

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Generasi Alpha merujuk pada populasi yang lahir dalam kurun waktu 2010 hingga 2025. Nomenklatur ini pertama kali dikemukakan oleh pakar sosial asal Australia, Mark McCrindle, yang merupakan penerus dari penyebutan generasi pendahulunya, yakni Generasi Z (McCrindle, 2014). Sebagai generasi yang seluruh masa pertumbuhannya terjadi dalam lanskap digital, mereka hidup dengan teknologi seperti gawai pintar, internet, dan platform media sosial yang telah menjadi elemen integral dalam rutinitas harian mereka sejak kecil (Fadlurrohim, 2020).

Bagi Generasi Alpha, media sosial bukan sekadar sarana hiburan. Media sosial telah menjadi ruang utama tempat mereka mengekspresikan diri, mencari validasi sosial, dan membentuk identitas (Damayanti, 2024). Platform seperti TikTok telah mengubah pola interaksi dan ekspresi digital pada kelompok pengguna muda, di mana komunikasi kini tidak lagi semata berbasis teks, melainkan lebih banyak ditampilkan melalui konten visual dan simbolik (Andriani, 2024).

Tingkat partisipasi masyarakat Indonesia dalam ranah digital menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dan signifikan setiap tahunnya. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2025, jumlah pengguna internet di dalam negeri pada paruh kedua tahun tersebut telah mencapai 229.428.417 jiwa, dengan angka penetrasi yang menyentuh

80,66 persen dari total populasi. Data ini menegaskan betapa ekosistem digital di Indonesia telah berkembang sedemikian masif, sehingga kini mewadahi aktivitas keseharian lintas generasi, termasuk di dalamnya anak-anak. Lebih lanjut, APJII (2025) memaparkan bahwa Generasi Alpha berkontribusi sebesar 23,19 persen terhadap total pengguna internet, menjadikannya kelompok pengguna digital terbesar ketiga, setelah Generasi Z (25,54 persen) dan Milenial (25,17 persen).

Realitas ini menunjukkan bahwa media sosial telah menyatu dalam keseharian mereka. Bagi Generasi Alpha, platform tersebut tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat hiburan, melainkan telah berevolusi menjadi ruang penting bagi komunikasi interpersonal, pencitraan diri, pembangunan identitas di dunia maya, serta sarana untuk mengekspresikan diri secara terbuka.

Mengacu pada temuan APJII (2025), TikTok muncul sebagai platform media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi, yakni diisi oleh 35,17 persen pengguna aktif, sekaligus berhasil melampaui dominasi YouTube dan Facebook. Sebagai aplikasi, TikTok menawarkan layanan berbagi video pendek yang memungkinkan penggunanya untuk memproduksi dan menyebarkan konten audiovisual lintas berbagai macam tema (Omar, 2020).

Pada tahun 2022, TikTok menambahkan fitur repost (posting ulang). Fitur ini memfasilitasi pengguna untuk mendistribusikan konten milik orang lain secara langsung ke For You Page (FYP) pengikut mereka (Rakhmayanti, 2020). Keberadaan fitur ini menawarkan metode komunikasi yang sangat praktis dan efisien, memungkinkan pengguna menyampaikan pesan tanpa keharusan

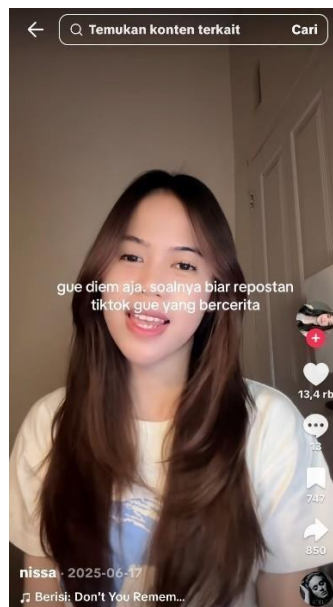
memproduksi konten orisinal. Fitur repost secara khusus memungkinkan pengguna untuk mendistribusikan ulang konten milik orang lain sehingga konten tersebut akan langsung muncul di For You Page (FYP) para pengikutnya.

Kehadiran fitur repost atau unggah ulang memicu transformasi pola keterbukaan diri (self-disclosure) di kalangan Generasi Alpha dalam aktivitas bermedia sosial. Secara teoretis, keterbukaan diri didefinisikan sebagai suatu proses interaksi interpersonal yang di dalamnya individu secara sadar membagikan informasi personal, gagasan, serta perasaan yang pada umumnya bersifat privat kepada lawan bicaranya DeVito (dalam Ansori, 2024) Sementara itu, platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menawarkan ruang digital yang memungkinkan setiap pengguna untuk secara aktif mengekspos kehidupan pribadi dan pandangan mereka kepada khalayak yang tidak terbatas, kapan pun dan di mana pun berada.

