

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era globalisasi di Indonesia terus berkembang dengan adanya internet, di mana hal ini juga mempengaruhi perilaku individu dalam menyesuaikan perkembangan yang terjadi. Selanjutnya Pengguna internet di Indonesia menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2024) mencapai 221.562.479 jiwa dengan tingkat persentase jumlah penduduk yang menggunakan internet sebesar 79,5%. Data penetrasi dalam persentase pengguna internet di Indonesia dari tahun 2018 hingga 2024 terus bertambah sebesar 1% hingga 4% dengan pertumbuhan yang positif. Selanjutnya dijelaskan bahwa penetrasi penggunaan internet di daerah perkotaan (urban) lebih banyak dibanding daerah pedesaan (rural), berdasarkan data tahun 2024 penetrasi penggunaan internet di daerah urban sebesar 82,18% sedangkan di daerah rural 74,00%. Penggunaan internet di daerah urban atau perkotaan juga masih mendominasi dengan kontribusi sebesar 69,5%, jauh lebih besar dibandingkan dengan daerah rural atau pedesaan yang hanya 30,5% dalam penggunaan internet di Indonesia. Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki penetrasi internet yang tinggi adalah Jakarta sebesar 87,51%. Beberapa alasan masyarakat menggunakan internet adalah mengakses media sosial, mengakses informasi berita, bekerja/sekolah melalui daring, dan lain sebagainya. Senada dengan hal itu Kemp (2025) mengatakan bahwa terdapat 212 juta individu yang menggunakan internet dengan persentase 74,6%. Serta Indonesia memiliki 143 juta identitas pengguna media sosial yang setara dengan 50,2% dari total populasi. Perkembangan internet yang pesat tersebut tidak hanya berdampak pada aspek teknis kehidupan masyarakat, tetapi juga turut mengubah pola interaksi sosial, cara berkomunikasi, serta cara individu membangun dan mempertahankan hubungan sosial. Transformasi digital ini mendorong masyarakat untuk semakin bergantung pada ruang virtual sebagai sarana pemenuhan kebutuhan sosial, emosional, dan informasional. Kondisi tersebut secara tidak langsung membentuk budaya baru

dalam kehidupan sosial masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan yang memiliki akses teknologi lebih maju.

Perubahan pola komunikasi akibat perkembangan internet tersebut sangat terasa pada kelompok usia muda yang tumbuh dan berkembang bersamaan dengan kemajuan teknologi digital. Generasi yang sejak awal kehidupannya telah akrab dengan internet dan media sosial dikenal sebagai generasi Z. Generasi ini menjadikan media sosial bukan sekedar alat komunikasi, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan identitas diri. Selanjutnya Cahyono (2016) media sosial di dalamnya dapat mencakup berbagai gagasan, ide dan pendapat pengguna yang ada dalam komunitas maya. Serta media sosial juga menghadirkan cara berkomunikasi baru dengan teknologi yang berbeda dari media tradisional. Berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2024) diketahui bahwa tingkat persentase pengguna media sosial di Indonesia didominasi oleh generasi Z, yakni sebanyak 34,40% dari seluruh kalangan generasi pengguna lainnya, sebagaimana tampak dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Persentase Pengguna Media Sosial Berdasarkan Generasi

Generasi	Persentase
Post Gen Z (kelahiran > 2013)	9,17%
Gen Z (kelahiran 1997-2012)	34,40%
Millenial (kelahiran 1981-1996)	30,62%
Gen X (kelahiran 1965-1980)	18,98%
Baby Boomers (kelahiran 1946-1964)	6,58%
Pre Boomer (kelahiran <1945)	0,24%

Sumber : APJII 2024

Selanjutnya, dominasi penggunaan media sosial di Indonesia oleh generasi Z, juga memiliki kecenderungan berdasarkan platform media sosial yang ada pada era sekarang. Diketahui bahwa penggunaan platform media sosial Instagram menjadi yang paling sering digunakan dikalangan generasi Z di Indonesia yakni,

sebanyak 51,90% adalah Instagram di susul facebook dan lainnya (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024).

