampu mengaplikasikanya dalam satu waktu seperti menge-tweet, menggunakan ponsel, browsing, dengan PC dan mendengarkan musik menggunakan headseat. Mereka sangat intens berinteraksi dalam bermedia sosial dengan semua kalangan, khusunya pada teman sebaya melalui berbagai situs.(Hadiun Wijoyo, 2020) Gen Z adalah generasi yang ditemukan pada usia yang sangat muda dengan teknologi, terutama berkat kehadiran internet dan media sosial. Mereka terbiasa dengan kecanggihan teknologi sejak usia dini, sehingga generasi Z mempunyai kefasihan teknologi yang lebih tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

Teknologi dan informasi adalah suatu hal yang telah menjadi bagian dari kehidupan mereka, hal tersebut berpengaruh pada nilai-nilai, pandangan dan tujuan hidup generasi Z. Teknologi tinggi dalam darah mereka, menyebabkan Generasi Z telah tumbuh dilingkungan yang tidak pasti dan kompeleks, sehingga menentukan pandanagan mereka tentang pekerjaan, belajar dan dunia. Gen Z cenderung eksploratif dengan kemampuan belajar mandiri melalui sarana akses intenet dan informasi yang mudah didapatkan secara online. Dalam hal nilai-nilai sosial dan politik, Gen Z sangat insklusif dan memegang kesetaraan yang kuat. Mereka lebih peka terkait dengan perbedaan gender, etnisitas, dan orientasi seksual dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Memiliki tingkat kesadaran yang tinggi terkait dengan isu-isu yang sedang terjadi dan terekspos didunia maya. Selain itu Gen Z juga dikenal sebegai generasi yang kretaif, inovatif, dan suka berbagai. Dengan memenfaatkan media sosial, Gen Z menjadi pengguna aktif dalam mendokumentasikan dan mengekspersikan diri pada setiap momen yang mereka alami dan rasakan.

Sebagai generasi yang tumbuh dizaman perkembangan teknologi, Gen Z memiliki beberapa karakteristik,(*Apakah Gen Z Itu? Ini Penjelasan Dan Karakteristiknya*, 2023) seperti berikut;

1. Gen Z cenderung memiliki mentalitas, inovasi, dan lebih kreatif. Mereka tumbuh dalam lingkungan digital yang kaya akan informasi dan dapat mengembangkan kreatifitas, tidak heran jika Gen Z memiliki ide yang out-of-the-box.
2. Memiliki pola komunikasi yang berbeda dengan lainnya. gen Z terbiasa dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam mendapatkan informasi dan berkomunikasi secara instan.
3. Gen Z cenderung lebih suka berkerjasama dengan team dan membangun hubungan yang erat antar teamnya. Hal ini akan menumbuhkan inovasi atau ide-ide yang lebih berkembang serta lebih baik.
4. Mempunyai tingkat kepedulian sosial yang sangat tinggi. Gen Z akan lebih peka terhadap isu-isu yang sedang berkembang saat ini, kepekaan mereka dapat mendorong pemerintah dalam melakukan perubahan demi terciptanya sebuah kemajuan.
5. Mobilitas dan fleksibilitas, mereka terbiasa terhadap perubahan dan kemampuan beradaptasi yang cepat dan dinamis., memiliki motivasi untuk menciptakan hal yang baru serta mengembangkan sesuatu kedalam suatu yang lebih bernilai dan unik.
6. Memiliki kemampuan multitasking yang baik, hal ini akan membantu mereka untuk menjadi produktif dan efektif dalam menjalankan kegiatan baik itu sosial ataupun bisnis.
7. Gen Z adalah generasi yang terdidik dan berpengetahuan luas, mereka dapat mengakses informasi melalui internet dan dapat belajar mandiri.

