KOMUNIKASI INTERPERSONAL GENERASI Z DAN GENERASI MILENIAL DALAM MENGEKSPRESIKAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Muhamad Rasyid Ridho*¹
Saepudin²

^{1,2} Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi

*e-mail: muhamadrasyid54@gmail.com¹, af.unisma@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini membahas penggunaan media sosial Instagram oleh Generasi Z dan Generasi Milenial untuk mengetahui ekspresi diri di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan teori Johari Window Self-Disclosure sebagai dasar untuk menjelaskan tingkat keterbukaan dalam mengekspresikan diri antara generasi Z dan generasi Milenial dalam menggunakan Instagram dan mengeksplorasi lebih dalam tentang berbagai aspek diri mereka yang mungkin tidak mereka sadari sebelumnya. Data ini diperoleh melalui wawancara dengan informan dari dua Generasi Z dan Generasi Milenial yang aktif dalam menggunakan Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan Generasi Z cenderung lebih aktif dalam memberikan informasi dan menggunakan berbagai fitur Instagram untuk mengekspresikan diri mereka secara spontan dan interaktif. Mereka lebih terbuka dalam berbagi momen sehari-hari dan lebih responsif terhadap feedback dari pengikut mereka. Sebaliknya, Generasi Milenial lebih selektif dalam berbagi informasi, lebih fokus pada pencapaian profesional dan hobi, serta lebih berhati-hati dalam menjaga privasi dan membangun branding diri.

Kata kunci: Generasi Z, Milenial, Ekspresi Diri, Instagram

Abstract

This study examines the use of Instagram as a social media platform by Generation Z and Millennials to understand in self-expression. The Johari Window Self-Disclosure theory serves as the foundation for analyzing the openness level in expressing themselves between Generation Z and Millennials while exploring various aspects of their identity they may not yet fully realize. The data were collected through interviews with informants from Generation Z and Millennials who are active Instagram users. The results show that Generation Z tends to be more active in sharing information and using Instagram's features for spontaneous and interactive self-expression. They are more open about sharing daily moments and respond more readily to feedback from their followers. In contrast, Millennials are more selective in sharing information, focusing on professional achievements and hobbies while maintaining a cautious approach to privacy and self-branding.

Keywords: Generation Z, Millennials, Self-Expression, Instagram

PENDAHULUAN

Generasi Z dan Generasi Milenial, dua kelompok yang tumbuh dalam periode yang berbeda, memiliki karakteristik unik dalam penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Generasi Milenial lahir antara tahun 1980 hingga 2000, dan dikenal sebagai generasi yang adaptif dengan perkembangan teknologi. Sebaliknya, Generasi Z yang lahir pada rentang tahun 2001-2010, tumbuh di era teknologi yang lebih maju, menjadikan mereka sangat akrab dengan media sosial sejak usia dini. Penggunaan Instagram oleh kedua generasi ini menjadi topik yang menarik untuk dipelajari, terutama dalam konteks ekspresi diri.

Generasi Z sering disebut sebagai "digital native" karena mereka terbiasa dengan teknologi sejak kecil, termasuk penggunaan smartphone dan media sosial seperti Instagram. Mereka cenderung lebih terbuka dalam mengekspresikan diri dan memanfaatkan Instagram untuk berbagi momen-momen pribadi. Sementara itu, Generasi Milenial lebih berhati-hati dalam memanfaatkan media sosial dan sering menggunakannya untuk personal branding serta menjaga citra diri secara profesional. Kedua generasi ini memiliki pendekatan yang berbeda dalam menyeimbangkan antara keterbukaan diri dan privasi di media sosial.

Instagram menjadi platform yang populer di kalangan Generasi Z dan Milenial, dengan lebih dari 122 juta pengguna di Indonesia pada tahun 2024. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa mayoritas pengguna media sosial berasal dari kedua generasi ini. Generasi Z lebih sering menjalin koneksi sosial yang cepat dan luas, sedangkan Generasi Milenial cenderung mempertahankan keterhubungan yang lebih mendalam. Perbedaan ini memperlihatkan cara kedua generasi menggunakan Instagram sebagai alat untuk membangun identitas digital mereka.