Tabel 1.2 Platform Media Sosial Berdasarkan Generasi

Platform Media Sosial	Generasi			
	Gen Z	Milenial	Gen X	Baby Boomers
Facebook	51,64%	74,09%	66,30%	56,59%
Instagram	51,90%	22,14%	12,91%	12,79%
Youtube	38,63%	53,42%	62,91%	61,63%
Tiktok	46,84%	31,72%	23,66%	13,57%
X	1,98%	0,77%	0,39%	0,39%

Sumber : APJII 2024

Dominasi penggunaan Instagram di kalangan generasi Z menunjukkan bahwa platform ini memiliki daya tarik yang kuat dibandingkan media sosial lainnya. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai ruang untuk menampilkan diri (*self-presentation*), memperoleh validasi sosial melalui jumlah likes dan komentar, serta membangun citra diri di hadapan publik. Tingginya minat generasi Z tercermin pada intensitas penggunaan media sosial yang digunakan dalam keseharian mereka. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) intensitas adalah “keadaan tingkatan atau ukuran intensnya”. Selanjutnya Intensitas penggunaan media sosial adalah keterlibatan seseorang yang berkaitan dengan aktivitas penggunaan media sosial, seperti frekuensi, lama waktu akses, dan jumlah pertemanan yang terbentuk (Mellado dalam Alfiah, dkk., 2021). Intensitas penggunaan media sosial tidak hanya berkaitan dengan seberapa sering dan lama individu mengakses media sosial, tetapi juga mencerminkan sejauh mana perhatian dan keterlibatan psikologis individu terpusat pada aktivitas tersebut. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka semakin besar pula kemungkinan individu menggantungkan kebutuhan hiburan, informasi, hingga pemenuhan emosionalnya pada platform digital.

Cushman (dalam VOI, 2021) menyarankan agar penggunaan media sosial dibatasi sekitar 30 menit sampai satu jam per hari, sehingga keseimbangan

emosional dan psikologis tetap terjaga. Sejalan dengan hal itu Hunt, dkk (2018) juga mengemukakan bahwa membatasi penggunaan media sosial sekitar 30 menit per hari dapat menyebabkan peningkatan dalam kesejahteraan psikologis. Namun demikian, realitas yang terjadi justru menunjukkan bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna media sosial di Indonesia selama 3 jam 8 menit dalam satu hari (*We Are Social*, 2025). Tingginya durasi penggunaan media sosial tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari generasi Z. Namun, penggunaan yang berlebihan berpotensi menggeser waktu dan kualitas interaksi sosial secara langsung. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran akan dampak psikologis jangka panjang, terutama terkait kesejahteraan mental dan kualitas hubungan sosial individu.

Pada kenyataannya, penggunaan media sosial oleh generasi Z mencapai 6-10 jam perhari (*IDN Research Institute*, 2024). Didukung oleh Ahmed (2019) juga menyebutkan bahwa lebih dari setengah Generasi Z mengakses berbagai media sosial beberapa kali dalam sehari, dan satu dari lima orang Generasi Z mengaku mengakses media sosial setiap jam sepanjang hari. Demikian juga Rideout & Robb (2018) mengungkapkan bahwa lebih dari 92% Generasi Z menggunakan platform media sosial, di mana 70% di antaranya menggunakannya lebih dari sekali sehari, dan 38% mengaksesnya beberapa kali dalam satu jam, dan 16% menggunakannya hampir tanpa henti.