## **II.4. Alur Pikir**

Alur pikir adalah metode logika berpikir penulis dalam memecahkan masalah. Dengan alur pikir, penulis memberikan visualisasi sederhana agar pemecahan masalah fokus, konsisten dan tidak menambah kerumitan. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan alur pikir yang akan dijelaskan melalui bagan di bawah ini:

Gambar 5 Alur Pikir

Generasi Z

(Anggota IPNU/IPNNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes )

Facebook

Ekspresi Diri Dikalangan Generasi Z

Teori Uses and Gratifications & Teori Interaksionisme Simbolik

Eksistensi Media Sosial Facebook Dalam Ekspresi Diri Dikalangan Generasi Z (Studi Kasus Pada Anggota IPNU/IPPNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes

## 

# **BAB III**

# **METODE PENELITIAN**

# **BAB III**

# **METODE PENELITIAN**

## **III.1.Jenis dan Tipe Penelitian**

Berdasarkan judul dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya pada bab pendahuluan, maka peneliti pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah sebuah cara atau metode penelitian yang lebih menekankan analisa atau deskriptif. penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2005:1) adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, sebagai lawannya adalah eksperimen, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakabukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Pasolong, 2013 Ardhiya Annisa Ardhy : 55). Penelitian kualitatif mengkaji prespektif atau pandangan dari partisipan dengan strategi-strategi interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan pada fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan (informan) dalam sebuah penelitian.

Dalam sebuah proses penelitian kualitatif hal hal yang bersifat perspektif subjek lebih ditonjolkan dan landasan teori dimanfaatkan oleh peneliti sebagai pemandu, agar proses penelitian sesuai dengan fakta yang ditemui di lapangan ketika melakukan penelitian. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan mendalam dan dilakukan dengan mengumpulkan data sedalam-dalamnya. Metode kualitatif lebih mengutamakan pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke subtansi makna dari fenomena tersebut. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Penelitian kualitatif lebih menekankan kualitas (kedalam data) bukan kuantitas (banyaknya). Data-data yang diambil pada penelitian ini bukan menggunakan kuisioner, melainkan melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang terkait dengan penelitian tersebut.

Penelitian ini menggunakan fenomenologi penggunaan new media yang memfokuskan penelitian pada penggunaan media sosial. Dengan melihat bagaimana pengguna media sosial menggunakan aplikasi secara intens atau sesering mungkin. Penelitian ini memerlukan tiga langkah seperti; mengidentifikasi fenomena, menganalisis fenomena, dan mengumpulkan data yang akan dijadikan hasil penelitian. Subjek pada penelitian kualitatif dapat dianggap sebagai informan, yaitu orang yang memberikan informasi terkait dengan data-data yang diperlukan sebagai bahan penelitian.

## **III.2. Jenis dan Sumber Data**

Pada sub bagian ini, peneliti akan menjelaskan jenis dan sumber data yang digunakan, untuk memperoleh data terkait dengan hasil penelitian nantinya.

### **III.2.1. Jenis Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diambil dari individu atau perorangan, data primer juga dapat diambil berdasarkan organisasi. Data primer dapat berbentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik perilaku dari subjek yang dipercaya dalam hal ini subjek penelitian (informan penelitian) yang berkenaan dengan variabel penelitian.(Sandu Siyoto, 2015:28) Jenis data primer dapat  dilakukan dengan cara wawancara. Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Sedangkan data sekunder adalah pengambilan data secara tidak langsung, diperoleh mealui data yang sudah terkumpul dari pihak lain. Misalnya, pengambilan data yang dilaporkan dari jurnal penelitian, dari surat kabar atau dari riset. (Mengenal Jenis Data Penelitian Yang Harus Diketahui Mahasiswa Semester Akhir, 2022). Data sekunder juga didapatkan dari sumber foto-foto, rekaman, video, film, benda-benda dan hal lainnya yang dapat memperkaya data primer.

### **III.2.2.Sumber Data**

Sumber data ialah, segala informasi atau data yang dibutuhkan dan diharapkan membantu pada suatu penelitian. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain-lain (dalam Moleong, 2013: 157). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data dari hasil observasi, hasil wawancara, dan penelitian terdahulu yang menjadi bahan referensi.