Ekspresi diri di Instagram menjadi fokus utama dalam penelitian ini, karena kedua generasi tidak hanya sebagai konsumen konten, tetapi juga sebagai produsen konten yang aktif. Instagram memberikan ruang bagi mereka untuk menyampaikan pesan, mengekspresikan emosi, dan berinteraksi dengan pengikut mereka. Dalam konteks budaya Indonesia yang sangat visual, memahami cara Generasi Z dan Milenial menggunakan Instagram membantu kita lebih memahami dinamika interaksi sosial digital di era modern ini.

Penelitian terkait ekspresi diri di media sosial menunjukkan bahwa Instagram merupakan sarana utama bagi generasi muda untuk mengekspresikan diri dan menjalin interaksi sosial. Kajian pustaka dari penelitian sebelumnya, seperti Asyari (2021), menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai alat pertukaran informasi dan ekspresi diri di kalangan mahasiswa. Penelitian ini mencoba memahami bagaimana kedua generasi ini memanfaatkan platform Instagram untuk mengungkapkan identitas mereka secara online, serta melihat perbedaan pola interaksi sosial di antara keduanya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan perilaku keterbukaan diri (self-disclosure) antara Generasi Z dan Milenial di Instagram. Dengan semakin pentingnya Instagram dalam kehidupan digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana kedua generasi tersebut membangun dan menyampaikan identitas digital mereka. Studi ini juga diharapkan memberikan panduan bagi pengguna media sosial tentang pentingnya menjaga keseimbangan antara keterbukaan diri dan privasi di *platform* digital.

KAJIAN LITERATUR

Self Disclosure

Teori *Self Disclosure*, yang juga dikenal sebagai Jendela Johari, mengacu pada proses berbagi informasi pribadi, pengalaman, dan perasaan dengan orang lain. Dalam konteks ini, keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada kepercayaan antara individu yang terlibat (Nova, 2019; Afrilia & Arifina, 2020). Model Jendela Johari membagi kesadaran diri menjadi empat bagian: *Open self*, *Blind self*, *Hidden Self*, dan *Unknown self*. Setiap bagian saling mempengaruhi satu sama lain dalam konteks hubungan interpersonal, yang menunjukkan betapa pentingnya self-disclosure dalam membangun koneksi yang mendalam antara individu.

(1) *Open self* (terbuka) *Open self* atau wilayah terbuka merupakan suatu keadaan dimana seseorang saling terbuka terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Pada wilayah terbuka ini, seseorang akan terbuka mengenai sifat, perasaan, kesadaran, perilaku, dan motivasi. *Open self* dalam ilmu psikologi digambarkan dengan sifat *extrovert* pada diri seseorang. Orang yang berada pada wilayah terbuka lebih mudah menjalin komunikasi dengan siapapun. Hal ini berpengaruh terhadap interaksi antara individu atau kelompok dan didunia maya sekalipun untuk menciptakan komunikasi yang efektif. 2.

(2) *Blind self* (buta) *Blind self* atau wilayah buta merupakan kondisi dimana orang lain dapat memahami sifat, perasaan, pikiran, dan motivasi seseorang, tetapi orang tersebut tidak dapat memahami dirinya sendiri. Wilayah buta ini sering terjadi dalam interaksi manusia yang dapat menimbulkan kesalahpahaman atau permasalahan lainnya. Seseorang yang berada dalam *blind self* cenderung tidak dapat menciptakan komunikasi efektif, sehingga menimbulkan permasalahan. Misalnya, orang yang biasanya bersikap 'sok' asik ketika di sosial media Instagram, padahal dirinya sendiri merupakan seorang yang pendiam. Ia tidak dapat menilai dirinya sendiri sebagaimana sifat, perilaku, dan pikiran yang ia miliki, tetapi orang lain dapat menilainya.