Namun tingginya penggunaan media sosial Instagram tidak menjamin terpenuhinya hubungan sosial yang berkualitas atau diharapkan. Beberapa penelitian mengungkapkan fenomena negatif dari media sosial itu sendiri kepada generasi Z. Rahmaddani dan Fahmi (2025) meskipun teknologi sangat maju dan membantu individu dalam berkomunikasi dan menjalin hubungan sosial, interaksi tersebut tidak mampu memenuhi kebutuhan emosional yang diharapkan. Didukung oleh Ahmad, dkk (2024) media sosial memiliki dampak kompleks dalam pola komunikasi interpersonal generasi Z, dampak positif yang diberikan seperti keterbukaan informasi yang mampu memberikan edukasi penggunaannya, akan tetapi juga terdapat dampak negatif yang mengganggu seperti ketergantungan dan gangguan dalam keterampilan secara aktif. Hal ini sejalan dengan pernyataan

Apriyanti, dkk (2024) bahwa media sosial dapat mengurangi kualitas hubungan sosial yang mendalam, menimbulkan perasaan kecemasan, kesepian serta ketidakpuasan terhadap diri sendiri.

Menurut Wu, dkk (2024) kesepian dan penggunaan media sosial yang bermasalah saling memengaruhi secara positif, sehingga membentuk hubungan sebab akibat dua arah. Senada dengan hal itu, Bonsaksen, dkk (2023) menyatakan bahwa individu yang menggunakan media sosial untuk tujuan mempertahankan hubungan cenderung merasa lebih kesepian dibandingkan mereka yang menghabiskan waktu yang sama di media sosial untuk alasan lain. Walaupun media sosial bisa membantu seseorang untuk tetap terhubung dengan orang lain, namun tidak selalu mampu memberikan bentuk hubungan yang benar-benar diinginkan oleh penggunanya.

Senada dengan uraian sebelumnya, Xu dan Takai (2020) menjelaskan bahwa kesepian dapat muncul ketika individu merasakan ketidaksesuaian antara harapan dan realitas yang terjadi akan hubungan sosialnya. Selanjutnya, menurut Hall dan Liu (2022) waktu yang dihabiskan individu dalam menggunakan media sosial dapat menggantikan waktu yang seharusnya dipakai untuk berinteraksi secara langsung, di mana hal tersebut dapat meningkatkan kesepian. Dengan demikian, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka semakin besar pula kemungkinan interaksi secara langsung dapat berkurang dan memperbesar risiko munculnya kesepian.

Kesepian merupakan reaksi emosional dan kognitif yang dirasakan individu akibat tidak memiliki hubungan sosial yang memuaskan dibandingkan dengan apa yang diharapkan (Baron & Byrne, 2005). Kesepian tidak selalu identik dengan kondisi sendirian secara fisik, melainkan lebih pada pengalaman subjektif individu dalam menilai kualitas hubungan sosial yang dimilikinya. Seseorang dapat merasa kesepian meskipun berada di tengah lingkungan sosial yang ramai atau memiliki banyak koneksi di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kesepian merupakan fenomena psikologis yang kompleks dan dipengaruhi oleh persepsi serta harapan individu terhadap hubungan sosialnya. Selanjutnya, Russell (dalam Putri, 2022) menjelaskan aspek kesepian yakni meliputi kepribadian (*personality*), keinginan

terhadap hidup yang ideal (*social desirability*) dan depresi (*depression*). Beberapa ciri-ciri kesepian yakni, *being unattached, alienation, being alone, forced isolation*, dan *dislocation*.

Bedasarkan survei internasional CIGNA (2018) dilaporkan bahwa generasi Z (usia 18–22 tahun) dan Milenial (usia 23–37 tahun) lebih kesepian dan kondisi dibandingkan generasi lainnya. Selaras dengan kondisi tersebut Gallup (2023) menunjukkan tingkat kesepian terendah terjadi pada orang dewasa lanjut usia dengan persentase 17 persen, dan tingkat tertinggi terjadi pada orang dewasa muda dengan persentase 27 persen merasa sangat atau cukup kesepian. Selanjutnya kelompok umur 19-29 tahun merupakan kategori yang paling merasa sangat kesepian disusul oleh kategori 15-18 tahun dan kategori 30-44 tahun. Persentase ini menunjukkan bahwa tingkat kesepian yang dialami generasi Z yang berumur diantara 15-30 tahun adalah sangat tinggi dibanding generasi lainnya.

