

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi pada era digital membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat. Kehadiran internet membuat masyarakat semakin mudah mendapatkan informasi, berkomunikasi, dan mengakses hiburan hanya melalui perangkat digital. Saat ini media sosial menjadi salah satu platform yang paling sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk mencari hiburan, tetapi juga menjadi tempat masyarakat melihat berbagai gambaran kehidupan sosial yang ditampilkan oleh pengguna media sosial lainnya.

Media sosial menghadirkan berbagai jenis konten yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara cepat dan terus-menerus. Salah satu konten yang cukup populer adalah konten keluarga. Konten keluarga biasanya menampilkan aktivitas sehari-hari keluarga, hubungan antar anggota keluarga, hingga momen kebersamaan yang terlihat harmonis dan hangat. Tidak sedikit pengguna media sosial yang merasa tertarik karena konten tersebut memberikan gambaran keluarga yang terlihat bahagia dan menyenangkan. Akibatnya, media sosial mulai menjadi salah satu referensi masyarakat dalam memahami konsep dinamika keluarga yang harmonis.

Generasi Z merupakan kelompok yang paling dekat dengan perkembangan media digital. Generasi ini lahir dan tumbuh di tengah perkembangan internet sehingga sangat akrab dengan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Twenge (2017) dalam bukunya “*iGen: Why Today’s Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*”, Generasi Z menjadikan media digital sebagai bagian penting dalam kehidupan sosial mereka. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi sumber informasi dan referensi dalam memahami berbagai aspek kehidupan sosial.

Menurut Boyd (2014) dalam bukunya yang berjudul “*It’s Complicated: The Social Lives of Networked Teens*”, media sosial telah menjadi ruang sosial baru bagi generasi muda untuk membangun identitas, berinteraksi, serta memahami lingkungan sosial mereka. Kehidupan yang ditampilkan di media sosial sering kali menjadi sumber referensi dalam membentuk pandangan individu mengenai suatu fenomena sosial. Dalam hal ini, Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai tempat untuk memahami hubungan sosial, termasuk mengenai kehidupan keluarga. Paparan konten yang dilakukan secara terus-menerus memungkinkan individu membentuk gambaran tertentu mengenai keluarga yang dianggap ideal. Oleh karena itu, media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap proses pembentukan persepsi pada Generasi Z.

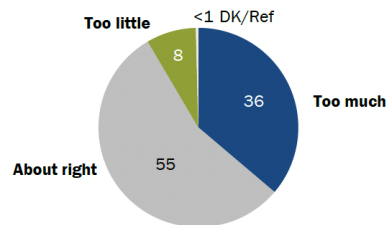
Di media sosial, pengguna dapat menemukan berbagai jenis konten, salah satunya konten keluarga. Konten ini biasanya menampilkan aktivitas

sehari-hari keluarga, hubungan antar anggota keluarga, hingga momen kebersamaan yang terlihat hangat dan harmonis. Tidak sedikit audiens yang merasa tertarik karena konten tersebut memberikan kesan keluarga yang akrab dan menyenangkan. Akibatnya, banyak orang mulai memiliki gambaran tertentu mengenai realitas keluarga dari apa yang mereka lihat di media sosial.

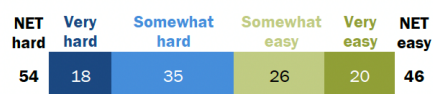
Selain itu, berdasarkan data dari Pew Research Center (Emily A. Vogels, 2022), Generasi Z memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Tingginya penggunaan media sosial tersebut membuat Generasi Z lebih sering terpapar berbagai jenis konten digital, termasuk konten keluarga. Paparan yang dilakukan secara terus-menerus memungkinkan individu membentuk pandangan tertentu mengenai hubungan keluarga dan kehidupan sosial. Dalam hal ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memiliki pengaruh terhadap cara individu memahami realitas sosial di sekitarnya.