(3) *Hidden self* (tersembunyi) *Hidden self* atau wilayah tersembunyi/rahasia adalah keadaan di mana individu memiliki kemampuan untuk menyembunyikan atau merahasiakan sebagian hal

yang dianggap tidak perlu diungkapkan kepada orang lain. Aspek-aspek ini bisa mencakup sifat, perilaku, motivasi, atau pikiran. Sebagai contoh, seseorang yang aktif membagikan kesehariannya di media sosial Instagram dengan ekspresi sedih mungkin tidak ingin mempublikasikannya kepada semua pengikutnya, dan lebih memilih menggunakan fitur Close Friends. Namun, hal tersebut tidak menjamin bahwa individu tersebut akan sepenuhnya terbuka di feeds, instastory. Ada beberapa orang yang merasa malu, takut, atau kecewa jika harus mempublikasikan perasaan mereka secara terbuka kepada semua pengikut.

(4) *Unknown self* (tidak diketahui) *Unknown self* atau wilayah tak dikenal mencerminkan kondisi di mana seseorang tidak dapat memahami dirinya sendiri, bahkan orang lain juga tidak dapat mengenalinya. Ini termasuk informasi seperti bakat atau potensi tersembunyi seseorang. *Unknown self* sering disebut sebagai konsep diri tertutup.

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses interaksi yang melibatkan penyampaian dan penerimaan pesan antara komunikator dan penerima, baik secara langsung maupun tidak langsung (Suranto, 2011). Dalam komunikasi interpersonal, setiap individu memiliki kemampuan untuk memberikan umpan balik yang cepat, baik melalui ekspresi verbal maupun nonverbal. Joseph A. DeVito dalam bukunya "The Interpersonal Communication Book" (2013) menegaskan bahwa komunikasi ini bersifat transaksional, di mana pihak-pihak yang terlibat saling bergantung satu sama lain dalam proses komunikasi yang dinamis dan terus mengalami perubahan.

Seiring perkembangan teknologi, platform media sosial seperti Instagram telah mengubah cara generasi Z dan milenial berkomunikasi. Instagram menjadi medium yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri melalui foto, video, dan cerita yang sering kali mencerminkan elemen self-disclosure. Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal menjadi sangat relevan untuk memahami bagaimana kedua generasi ini menggunakan platform tersebut untuk membangun hubungan dan mengekspresikan identitas mereka secara online (Asyari, 2021).

Generasi Z dan Milenial

Generasi Z, yang lahir antara tahun 2001 hingga 2010, dikenal sebagai generasi internet karena tumbuh di era teknologi yang sangat maju. Mereka memiliki karakteristik unik seperti ambisi tinggi, kebebasan berekspresi, dan ketergantungan pada teknologi (Bhakti & Safitri dalam Astuti, 2021). Sementara itu, generasi milenial, yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000, juga menunjukkan pola komunikasi yang berbeda, dengan kecenderungan lebih mempercayai informasi yang dikemas secara personal dan lebih aktif dalam menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan teman sebaya (Zisa, 2021).

Dengan memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi, kedua generasi ini dapat mengekspresikan kepribadian mereka dan berbagi pengalaman hidup dengan lebih luas. Ini menciptakan ruang bagi mereka untuk saling memahami dan membangun koneksi yang lebih dalam melalui proses self-disclosure. Oleh karena itu, memahami teori komunikasi interpersonal dan self-disclosure sangat penting untuk menggambarkan perilaku serta interaksi generasi Z dan milenial di dunia digital saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menggambarkan dan menjelaskan peristiwa yang berkaitan dengan ekspresi diri generasi Z dan generasi milenial di media sosial Instagram. Unit analisis yang dipilih adalah individu pengguna Instagram dari kedua generasi, dengan fokus pada dua pengguna dari generasi Z dan dua pengguna dari generasi milenial serta pengikut mereka yang merupakan teman di dunia nyata. Untuk mendapatkan perspektif yang lebih mendalam, penelitian ini juga melibatkan key informan, yaitu A AK Sri Wiraswati, M.Psi, seorang psikolog klinis dengan pengalaman di bidang pengembangan diri, yang diharapkan dapat memberikan wawasan tentang dinamika psikologis generasi muda. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, di mana delapan informan yang aktif di Instagram