Tabel 1.3 Persentase Kesepian Berdasarkan Generasi

Kelompok Usia	Sangat + Cukup Kesepian	Sangat Kesepian	Cukup Kesepian	Sedikit Kesepian	Tidak Pernah Kesepian
15–18 tahun	25%	9%	16%	30%	45%
19–29 tahun	27%	9%	18%	30%	43%
30–44 tahun	25%	8%	16%	27%	48%
45–64 tahun	22%	8%	14%	25%	53%
65+ tahun	17%	6%	11%	25%	57%

Sumber : The Global State of Social Connections 2023

Data diatas menegaskan fenomena kesepian paling menonjol ada pada generasi Z dibandingkan generasi lainnya. Generasi Z merupakan anak-anak yang lahir pada tahun 1995 hingga 2010 (Bakti & Safitri, 2017). Disamping itu Purnomo, dkk (2016) mengemukakan bahwa generasi Z merupakan generasi individu yang

lahir mulai dari tahun 2000-an. Senada dengan hal itu Havighurst (dalam Ajhuri, 2019) mengkategorisasikan usia 13-22 tahun ke dalam masa remaja, dan usia 21-40 tahun ke dalam masa dewasa awal. Setelah melewati masa remaja yang berfokus pada pencarian identitas diri, individu akan memasuki tahap dewasa awal yang ditandai oleh tantangan dalam membangun keintiman atau mengalami isolasi. Masa remaja sendiri merupakan periode penting yang ditandai dengan perubahan besar dalam pembentukan jati diri serta meningkatnya keinginan untuk diterima dan menjadi bagian dari kelompok teman sebaya sehingga kebutuhan menjalin hubungan sosial juga dapat dianggap penting. Selanjutnya juga Allport (dalam Schultz & Schultz, 2013) menjelaskan bahwa salah satu kriteria kematangan individu pada masa dewasa awal ditandai dengan ketrampilan dalam menjalin hubungan sosial yang harmonis. Dengan demikian dapat dipahami rentang usia generasi Z, yang sebagian besar telah memasuki masa dewasa awal, seharusnya mampu menunjukkan kematangan dalam membangun relasi sosial. Selanjutnya Hayani, dkk (2025) media sosial menjadi ruang bagi generasi Z untuk membentuk identitas diri, pola komunikasi dan cara berinteraksi. Dalam konteks penggunaan media sosial, kondisi ideal dapat tercermin dari kemampuan untuk menggunakan platform digital secara bijak, yakni sebagai sarana memperkuat keintiman dan hubungan sosial yang hangat. Namun sebaliknya, apabila penggunaan media sosial digunakan secara berlebihan yang dapat menggantikan interaksi tatap muka maka resiko yang muncul adalah perasaan kesepian.

Media sosial seharusnya dapat mengurangi kesepian karena mempermudah individu untuk dapat asling terkoneksi satu sama lainnya. Menurut Peplau & Perlman (1982) bahwa kesepian terjadi ketika individu merasakan adanya kesenjangan antara dua faktor yaitu pola hubungan yang diinginkan (harapan) dan yang benar-benar dimilikinya (realita). Lebih lanjut menjelaskan bahwa kesepian adalah satu ujung dari sebuah kontinum dalam mengevaluasi hubungan sosial.

Menurut berita Tempo (2023) 4 dari 10 orang di jabodetabek mengalami kesepian. Didukung oleh Kompas (2024) bahwa Jakarta masuk ke dalam 100 besar kota dengan kepadatan tertinggi pada tahun 2022, akan tetapi separuh warga mengalami kesepian dengan rincian 44% kesepian derajat sedang, sementara 6

persen lainnya mengalami kesepian derajat tinggi. Adapun menurut Peplau dan Perlman (1982) bahwa hanya sedikit individu yang luput dari pengalaman kesepian dalam kehidupannya. Dalam proses pertumbuhan yang alami, hubungan sosial dimulai, berubah, dan berakhir.