## **III.3. Informan Penelitian**

Informan (narasumber) adalah seseorang yang memberitahu sebuah informasi, dalam hal ini yaitu informasi terkait dengan penelitian. Informan bersifat mengetahui segala sesuatu yang dibutuhkan untuk bahan dan proses penelitian. Mereka memiliki pengetahuan, pengalaman serta wawasan yang relevan dengan topik pembahasan. Menurut Sugiyono (2019;294) mengatakan bahwa fokus penelitian kualitatif itu ada pada informan itu sendiri, informan sebagai sumber data penelitian untuk dapat menyelesaikan penelitiannya sampai pada tahap pembuatan akhir kesimpulan.

Dalam penelitian kualitatif, terdapat tiga jenis informan yaitu;

1. Informan Kunci: informan kunci adalah informan yang memiliki informasi menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Informan kunci juga memahami tentang informan pertama. Informan kunci pada penelitian ini ialah ketua IPNU/IPPNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes sebagai informan yang mengetahui keseluruhan informasi yang peneliti butuhkan.
2. Informan Utama: dalam penelitian kualitatif, informan utama orang yang mengetahui secara teknis dan detail dari permasalahan yang akan dipelajari. Dalam hal ini, peneliti mengambil sampel informan utamanya yaitu anggota dari IPNU/IPPPNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes sebagai subjek penelitian ini.
3. Informan Pendukung: informan pendukung merupakan orang yang memberikan informasi pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian.

Dalam penelitian kualitatif tidak harus terdiri dari tiga jenis penelitian tersebut, hal ini tergantung pada konteks permasalahan yang akan diteliti. Oleh karena itu peneliti dalam hal ini menggunakan teknik penentuan informan, yaitu menngunakan teknik *snowball sampling. Snowball sampling* adalah Pemilihan informan kedua berdasarkan informasi dariinforman pertama, informan ketiga berdasarkanrekomendasi informan kedua dan seterusnya.

## **III.4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan bahan, informasi nyata yang digunakan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang tepat menjadi satu point dalam melakukan penelitian. Menurut Djaman Satori dan Aan Komariah (2011:103), pengumpulan data dalam penelitian ilmiah adalah prosedur sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut;

### **III.4.1. Observasi**

Menurut Supriyanti (2011:46) observasi adalah suatu cara untuk mengumpulkan data penelitian dengan mempunyai sift dasar naturalistik yang berlangsung dalam konteks natural, pelakunya berpartisipasi secara wajar dalam interkasi. Observasi dapat diartikan sebagai alat pengumpul data yang digunakan untuk penelitian, dengan cara mengamati, mencatat, menganalisis secara sistematis terhadap objek yang akan diteliti. Peneliti melakukan observasi untuk mendapatkan data yang akan dibutuhkan pada penelitian. Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun secara tidak langsung (mengamati dari jauh)

### 

### **III.4.2. Wawancara**

Pengumpulan data dengan cara bertanya dan mendengarkan jawaban dari narasumber atau responden. Dapat dilakukan secara individu atau secara kelompok diskusi secara mendalam. Data yang dikumpulkan kemudian dibuatkan rangkuman inti dari proses wawancara tersebut. Suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden . wawancara bermakna berhadapan langsung anatara *interview* dengan responden , dan kegiatanya dilakukan secara lisan, P. Joko Subagyo (2011:39). Dalam hal ini, peneliti akan melakukan wawancara terhadap beberapa anggota dari IPNU / IPPNU Desa Janegara, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara sebagai sumber pengumpulan data yang diambil lima belas anggota dari jumlah keseluruhan.

### **III.4.3. Dokumentasi**

Teknik pengumpulan data juga dapat dilakukan melalui dokumentasi. Menurut Sugiyono (2018:476), dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi kegiatan observasi, wawancara atau kuisioner.

## **III.5. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah langkah yang dilakukan untuk mengorganisir, mengintrepretasikan, dan membuat kesimpulan data yang didapatkan. Teknik analisis data ini bertujuan untuk mendalami serta mencari tahu sebuah fenomena yang terjadi dari data yang didapatkan.Menurut sugiyono (2018:482) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data digunakan pada penelitian yang datanya berupa deskripsi ataupun mengangkat satu permasalahan fenomena sosial, perilaku manusia, dan hal-hal yang tidak bisa diukur dengan angka. Pada penelitian ini, peneliti mencoba menganalisis data menggunakan teknik analisis interaktif yang dilakukan sebagai berikut;