dan memiliki lebih dari 1000 pengikut dipilih untuk memastikan keterbukaan dalam berbagi opini dan pengalaman mereka.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini berupa kutipan wawancara yang telah dikumpulkan untuk menggambarkan pandangan informan mengenai cara mereka menggunakan Instagram untuk mengekspresikan diri, yang terdiri dari 2 Generasi Z dan 2 Generasi Milenial. Ekspresi diri merupakan cara seseorang mengungkapkan pikiran, perasaan, dan pengalaman mereka kepada orang lain. Menurut Derlega, Metts, Petronio, dan rekan-rekan dalam Leung (2002), ekspresi diri melibatkan ungkapan dari hati yang tercermin dalam ekspresi wajah, seperti menunjukkan perasaan senang, kecewa, ketidakpuasan, dan lain-lain yang terlihat dari raut wajah seseorang. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mencari perbedaan dalam cara kedua generasi tersebut mengekspresikan diri di Instagram.

Wilayah Terbuka (*Open Self*)

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa kebiasaan informan dalam menggunakan *platform* media sosial Instagram terkait dengan Teori Johari Window. Penelitian melibatkan empat Generasi Z dan empat Generasi Milenial yang memberikan wawasan tentang cara mereka menggunakan Instagram sebagai saluran ekspresi diri dan interaksi dengan orang lain. Salah satu hal yang diamati adalah wilayah terbuka (*Open Self*) dalam Teori Johari Window, yang mencerminkan bagian dari diri seseorang yang secara sukarela diungkapkan kepada orang lain. Dalam konteks Instagram, informan secara aktif menggunakan *platform* ini untuk membagikan aspek-aspek kehidupan mereka kepada pengikut mereka, termasuk aktivitas sehari-hari, perasaan emosional, dan momen yang dianggap penting untuk dibagikan. Dengan demikian, informan berharap untuk dikenal dan diakui oleh para pengikut mereka melalui konten yang mereka bagikan.

Wilayah Tertutup (*Hidden Self*)

Selain wilayah terbuka (*Open Self*), penelitian ini juga mengungkapkan keberadaan wilayah tertutup (*Hidden Self*) dalam penggunaan Instagram oleh informan. Pada bagian ini mengkaji aspek-aspek yang tidak secara langsung dibagikan oleh para informan di Instagram. Meskipun mereka aktif berbagi konten di *platform* ini, informan menyadari bahwa tidak semua informasi tentang diri mereka harus diunggah secara publik. Mereka memiliki kesadaran tentang batasan privasi dan kepekaan terhadap aspek-aspek pribadi yang tidak ingin mereka ungkapkan kepada publik melalui Instagram. Berdasarkan wawancara yang telah dianalisis, terdapat beberapa tema umum yang mencerminkan wilayah tertutup dari diri mereka.

Dapat ditemukan bahwa para informan, baik dari Generasi Z maupun Milenial, menunjukkan kesadaran tinggi terhadap pentingnya menjaga privasi di Instagram, mencerminkan wilayah tertutup (*Hidden Self*) dalam Teori Johari Window. Mereka menggunakan berbagai cara untuk menjaga privasi, seperti menggunakan fitur Close Friends untuk konten yang lebih pribadi dan berhati-hati dalam memilih konten yang akan dibagikan kepada publik. Contohnya, Putri dan Riski lebih suka menggunakan *close friends* untuk berbagi konten yang lebih personal, sementara Reiner memilih untuk membagikan momen ceria dan menghindari hal-hal pribadi atau sedih dan Dede memilih untuk tidak membagikan hal yang sensitif seperti masalah masalah keluarga dan hubungan pribadi. Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa meskipun mereka aktif di Instagram, mereka tetap menjaga batasan yang jelas antara kehidupan pribadi dan konten yang mereka bagikan, mencerminkan kesadaran akan perlindungan privasi dalam penggunaan media sosial.

Wilayah Buta (*Blind Self*)

Bagian lain dari Teori Johari Window yang relevan dengan kebiasaan informan dalam menggunakan Instagram adalah wilayah buta (*Blind Self*). Wilayah ini menggambarkan situasi di mana orang lain dapat memahami karakteristik, perasaan, pikiran, dan motivasi seseorang, namun individu tersebut sendiri tidak sepenuhnya menyadari aspek tersebut tentang diri mereka sendiri. Dalam konteks penggunaan Instagram, hal ini mungkin terjadi ketika informan

membagikan konten yang kemudian diterima atau diinterpretasikan dengan cara yang berbeda oleh orang lain.