Padahal, kota Jakarta dengan kepadatan penduduk yang tinggi dapat memberikan kemudahan individu untuk bisa menemukan interaksi sosial yang diinginkan. Sebagai ibu kota negara sekaligus pusat pemerintahan dan perekonomian, Provinsi DKI Jakarta memiliki posisi strategis yang menjadikannya salah satu kota metropolitan terbesar di Asia Tenggara. Luas daratan DKI Jakarta pada tahun 2023 tercatat 660,98 km². Jumlah penduduknya sekitar 10.684.946 jiwa berdasarkan estimasi pertengahan tahun 2024 (BPS, 2023). Kota Jakarta merupakan salah satu provinsi terpadat penduduknya di Indonesia (Addini, 2025). Lebih lanjut, sebagaimana disampaikan oleh Jamaludin (2017), pada dasarnya kota memiliki peran penting dalam menyediakan wadah bagi masyarakat untuk saling bertemu, berkolaborasi, dan membangun jaringan sosial. Sehingga, Jakarta seharusnya tidak hanya menjadi simpul pemerintahan dan perekonomian, tetapi juga dapat berfungsi sebagai ruang sosial yang memfasilitasi interaksi antarindividu maupun kelompok. Namun, realitas kehidupan perkotaan menunjukkan bahwa tingginya kepadatan penduduk tidak selalu berbanding lurus dengan kedekatan sosial antarindividu. Ritme kehidupan kota yang cepat, tuntutan produktivitas, serta kecenderungan masyarakat perkotaan yang individualistik dapat membatasi kesempatan individu untuk membangun hubungan sosial yang mendalam. Dalam konteks ini, media sosial sering kali dijadikan alternatif untuk memenuhi kebutuhan sosial yang tidak terpenuhi di dunia nyata.

Adapun penelitian terkait sebelumnya dilakukan oleh Baihaqi (2025) yang berjudul Hubungan Antara Adiksi Internet Dengan Kesepian Pada Generasi Alpha Di Jakarta ditinjau berdasarkan dari generasi Alpha. Jumlah responden berjumlah 362 responden. Selanjutnya metode pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan dua instrument, yakni UCLA Loneliness scale dan the internet addiction test. Hasil penelitian diperoleh terdapat

hubungan adiksi internet dengan kesepian pada generasi alpha dengan nilai signifikansi sebesar 0.362 yang dikategorikan berkorelasi rendah.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya terdapat pada variabel penelitian intensitas penggunaan media sosial yang mengfokuskan pada pengguna platform Instagram dan subjek penelitian yaitu dari generasi Z dengan rentang umur 15-30 tahun. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kesepian pada generasi Z di Jakarta. Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh temuan Sikumbang, dkk (2024) yang menyatakan bahwa Instagram berpotensi menjadi alat penting dalam kehidupan sehari-hari sekaligus mencerminkan kebangkitan digital Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana penggunaan Instagram berimplikasi terhadap kondisi psikologis, khususnya kesepian, pada Generasi Z yang hidup di era digital. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial Instagram merupakan fenomena yang relevan untuk dikaji dalam hubungannya dengan kesepian pada generasi Z di Jakarta. Kompleksitas kehidupan perkotaan, tingginya penetrasi internet, serta karakteristik generasi Z sebagai generasi digital native menjadikan penelitian ini memiliki urgensi teoritis dan praktis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kesepian generasi Z”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kesepian pada generasi Z.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta memberikan kontribusi pada bidang psikologi sosial terkait hubungan intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan

keseharian pada generasi Z. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi landasan teoritis untuk mempermudah penelitian lebih lanjut tentang topik yang serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan generasi Z dapat mengetahui intensitas penggunaan media sosial secara ideal dan memperoleh informasi tentang implikasi keseharian yang mungkin dialami.

b. Bagi Pengguna Instagram

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi pengguna aplikasi media sosial khususnya Instagram agar dapat mengendalikan diri dalam menggunakan Instagram dan menyadari resiko dalam penggunaannya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber referensi mengenai intensitas penggunaan media sosial Instagram dan keseharian khususnya pada subjek penelitian generasi Z yang berada di Jakarta.