Jika Generasi Z dan Milenial umumnya menggunakan media sosial untuk melakukan kegiatan self-disclosure dengan membuat konten sendiri seperti foto, video opini, atau cerita pribadi maka Generasi Alpha memilih cara yang berbeda. Generasi Z memilih untuk melakukan fitur repost sebagai kegiatan self-disclosure mereka. Alih-alih mengkonstruksi perasaannya dengan membuat konten mereka lebih suka melakukan repost konten milik orang lain yang dirasa mewakili perasaan mereka saat itu.

Kemudahan fitur ini yang hanya membutuhkan satu kali sentuhan tanpa perlu mengunduh, mengedit, atau menulis teks tambahan membuat tindakan self

disclosure melalui kurasi konten berlangsung dengan sangat cepat dan impulsif. Dengan kemudahan ini, proses pengungkapan diri yang dalam komunikasi langsung terjadi secara bertahap dan penuh pertimbangan, kini bisa terjadi hanya dalam hitungan detik.

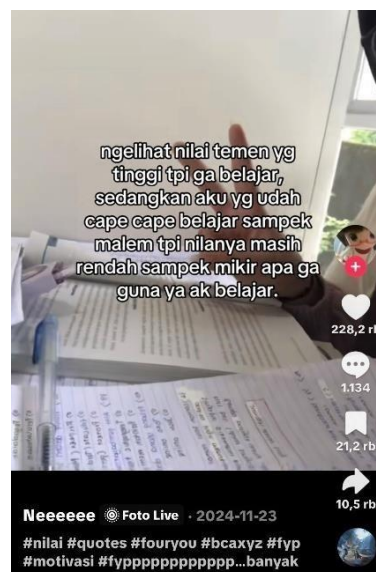


Gambar 1.1 Video Tiktok salah satu pengguna yang mengungkapkan bahwa dia diam namun repost konten tiktoknya yang berbicara

Sumber: @nissanakita via tiktok

Jika mereka sedang merasa gagal mendapatkan nilai bagus mereka akan me-repost video dengan kata-kata seperti “ngelihat nilai temen yg tinggi tpi ga belajar, sedangkan aku yg udah cape cape belajar sampek malem tpi nilanya masih rendah sampek mikir apa ga guna ya ak belajar” .Jika mereka tidak punya teman di kehidupan mereka, mereka akan me-repost konten video seperti mereka insecure, merasa tidak berharga dan kesepian karena tidak memiliki teman atau tempat

cerita “dibalik semua pertemanan gue, gue selalu bingung mau balik ke siapa karna gue gapunya temen yg tau gue sebenarnya gimana, gaada yg tau baik buruknya gue, gaada yg tau segala sesuatu dihidup gue. ternyata gue hanya sekedar kenal banyak orang dan gue gapunya teman yg bener bener teman.” Pemilihan konten tersebut bukan tanpa alasan. Lebih lanjut, tindakan presentasi diri yang dilakukan berulang kali melalui kurasi konten tersebut pada akhirnya juga menjadi bentuk pengungkapan diri atau *self-disclosure*, meski sering terjadi tanpa disadari oleh penggunanya.



Gambar 1.2 Konten yang mengandung kalimat self-disclosure

Sumber: @flyanee15 via tiktok

Mereka cenderung menganggap akun media sosial mereka seperti buku harian pribadi, Meski terlihat seperti hal kecil dan sepele, tindakan ini sebenarnya memiliki dampak yang cukup besar, Kenyataannya konten yang akan langsung muncul di For You Page (FYP) pengikut mereka. Semua orang

yang mengikuti mereka bisa melihat dan menilai apa yang mereka bagikan.

Para pengikut mereka diam-diam sudah membentuk penilaian dan kesan tersendiri berdasarkan konten-konten yang sering direpost. Misalnya, jika seseorang sering merepost video humor tertentu, video tentang topik tertentu, atau konten dari komunitas tertentu, maka pengikutnya akan mulai membangun gambaran tentang kepribadian, minat, dan nilai-nilai orang tersebut,



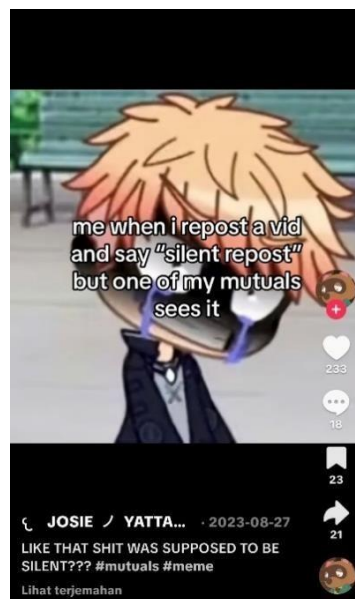
Gambar 1.3 Tampilan For You Page pengguna Tiktok menunjukkan repost konten tiktok orang yang diikuti

Sumber: Tiktok

Hal ini berkaitan dengan teori *Self-presentation* yang merupakan proses di mana seseorang mengelola dan memengaruhi kesan yang dibentuk orang lain terhadap dirinya. Self-presentation mencakup berbagai perilaku, termasuk cara berpakaian, berbicara, dan berinteraksi dengan orang lain. Penting untuk dicatat

bahwa self-presentation dapat terjadi baik secara sadar maupun tidak sadar, di mana seseorang sering kali terjebak dalam pola perilaku yang sudah menjadi kebiasaan (Miller, 2020).