1. Reduksi Data: proses merangkum, memilah dan mengkategorikan data yang berkaitan dengan penelitian serta memfokuskan pada temuan penelitian.
2. Penyajian Data: pengorganisasian data yang telah direduksi, peneliti melakukan upaya untuk menyusun pola hubungan dari seluruh data yang ada sehingga data mudah dipahami.
3. Interpretasi Data: peneliti meberikan interpretasi data yang telah dilakukan dan menarik kesimpulan atas fenomena yang ada dan dapat menjawab permasalahan penelitian

## **III.6. Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian adalah urutan dalam menyelesaikan sebuah penelitian yang ditulis secara Sub-bab. Untuk mempermudah pembahasan pada penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, dimana penelitian tersebut akan dijadikan landasan berpikir serta referensi bagi peneliti. Selain itu, pada bagian ini peneliti juga memberikan pemaparan secara detail mengenai berbagai teori serta pemahaman yang ditemukan peneliti mengenai tema penelitian ini serta peneliti juga memberikan alur pikir untuk dapat dijadikan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini peneliti memaparkan berbagai jenis metode yang akan digunakan peneliti untuk menyelesaikan penelitian. Yang terdiri atas jenis dan sumber data, inforam, teknik pengumpulan data serta teknis analisis data

BAB IV : DESKRIPSI WILAYAH

Pada sub bagian ini peneliti akan memaparkan berbagai hal terkait denagan wilayah yang dijadikan sebagai obyek penelitian. Wilayah yang ditentukan tentunya sudah melalui observasi oleh peneliti.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini peneliti akan mulai mengumpulkan berbagai data yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini. Selain itu, peneliti juga akan mulai mengklasifikasikan dan menyusun data sesuai dengan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini.

BAB VI : PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti akan mulai membahas terkait data-data yang sudah peneliti peroleh serta mulai menentukan hasil dari penelitian yang peneliti lakukan. Sub bagian ini merupakan sub terakhir sebelum memasuki bagian penutup dan penarikan kesimpulan.

BAB VII : PENUTUP

Di bagian penutup, peneliti akan memberikan penyelesaian atas masalah yang ada dalam penelitin ini serta memberikan serta menarik kesimpulan dan saran terkait topik yang ada dalam penelitian ini

# **BAB IV**

# **DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

## **IV.1.Lokasi Penelitian**

Deksripsi wilayah merupakan gambaran umum lokasi dari sebuah penelitian. Deksripsi wilayah penting untuk diuraikan dalam penelitian terkait dengan demografis yang difokuskan pada penelitian. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Selain itu juga pembaca akan mengetahui lokasi dan objek penelitian. Pada penelitian ini peneliti memilih lokasi Desa Janegara sebagai tempat penelitian dan objek organisasi IPNU/IPPNU yang berada di desa tersebut.

Desa Janegara merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Jatibarang Kabupaten Brebes. Desa Janegara berada pada antara jalan penghubung antara kecamatan Jatibarang ke kabupaten [Brebes](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Brebes) kurang lebih [km](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Km) 1 dari [Jatibarang](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Jatibarang). Batas-batas wilayah dari Desa Janegara yaitu; Desa Kemiriamba disebelah selatan, Desa Klikiran di sebelah utara, Desa Klampis sebelah barat dan Desa Kertasinduyasa di sebelah timur. Penduduk Desa Janega sendiri mayoritas memeluk agama islam. Suku dari desa tersebut adalah suku jawa dengan masih menggunakan bahasa jawa tegalan yang mendominasi. Kebanyakan warga Desa Janegara memiliki sumber mata pencaharian seperti; [petani](https://id.wikipedia.org/wiki/Petani), [pegawai negeri](https://id.wikipedia.org/wiki/Pegawai_negeri), wiraswasta, pegawai swasta, pertukangan, [TNI](https://id.wikipedia.org/wiki/TNI), [Polisi](https://id.wikipedia.org/wiki/Polisi), dan [bidang kesehatan](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Bidang_kesehatan&action=edit&redlink=1). Tidak jarang pula mereka masih bekerja sebagai rantauan (bekerja diluar kota).