54% of teens say it would be hard to give up social media

% of U.S. teens who say that overall, the amount of time they spend on social media is ...



% of U.S. teens who say it would be ___ for them to give up social media



Note: Teens refer to those ages 13 to 17. Figures may not add up to the NET values due to rounding. Those who did not give an answer are not shown.

Source: Survey conducted April 14-May 4, 2022.

"Teens, Social Media and Technology 2022"

PEW RESEARCH CENTER

Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial

Sumber: Pew Research Center

Di sisi lain, kondisi keluarga di Indonesia saat ini memperlihatkan berbagai persoalan sosial, salah satunya meningkatnya angka perceraian. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dalam (Farhan, 2025), angka perceraian di Indonesia masih tergolong tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Jawa Barat menjadi provinsi dengan angka perceraian tertinggi di Indonesia pada tahun 2024. Tingginya angka perceraian memperlihatkan bahwa masih banyak keluarga mengalami konflik dan ketidakharmonisan dalam kehidupan rumah tangga. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa kehidupan keluarga di masyarakat tidak selalu berjalan harmonis seperti yang sering ditampilkan di media sosial.

Data perceraian tersebut memperlihatkan adanya perbedaan antara realitas kehidupan keluarga dengan gambaran keluarga yang muncul di media sosial. Dalam kehidupan nyata, banyak keluarga menghadapi masalah komunikasi, konflik rumah tangga, hingga persoalan ekonomi. Namun di media sosial, keluarga justru lebih sering ditampilkan dalam bentuk yang harmonis, kompak, dan penuh kebersamaan. Perbedaan inilah yang kemudian menjadi menarik untuk dikaji, terutama bagaimana Generasi Z melihat dan memaknai representasi keluarga dari konten yang mereka lihat setiap hari.

Kondisi tersebut membuat banyak Generasi Z mulai memiliki gambaran tertentu mengenai keluarga yang mereka inginkan di masa depan. Media sosial kemudian menjadi salah satu tempat yang membentuk harapan mengenai hubungan keluarga yang harmonis. Konten keluarga yang dikonsumsi secara terus-menerus dapat memengaruhi cara individu memahami hubungan antar anggota keluarga, pola komunikasi keluarga, hingga bentuk kebersamaan keluarga. Tidak sedikit individu yang mulai membandingkan kehidupan keluarganya dengan gambaran keluarga yang mereka lihat di media sosial.

Konten keluarga yang muncul di media sosial pada akhirnya tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga dapat membentuk standar sosial tertentu mengenai hubungan keluarga. Audiens yang terus-menerus melihat gambaran keluarga yang hangat di media sosial berpotensi menjadikan konten tersebut sebagai referensi dalam memahami kehidupan keluarga. Dalam kondisi tertentu, media sosial bahkan dapat memunculkan ekspektasi mengenai

bagaimana karakteristik keluarga yang kuat dan harmonis seharusnya terlihat. Hal tersebut menjadi lebih kuat ketika konten yang ditampilkan berasal dari figur atau keluarga yang memiliki popularitas tinggi di media sosial.

Salah satu konten keluarga yang cukup populer di Indonesia adalah konten keluarga Gen Halilintar. Keluarga ini dikenal aktif membagikan kehidupan mereka melalui berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Konten yang mereka tampilkan biasanya memperlihatkan hubungan keluarga yang kompak, produktif, religius, dan penuh kebersamaan. Selain itu, mereka juga sering menampilkan kerja sama antar anggota keluarga, komunikasi yang aktif, serta dukungan emosional dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 1. 2 Gen Halilintar

Sumber: Instagram

Popularitas Gen Halilintar membuat banyak audiens, khususnya Generasi Z, menganggap keluarga tersebut sebagai referensi dalam melihat pola hubungan keluarga di era digital. Kehidupan keluarga yang terlihat harmonis membuat konten mereka tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga menjadi referensi sosial bagi sebagian audiens. Aktivitas keluarga yang ditampilkan secara konsisten kemudian membentuk kesan bahwa keluarga tersebut memiliki hubungan yang kuat dan harmonis. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap cara individu memandang kehidupan keluarga.