Dalam hasil wawancara, perbedaan antara Generasi Z dan Milenial dalam penggunaan Instagram terlihat pada cara mereka mengatur konten dan mengelola privasi. Generasi Z, seperti Putri dan Riski cenderung lebih terbuka dan ekspresif dalam berbagi momen, namun sering kali tidak sepenuhnya menyadari dampak atau persepsi orang lain terhadap konten mereka, yang mencerminkan aspek Blind Self. Sementara itu, Milenial, seperti Dede dan Reiner, lebih berhati-hati dalam memilih konten yang akan dibagikan dan lebih sadar akan bagaimana konten mereka dilihat oleh orang lain, meskipun masih ada aspek Blind Self yang belum sepenuhnya mereka pahami. Perbedaan ini mencerminkan pendekatan yang lebih eksploratif dan terbuka dari Generasi Z, sementara Milenial menunjukkan kontrol yang lebih besar dan kesadaran yang lebih tinggi terhadap persepsi publik dalam penggunaan Instagram.

Dari hasil wawancara dalam penggunaan Instagram, area tidak diketahui (*Unknown Self*) muncul ketika informan tanpa sadar memposting sesuatu yang sebenarnya tidak ingin dilihat oleh publik, menunjukkan bahwa ada aspek diri mereka yang belum sepenuhnya mereka pahami atau temukan. Putri sering ragu tentang apa yang ingin dia tunjukkan, Riski hanya berbagi konten dengan teman dekat tanpa sepenuhnya memahami motivasi mereka, Dede dan Reiner hampir menyadari tujuan mereka menggunakan Instagram untuk ekspresi diri dan branding. Perbedaan antara informan terletak pada tingkat kesadaran mereka terhadap aspek-aspek yang belum terungkap dari diri mereka, dengan beberapa sudah hampir sepenuhnya menyadari potensi dan motivasi mereka, sementara yang lain masih dalam proses eksplorasi dan pemahaman. Generasi Z yang belum sepenuhnya sadar motivasi dan tujuannya sedangkan Milenial seperti Reiner dan Dede bisa dikatakan hampir menyadari motivasi dan tujuan dia menggunakan Instagram yang sebelumnya dia pahami. Hal ini menunjukkan area tidak diketahui Generasi Z lebih terbuka daripada Milenial.

Pembahasan

Wilayah terbuka adalah bagian diri yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain. Para informan berbagi momen penting dan aktivitas sehari-hari di Instagram. Misalnya, Putri menggunakan Instagram untuk berbagi cerita, informasi, dan pencapaian pribadi. Temuan ini sesuai dengan teori Johari Window, di mana wilayah terbuka mencakup informasi yang disadari dan dibagikan kepada orang lain. Di Instagram, pengguna cenderung membagikan momen-momen bahagia, pencapaian, dan aktivitas sehari-hari yang mereka rasa nyaman untuk dilihat oleh publik. Instagram menjadi platform yang efektif untuk mengekspresikan diri karena fiturnya yang mendukung berbagi konten visual. Penggunaan Instagram sebagai media berbagi cerita dan informasi menunjukkan bahwa platform ini memenuhi kebutuhan dasar manusia untuk diakui dan terhubung dengan orang lain. Keterbukaan ini juga menunjukkan kepercayaan diri pengguna dalam berbagi bagian dari hidup mereka dengan audiens yang lebih luas.

Wilayah tertutup mencakup aspek diri yang diketahui oleh diri sendiri tetapi disembunyikan dari orang lain. Kesimpulannya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik Generasi Z maupun Milenial memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya menjaga privasi di Instagram. Meskipun mereka aktif berbagi konten di platform ini, mereka secara selektif memilih apa yang akan dibagikan secara publik dan apa yang akan disimpan untuk diri sendiri atau teman-teman terdekat. Beberapa informan, seperti Putri dan Riski secara aktif menggunakan fitur Close Friends untuk membatasi akses ke konten yang lebih pribadi. Mereka hanya membagikan hal-hal yang bersifat lebih intim kepada lingkaran kecil teman-teman dekat mereka. Putri mengungkapkan bahwa ia tidak ingin semua orang mengetahui hal-hal sedih atau masalah privasinya, sehingga ia memilih untuk membagikan konten tertentu hanya kepada Close Friends. Riski juga mengakui bahwa mereka sering menggunakan fitur Close Friends untuk menjaga privasi mereka, terutama terkait dengan hubungan pribadi dan momen-momen yang lebih sensitif.