Janegara itu sendiri berasal dari bahasa jawa kuno, dari kata "Neja" yang berarti Sengaja dan kata "negara" yang berarti [negara](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Negara). Menurut orang pada zaman terdahulu, Janegara berada jauh dari desa yang sekarang mereka tempati. Dahulu Janegara terletak pada bantaran sungai yang bernama sungai “Si Biyuk” atau kali kulon yang mengalir disebelah barat desa janegara sekarang. Konon, para penduduk berpindah karena pada masa itu terdapat seekor ular besar/ular naga yang hidup di bantaran sungai dan sering memakan tumbal berupa bayi. Kemudian, para warga setempat merasa resah, berang sehingga menaburi lubang/goa tempat tinggal ular tersebut dengan awu (abu gosok) yang dipercayai para warga dapat mencegah naga untuk keluar dari sarangnya. Sekarang, tempat tersebut dinamakan Dukuhawu yang berarti "tempat yang ditaburi abu gosok" dan tempat pemukiman Dukuh Awu tersebut sekarang menjadi Tempat Pemakaman Umum (TPU). (Ensiklopedia Dunia, n.d.)

Kebudayaan yang berada di Desa Janegara tergolong merupakan budaya umum tetapi telah mendapat pengaruh [budaya Sunda](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Budaya_Sunda) karena daerah ini terletak di daerah Brebes yang merupakan daerah yang dekat dengan [Jawa Barat](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Jawa_Barat). Budaya yang berkembang seperti kuda lumping, sintren, angklung, calung dan lain sebagainya. Selain budaya tersebut, di Desa Janegara juga masih mengenal acara-acara adat yang saat ini masih dijalankan sebagai tradisi warisan leluhurnya. Tradisi ini pada umumnya dilakukan oleh desa lainnya juga seperti "Tebus Wetheng" (upacara untuk mendoakan ibu hamil 7 bulan), "Mitungdina" (acara untuk mendoakan orang yang telah meninggal dunia terhitung 7 hari setelah kematiannya), "Matangpuluh" (acara untuk mendoakan orang yang telah meninggal dunia terhitung 40 hari dari hari kematiannya), "Tedhak siti" (acara menginjak tanah bagi bayi 1 tahun), "haul" (acara bagi 1 tahunnya orang yang telah wafat).

Di Janegara terdapat bangunan yang disebut Talang yang merupakan dam peninggalan [Belanda](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Belanda). Disebut demikian karena dam tersebut melewati sungai Si Biyuk sehingga berbentuk menyilang (dam terletak di atas sedangkan sungai berada di bawah). Yang dalam bahasa Jawa disebut Talang yang berarti malang (menyilang). Sampai sekarang bangunan tersebut masih dilestarikan dan terawat sampai sekarang. Dan sekarang bangunan tersebut menjadi cerita sejarah yang dapat dinikmati dan diceritakan ke keturunan setalahnya.

## **IV.II. Objek Penelitian**

### **IV.II.1.Sejarah Singkat IPNU/IPPNU**

IPNU/IPPNU merupakan suatu organisasi yang berbasis agama islam dibawah naungan Nahdatul Ulama. Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) dan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) adalah organisasi yang bersifat keterpelajaran, pengkaderan, kemasyarakatan, kebangsaan dan keagamaan yang berfungsi sebagai wadah perjuangan pelajar Nahdlatul Ulama dalam pendidikan, keterpelajaran untuk mempersiapkan kader-kader penerus NU yang mampu melaksanakan dan mengembangkan Islam Ahlussunnah Wal Jamaah untuk melanjutkan semangat, jiwa dan nilai-nilai Nahdliyah. Selain itu IPNU/IPPNU juga dapat digunakan sebagai wadah beroragnisasi, berargumentasi menunjukan kemampuan dan eksibiltas diri pelajar untuk memperkokoh ukhuwah Nahdliyah, Islamiyah, Insaniyah, dan Wathoniyah.