Namun demikian, penting untuk dipahami bahwa konten media sosial tidak selalu menggambarkan realitas yang sebenarnya. Menurut Erving Goffman (1959) dalam *The Presentation of Self in Everyday Life*, individu cenderung menampilkan sisi terbaik dirinya di hadapan publik. Di media sosial, konten yang diunggah biasanya telah melalui proses pemilihan, editing, serta pengemasan tertentu sehingga lebih menonjolkan sisi positif kehidupan. Oleh karena itu, kehidupan keluarga yang terlihat harmonis di media sosial belum tentu sepenuhnya sama dengan kondisi nyata yang dialami keluarga tersebut.

Menurut Goffman, individu cenderung melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) ketika tampil di hadapan publik. Dalam media sosial, pengguna umumnya hanya menampilkan bagian kehidupan yang dianggap menarik dan positif untuk dilihat audiens. Oleh karena itu, kehidupan keluarga yang terlihat harmonis di media sosial dapat dipahami sebagai hasil

konstruksi digital yang telah melalui proses pemilihan dan pengemasan tertentu. Meskipun demikian, representasi tersebut tetap memiliki pengaruh terhadap cara individu memahami realitas sosial, termasuk dalam membentuk gambaran mengenai hubungan keluarga.

Dengan adanya hal tersebut, konten keluarga di media sosial tetap memiliki pengaruh terhadap pembentukan cara pandang individu mengenai pola hubungan keluarga. Mengonsumsi konten yang dilakukan secara berulang dapat membentuk pemahaman dan penilaian tertentu mengenai hubungan keluarga yang dianggap harmonis. Pada penelitian ini ini, Generasi Z menjadi kelompok yang relevan untuk dikaji karena mereka memiliki intensitas tinggi dalam menggunakan media sosial dan menjadikan media digital sebagai bagian penting dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini menganalisis representasi keluarga tersebut menggunakan konsep *Family Strengths* menurut Nick Stinnett (1999). Konsep ini menjelaskan bahwa keluarga yang harmonis memiliki beberapa karakteristik, seperti komitmen keluarga, kasih sayang, komunikasi positif, kebersamaan, nilai spiritual, serta kemampuan menghadapi masalah Bersama. Konsep tersebut dipilih karena dianggap relevan dengan gambaran keluarga yang sering ditampilkan dalam konten Gen Halilintar di media sosial. Melalui konsep ini, peneliti ingin melihat bagaimana Generasi Z memaknai representasi keluarga berdasarkan konten keluarga yang mereka konsumsi di media sosial.

Penelitian mengenai pola hubungan keluarga dan media sosial sebelumnya telah banyak dilakukan. Namun sebagian besar penelitian masih berfokus pada komunikasi keluarga secara langsung atau penggunaan media sosial secara umum. Penelitian yang secara khusus membahas bagaimana konten keluarga di media sosial membentuk persepsi Generasi Z mengenai realita keluarga masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian ini menggunakan konten keluarga Gen Halilintar sebagai objek kajian juga masih belum banyak dilakukan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Zailani (2017) menunjukkan bahwa keluarga Gen Halilintar memiliki tingkat kedekatan yang tinggi antar anggota keluarga dan termasuk dalam kategori keluarga konsensual yang ditandai oleh komunikasi yang kuat serta hubungan yang erat di dalam keluarga. Temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan keluarga yang ditampilkan oleh Gen Halilintar tidak hanya terlihat melalui konten media sosial, tetapi juga telah menjadi objek kajian akademik yang menunjukkan adanya pola komunikasi keluarga yang positif.