Di sisi lain, informan seperti Reiner lebih memilih untuk menampilkan konten yang ceria dan positif di Instagram mereka, menghindari membagikan momen-momen sedih atau masalah pribadi. Reiner lebih suka mengunggah konten yang mencerminkan kebahagiaan dan keceriaan,

sementara Dede memilih-milih apa yang akan dibagikan di Instagram, lebih memilih untuk tidak membagikan detail-detail yang lebih sensitif atau pribadi.

Dede juga menunjukkan kehati-hatian dalam membagikan konten di Instagram. Dia memilih untuk tidak membagikan detail kehidupan pribadi dan hal-hal yang dianggap sensitif atau berpotensi merugikan. Dengan berbagai strategi ini, mereka dapat menjaga batasan yang jelas antara kehidupan pribadi dan apa yang mereka bagikan di Instagram, menunjukkan bahwa meskipun mereka aktif menggunakan media sosial, mereka tetap berhati-hati dalam membagikan informasi pribadi. Pengguna Instagram cenderung menyembunyikan aspek-aspek tertentu dari diri mereka untuk melindungi privasi dan menjaga citra diri. Ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan ruang untuk ekspresi diri, pengguna tetap sadar akan batasan dan potensi dampak negatif dari keterbukaan yang berlebihan. Oleh karena itu, pengguna menggunakan fitur-fitur seperti "Close Friends" untuk berbagi secara selektif dengan lingkaran yang lebih dekat.

Wilayah buta adalah aspek diri yang tidak disadari oleh diri sendiri tetapi diketahui oleh orang lain. Informan kadang-kadang menerima umpan balik atau komentar dari orang lain yang mengungkapkan sesuatu yang tidak mereka sadari sebelumnya. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa banyak pengguna Instagram, baik dari Generasi Z maupun Milenial, memiliki wilayah buta (Blind Self) yang cukup signifikan dalam interaksi mereka di platform tersebut. Penggunaan fitur-fitur Instagram seperti Close Friends, instastory, dan feed posting mengungkapkan bahwa terdapat perbedaan antara bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri dan bagaimana orang lain memandang mereka.

Putri, misalnya, sering merasa insecure dan menggunakan postingan sebagai cara untuk "mengetes ombak" guna melihat reaksi orang lain. Meskipun ia mendapatkan respons positif, hal ini menunjukkan bahwa ada ketidaksadaran tentang betapa positifnya penilaian orang lain terhadapnya. Ananda, seorang followers Putri, mempertegas hal ini dengan menyatakan bahwa foto-foto yang diunggah Putri selalu terlihat estetik dan menunjukkan kepercayaan diri, meskipun Putri sendiri merasa tidak demikian. Riski merasa Instagram adalah platform ideal untuk personal branding, tetapi ia tidak sepenuhnya menyadari bagaimana orang lain melihat kontennya. Eka, salah satu pengikutnya, memberikan pandangan bahwa meskipun beberapa konten dianggap estetik oleh Riski, audiensnya mungkin tidak selalu memiliki pandangan yang sama. Namun, kreativitas Riski tetap dihargai. Sigit menyadari bahwa postingannya dapat memicu percakapan dengan teman-temannya, yang menunjukkan dampak sosial dari kontennya.