IPNU/IPPNU berdiri pada tanggal 24 Februari 1954 (20 Jumadil Akhir 1373 H). Salah seorang pendiri IPNU adalah Prof. Dr. KH. Tolchah Mansyur. Sejak berdirinya IPNU mmerupakan kepanjangan dari Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama. Namun sejak tahun 1988, melalui Kongresnya yang ke 10 di Jombang yang dikenal dengan istilah Deklarasi Jombang, kepanjangan IPNU berganti menjadi Ikatan Putera Nahdlatul Ulama. Hal ini dikarenakan harus menyesuaikan diri dengan Undang- undang Nomor 8 Tahun 1985 tentang keormasan yang melarang adanya organisasi pelajar di sekolah selain OSIS. Namun setelah orde baru tumbang, di saat kebebasan berpendapat dan berekspresi dapat diperoleh dengan mudah, kepanjangan tersebut dikembalikan lagi seperti saat kelahirannya. Melalui Kongresnya yang ke- 14 di surabaya (18-22 Juni 2003), kepanjangan IPNU kembali seperti semula yaitu Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama.

Sedangkan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) didirikan pada tanggal 8 Rajab 1374 H bertepatan dengan tanggal 2 Maret 1955 M di solo Jawa Tengah. Salah seorang pendirinya adalah 19 Ny. Umroh Mahfudzah. Sama halnya dengan IPNU, IPPNU juga mengalami perubahan nama akan tetapi kepanjangan IPPNU kembali seperti semula yaitu Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama. Melalui kongresnya yang ke-13 di Surabaya (18-22 Juni 2003). IPNU/IPPNU bukan hanya berkembang di sekolah maupun pesantren, IPNU/IPPNU juga berkembang ditengah-tengah masyarakat sebagai wadah organisasi pemuda dan pemudi setempat yang mempunyai kesempatan berkembang sesuai ciri khas karakter masing-masing individu. Kelompok masyarakat yang menjadi bagian dari organisasi IPNU/IPPNU adalah setiap pelajar bangsa, siswa, mahasiswa dan santri.

Dalam mengaktualisasikan aqidah asas, IPNU IPPNU mempunyai empat sifat dan fungsi organisasi. Ke empat sifat IPNU IPPNU tersebut adalah keterpelajaran, kekeluargaan, kemasyarakatan dan keagamaan.

1. Keterpelajaran: organisasi IPNU/IPPNU merupakan wadah dalam berorganisasi, belajar meningkatkan intelektual, kreatifitas, mengeluarkan inovasi dan dapat berfikir kritis dengan baik.
2. Kekeluargaan: dalam sebuah organisasi, kita tentunya mengenal kebersamaan, kerjasama antar individu untuk menciptakan satu tujuan dengan keselarasan. Sehingga IPNU/IPPNU diharapkan dapat menciptakan hal-hal tersebut.
3. Kemasyarakatan: sebuah organisasi erat kaitanya berkomunikasi dengan masyarakat. Sama halnya dengan IPNU IPPPNU, komunikasi dengan masyarakat dilakukan untuk menjalin kerjasama dengan lapisan publik yang dapat membantu di setiap program yang direncanakan.
4. Keagaamaan: sesuai dengan namanya, IPNU/IPPNU merupakan organisasi yang berbasis agama islam, tentunya hal ini IPNU/IPPNU selalu mengedepankan akidah akhlak sesuai dengan syariat islam.

Tujuan dari organisasi IPNU/IPPNU itu sendiri yaitu “terbentuknya putra putri bangsa yang bertaqwa kepada Allah SWT, berilmu, berakhlak mulia dan berwawasan kebangsaan serta bertanggung jawab atas tegak dan terlaksananya syari’at Islam menurut faham Ahlussunnah Wal Jama’ah yang berdasarkan pancasila dan Undang-Undang dasar 1945 sebelum amandemen Undang-Undang Dasar 1945. IPNU/IPPNU mempunyai karakteristik tersendiri, sebagai organisasi yang mengedepankan kebudayaan dan berakhlak, menjadikan organisasi tersebut memiliki banyak peminat melalui perkembanganya. IPNU/IPPNU menekankan aktivisasi pada pengkaderan (program kaderisasi) baik secara formal, informal, maupun non formal. Disisi lain sebagai organisasi pelajar, Program IPNU diorientasikan pada pengembangan kapasitas pelajar dan santri, advokasi, penerbitan, dan pengorganisasian pelajar.