Pemilihan Gen Halilintar sebagai objek penelitian bukan didasarkan pada asumsi bahwa mereka adalah representasi mutlak dari sebuah standar, melainkan karena tingginya eksposur dan popularitas mereka di media sosial. Kanal YouTube Gen Halilintar memiliki jutaan pelanggan dan miliaran tayangan, menjadikan mereka fenomena visual yang secara konsisten menyajikan dinamika keluarga besar beranggotakan 11 anak. Oleh karena itu, Gen Halilintar dalam penelitian ini diposisikan murni sebagai stimulus media

atau objek tontonan untuk melihat bagaimana Generasi Z merespons, memaknai, dan mengkritisi konten tersebut berdasarkan pengalaman pribadi mereka.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi Generasi Z terhadap konten keluarga keluarga Gen Halilintar di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana media sosial memengaruhi cara pandang Generasi Z terhadap kehidupan keluarga di era digital. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi digital dan komunikasi keluarga, khususnya mengenai pengaruh representasi keluarga di media sosial terhadap pembentukan persepsi masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana persepsi Generasi Z terhadap konten keluarga Gen Halilintar di media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan persepsi Generasi Z terhadap konten keluarga Gen Halilintar di media sosial.
2. Mengetahui bagaimana Generasi Z mengkritisi dan memaknai tayangan keluarga Gen Halilintar dengan menggunakan parameter *Family Strengths* menurut Nick Stinnett.
3. Memahami bagaimana latar belakang pengalaman keluarga di dunia nyata (*Field of Experience* dan *Frame of Reference*) memengaruhi cara masing-masing informan menafsirkan konten tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi keluarga dan media digital. Kajian ini dapat menjadi referensi yang relevan mengenai bagaimana pesatnya penggunaan platform digital memengaruhi cara pandang generasi muda dalam melihat dan merespons dinamika kehidupan sosial yang ada di sekitar mereka.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur akademis mengenai proses persepsi kualitatif (konstruktivisme). Melalui pendekatan teori persepsi tersebut, penelitian ini mampu membuktikan bahwa audiens secara aktif menafsirkan pesan media berdasarkan pengalaman pribadi mereka, dan bukan sekadar penerima pasif dari ilusi *Impression Management* (pengelolaan kesan) di panggung depan (*front stage*) media sosial.

1.3.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh media sosial terhadap pembentukan persepsi Generasi Z, khususnya dalam melihat bagaimana audiens membongkar ilusi tayangan visual berdasarkan pengalaman nyata mereka. Selain itu, penelitian ini mengembangkan kemampuan peneliti dalam menganalisis fenomena sosiologis dari sudut pandang komunikasi digital.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa konten keluarga di media sosial tidak selalu menggambarkan realitas kehidupan keluarga secara utuh. Konten yang ditampilkan di media sosial umumnya telah melalui proses pemilihan dan pengemasan tertentu sehingga lebih menonjolkan sisi positif kehidupan keluarga. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat lebih bijak dan kritis dalam memaknai konten keluarga yang dikonsumsi di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pengaruh media sosial terhadap cara pandang individu terhadap kehidupan sosial.

3. Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa konten keluarga di media sosial adalah produk hiburan yang telah melalui proses pengemasan (*editing*), sehingga tidak selalu menggambarkan realitas kehidupan secara utuh. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat lebih bijak dan kritis agar tidak menjadikan konten figur publik sebagai standar mutlak dalam kehidupan rumah tangga mereka.

4. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan tambahan kajian akademik mengenai komunikasi digital, media sosial, persepsi, serta komunikasi keluarga pada era digital. Hasil penelitian ini juga

diharapkan dapat digunakan sebagai sumber pendukung bagi penelitian selanjutnya yang membahas mengenai pengaruh media sosial terhadap pembentukan persepsi masyarakat. Selain itu, penelitian ini dapat memperluas kajian mengenai hubungan antara konten digital dan cara pandang Generasi Z terhadap kehidupan sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi digital dan komunikasi keluarga.