Menurut penelitian terdahulu oleh Rahayu & Hero (2022) Foto dan video yang diunggah melalui instagram dapat membuat orang lain mengetahui dan mengenal diri kita, maka dari itu konstruksi identitas di media sosial dapat terbentuk. Dalam fenomena ini kegiatan postingan generasi alpha melalui repost konten tiktok menjadi kegiatan Pembangunan identitas virtual mereka.



Gambar 1.4 Konten pengguna tiktok yang menunjukkan rasa malu ketika sadar bahwa repost konten mereka dilihat oleh pengikut mereka

Sumber: @yattadaily via tiktok

Ketika anak Generasi Alpha secara konsisten merepost konten sedih atau cemas, tindakan itu bukan untuk membangun citra yang baik, melainkan sebagai ungkapan jujur tentang kondisi emosional yang sedang dialaminya. Ini menunjukkan bahwa media sosial bagi Generasi Alpha berfungsi bukan hanya

sebagai ruang pencitraan, tetapi juga sebagai ruang untuk mencari validasi atas perasaan yang mereka rasakan.

Kemudahan fitur repost tersebut, jika dikombinasikan dengan cara kerja algoritma TikTok, dapat menciptakan dampak yang perlu diperhatikan secara serius. Algoritma *For You Page* TikTok bekerja berdasarkan riwayat interaksi pengguna, di mana setiap tindakan seperti menonton konten lebih lama, menekan *like*, berkomentar, maupun melakukan repost dijadikan sinyal untuk menampilkan konten serupa secara terus-menerus. Akibatnya, ketika seorang pengguna Generasi Alpha berulang kali merepost konten bermuatan emosi negatif seperti kesedihan atau kecemasan, algoritma akan semakin banyak menyajikan konten sejenis di FYP-nya.

Dalam penggunaan akses digital yang masih sederhana pada anak, diperlukan pendampingan yang intensif, terutama bagi anak usia dini. Hal ini penting mengingat literasi digital menjadi kemampuan dasar yang harus dikenalkan sejak awal, disertai dengan pengawasan yang berkelanjutan (Handayani, 2022). Pada usia tersebut, anak-anak umumnya belum memahami bahwa konten yang muncul di beranda mereka merupakan hasil kurasi algoritma yang dirancang untuk meningkatkan durasi penggunaan, bukan merepresentasikan realitas yang sebenarnya. Ketidaktahuan ini membuat mereka cenderung mengonsumsi, mempercayai, bahkan merepost konten serupa tanpa kemampuan untuk menyaring atau mengevaluasinya secara kritis.

Di sisi lain, kondisi ini juga kurang mendapat pengawasan dari orang tua. Karena konten yang di-repost tidak selalu terlihat secara jelas di halaman profil utama seperti unggahan video biasa, orang tua sering kali tidak menyadari bahwa anak mereka sedang melakukan proses self-disclosure yang cukup kompleks dan berdampak luas.

Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti bermaksud untuk menggali lebih dalam pengalaman subjektif dari fenomena tersebut, mengetahui motivasi utamanya, bentuk-bentuk self-presentation dan self-disclosurenya serta melihat sejauh mana tingkat kesadaran subjek terkait citra digital yang mereka bentuk. Berdasarkan pemaparan rumusan masalah tersebut, maka peneliti merangkumnya dalam sebuah usulan skripsi yang berjudul: “*Self Presentation dan Self Disclosure* Generasi Alpha Melalui Fitur Repost Konten TikTok”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakan masalah di atas, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana bentuk *self-presentation* yang dilakukan Generasi Alpha melalui fitur repost konten TikTok?
- 2) Bagaimana bentuk *self-disclosure* Generasi Alpha melalui penggunaan fitur *repost* konten di media sosial TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Mengetahui bentuk *self-presentation* yang dilakukan Generasi Alpha

melalui fitur *repost* konten TikTok

- 2) Mengetahui bagaimana bentuk *self-disclosure* Generasi Alpha melalui penggunaan fitur *repost* konten di media sosial TikTok

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami konsep *self-presentation* dan *self-disclosure* pada kelompok pengguna muda di platform berbasis kurasi konten.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi orang tua, pendidik, dan pengambil kebijakan dalam merancang program literasi digital yang lebih tepat sasaran bagi generasi alpha.