#### **IV.1.1.1.Sejarah Singkat IPNU/IPPNU Janegara**

Organisasi IPNU/IPPNU di Desa Janegara awal berdiri yaitu pada tahun 2019. Pada awalnya organisasi ini terbentuk karena atas dasar saran dan kegelisahan dari PAC IPNU / IPPNU Kecamatan jatibarang yang melihat kurangnya minat generasi muda untuk melanjutkan organiasi IPNU / IPPNU di desa Janegara tersebut. Melalui prantara bapak Tauhidz dan Ibu Rokhimatul Fauzah yang menyediakan tempat sebagai awal perkumpulan pembentukan IPNU/IPPNU Janegara pada tahun 2019. Dengan latar belakang karakter putra dan putri remaja yang berbeda-beda, terutama pada saat itu sebelum terbentuknya organisasi IPNU / IPPNU terlebih dulu terbentuk majelis hadroh Arrohman, sehingga anak-anak hadroh tersebut ikut andil dalam perkumpulan pembentukan IPNU / IPPNU Janegara dan terpilihlah ketua pertama IPNU Fathul Umar dan ketua IPPNU Dita. Berjalannya waktu kepengurusan citra dari IPNU / IPPNU semakin meningkat karena banyak kegiatan-kegiatan positif yang telah dijalankan. Bahkan ketua demisioner dan ketua PAC IPNU kecamatan Jatibarang barometer ranting paling aktif yaitu ranting IPNU / IPPNU Janegara.

Dalam kepengurusannya IPNU / IPPNU setiap anggota selalu memaksimalkan kerja baik itu pngurus harian sampai deparetemen – deparetemen didalamnya. Pergantian kepengurusan dilakukan dalam periode dua tahun sekali. Pada tanggal 27 Januari 2024, kepengurusan ini melakukan koferensi ranting dibarengi dengan momen harlah NU 101 dan IPNU 70, dengan terpilihnya ketua IPNU Ahmad Fahrurozi dan ketua IPPNU Nisrin Meutia. Tepat pada tanggal 3 Maret 2024, kepengerusan yang baru resmi dilantik dimomen harlah IPNU 70th dan IPPNU 69th.

Sebagai organisasi yang mewadahi para pemuda-pemudi di Desa Janegara dengan tujuan meningkatkan aktivitas yang positif bagi pelajar putra maupun putri yang ada di Desa tersebut. Organisasi IPNU/IPPNU diharapkan dapat menjadikan pemuda-pemudi masyarakat desa tersebut menjadi seorang remaja yang belajar berorganisasi, berinteraksi, berkerjasama dengan masyarakat sekitar. Dengan adanya sebuah organisasi remaja bisa berinovasi, sebagai tempat meningkatkan intelektual secara pribadi dan belajar dengan team yang menekankan kerjasama dan sportifitas. IPNU/IPPNU Desa Janegara merupakan salah satu organisasi yang memiliki banyak kegiatan positif diantaranya seperti kegiatan rutinan yang dilakukan setiap minggu, kegiatan rutinan ranting cabang kecamatan yang dilakukan secara bergantian dalam lingkup di desa-desa yang terorganisir di kecamatan tersebut. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan untuk mempererat silahturahmi, meningkatkan kekaderan berorganisasi serta meningkatkan kepercayaan diri anggotanya.

Selain kegiatan keagamaan, IPNU/IPPNU Janegara juga berkontribusi dan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan. Kegiatanya seperti gotong royong, peringatan hari besar khususnya agama islam, peringatan kemerdekaan RI dan lain sebagainya. Interaksi yang dilakukan dengan masyarakat bertujuan untuk menjadikan remaja yang aktif bersosialiasasi menjunjung tinggi keramahtamahan serta berakhlak mulia sesusai dengan ajaran islam. Keterlibatan masyarakat dalam membangun sebuah organisasi menjadi sebuah peran penrting, masyarakat sebagai pendukung, penasehat, dan menilai sikap dan sifat yang ditunjukan oleh organisasi tersebut.

#### **Logo IPNU/IPPNU Janegara**

Gambar 6 Logo IPNU/IPPNU Desa Janegara

****

Pada setiap lambang yang ada pada logo tersebut tidak memiliki arti yang khusus bagi setiap anggota IPNU/IPPNU. Secara umum arti lambang dari logo tersebut ialah;

* IPNU/IPPNU : Tulisan tersebut menegaskan satu organisasi IPNU/IPPNU
* Bintang berwarna kuning: bintang melambankgkan sebuah cahaya, seperti tuhan yang menjadi cahaya kerohanian.
* Buku: melambangkan ilmu, yang diharapkan organisasi tersebut menjadi wadah memperoleh dan meningkatkan ilmu pengetahuan
* Dua bulu yang bersilangan: ikatan yang terjalin antara anggota IPNU dan IPPNU berkesinambungan dan dapat menjalin kerjasama dengan baik.
* Sayap berwarna hijau: melambangkan sebuah harapan yang dapat mengembangkan, meningkatkan aktivitas positif remaja desa.

#### **Susunan Organisasi**

IPNU (2024-2026);

* Ketua : Ahmad Fahrurozi
* Wakil ketua : M. Fahri Saputra
* Wakil ketua II : Hermawan
* Sekertaris : M. Alif Bassalamah
* Wakil Sekertaris : M. Altaf Rehan Maulana
* Bendahara : Nabil Mufli Alafadilah
* Wakil Bendahara : Rofi Isnaeni
* Departemen Pembinaan dan Pengembangan Organisasi :

1. M. Inda Gunawan
2. Okta Aennur Riski
3. Muhammad Hasan Bisri
4. Faza Hamzah
5. M Hifni Bika Nashif
6. Kocang Eko Prasetyo

* Departemen Minat dan Bakat;

1. M. Kaffa Billah
2. M. Nabil Farros
3. Tri Putra Khafizul Aziz
4. Hamdan Azam Bahtiar
5. Alam Faturohman
6. Bagus Nur Faozi

* Departemen Jaringan Komunikasi dan Informasi

1. Fahmi Fahreza
2. Dimas Firly Al Fasa
3. Ubay Adi Buzaman
4. M. Abdul Hamid Nizam
5. Revan Putra Pratama
6. Kenzi Alby Alghifari
7. Ardan Haidar Muzaki

IPPNU (2024-2026)

* Ketua : Nisrin Meutia Rizqi
* Wakil Ketua I : Fitri Rohmatul Azizah
* Wakil Ketua II : Arina Manasikana
* Sekertaris : Bunga Irfa Assabela
* Wakil Sekertaris I : Vega Shandy Romadhona
* Wakil Sekertaris II : Ardela Nur Arifani
* Bendahara : Elok Nafisatun Khusna
* Wakil Bendahara I : Aila Azzahra
* Wakil Bendahara II : Amilatun Nazilah
* Departemen Pembinaan dan Pengembangan Organisasi;

1. Takhsya Muleni Ayu
2. Gicha Ayu Anindia Fauziah
3. Difa Nur Malasari
4. Farah Rizki Amalia
5. Yizka Amaliyah Putri
6. Haifa Qothrotunnada
7. Anita
8. Ela Erviana

* Departemen Minat dan Bakat;

1. Moza Ayu Carissa
2. Winny Anggraeni
3. Desi Asta Qirani
4. Aulia Fitri Nasyifa
5. Tasya Tri Oktaviani
6. Intan Rezki Oktaviani
7. Eli Erviani
8. Dea Juwita Mala Nurul Hidayah
9. Vita Tri Hartanti

* Departemen Jaringan Komunikasi dan Informasi;

1. Diana Novita Helen
2. Reren Nandhia Salsabila
3. Aprilia Tri Mulyani
4. Sri Intan Lestari
5. Keysya Yulistia Putri
6. Siti Salbiyah
7. Anna Rokhmatul Laili
8. Dhya Fida Imtyaz

* Departemen Hubungan Masyarakat;

1. Siska Oktaviani
2. Ainan Fiha Tusuma Salsa Billa
3. Nurul Nisa
4. Khaerunnisa Latifah
5. Afinda Nur Sya’bani
6. Uswatun Khasanah