Pada generasi Milenial Dede tidak menyadari bagaimana orang lain menafsirkan konten yang dia bagikan. Dhimas memberikan pandangan bahwa meskipun Dede tidak memiliki tujuan spesifik dalam membagikan konten, postingannya memberikan gambaran lebih dalam tentang dirinya, terutama melalui repost musik dan konten motivasi. Reiner sering merasa hasil karyanya biasa saja, namun mendapat respons positif dari klien-kliennya. Firdaus, seorang pengikut Reiner, menegaskan bahwa karya-karya Reiner dianggap berkualitas tinggi oleh orang lain meskipun Reiner sendiri merasa biasa saja.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan Perbedaannya terletak pada bagaimana masing-masing individu dari Generasi Z dan Milenial memahami dan bereaksi terhadap persepsi orang lain terhadap konten mereka di Instagram. Generasi Z cenderung lebih terbuka dan ekspresif dalam berbagi, sering kali tanpa menyadari dampak atau persepsi orang lain, seperti yang terlihat pada Putri. Sementara itu, Milenial seperti Dede dan Reiner lebih cenderung tidak menyadari nilai sebenarnya dari konten mereka atau bagaimana konten tersebut memengaruhi persepsi orang lain, meskipun mereka mungkin tidak berbagi sebanyak Generasi Z. Kesadaran akan Blind Self dapat membantu kedua generasi memahami perbedaan ini dan menyesuaikan perilaku mereka di media sosial untuk lebih baik.

Wilayah tidak diketahui mencakup aspek diri yang tidak disadari oleh diri sendiri maupun orang lain. Beberapa informan menyebutkan bahwa mereka kadang tidak yakin dengan apa yang ingin mereka ekspresikan di Instagram. Misalnya, Putri Sari Handini mengatakan, "Pernah, kadang tuh gatau apa yang sebenarnya mau aku tunjukkan di Instagram. Ada momen di mana aku posting sesuatu terus kadang mikir, 'Kenapa ya aku posting ini?'" (Wawancara informan 1, Putri

Sari Handini, 2024). Wilayah tidak diketahui dalam teori Johari Window menunjukkan bahwa ada bagian dari diri yang belum ditemukan atau dipahami oleh individu maupun orang lain. Dalam konteks penggunaan media sosial, ini bisa berarti ketidakpastian dalam menentukan konten yang sesuai atau representatif dari diri mereka.

Ketidakpastian dalam mengekspresikan diri di Instagram menunjukkan bahwa ada aspek diri yang masih belum sepenuhnya dipahami oleh pengguna. Ini menekankan bahwa media sosial adalah platform yang dinamis, di mana individu terus mengeksplorasi dan menemukan diri mereka. Proses ini juga menunjukkan bahwa identitas online adalah konstruksi yang berkelanjutan, di mana pengguna terus mencoba dan belajar dari pengalaman mereka dalam berbagi konten.

Berdasarkan hasil wawancara keseluruhan dari teori *Self-Disclosure* dan delapan informan penulis dapat mengetahui bagaimana kedua generasi ini mengekspresikan dan perbedaannya di Instagram. Generasi Z cenderung lebih aktif dalam memberikan informasi dan menggunakan berbagai fitur Instagram untuk mengekspresikan diri mereka secara spontan dan interaktif. Mereka lebih terbuka dalam berbagi momen sehari-hari dan lebih responsif terhadap *feedback* dari pengikut mereka. Sebaliknya, Generasi Milenial lebih selektif dalam berbagi informasi, lebih fokus pada pencapaian profesional dan hobi, serta lebih berhati-hati dalam menjaga privasi dan membangun branding diri. Mereka menggunakan Instagram sebagai alat untuk membangun jaringan dan citra profesional mereka. Perbedaan ini menunjukkan bahwa Generasi Z dan Generasi Milenial memiliki pendekatan yang berbeda dalam menggunakan media sosial, yang dipengaruhi oleh tujuan mereka dalam berkomunikasi dan berbagi informasi di platform seperti Instagram.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa generasi Z dan Milenial menggunakan Instagram sebagai media ekspresi diri dengan berbagai cara. Mereka memanfaatkan fitur-fitur seperti *instastory*, *feeds*, dan *highlight* untuk membagikan momen penting, pencapaian pribadi, dan aktivitas sehari-hari. Instagram menjadi *platform* yang efektif bagi mereka untuk berbagi cerita dan mengekspresikan diri.

1. Generasi Z menggunakan Instagram bahwa Generasi Z cenderung lebih aktif, spontan dan memiliki batas waktu seperti *Instagram Stories* dalam menggunakan Instagram. Sebaliknya, Generasi Milenial lebih selektif dalam berbagi informasi, lebih fokus pada pencapaian profesional dan hobi, serta lebih berhati-hati dalam menjaga privasi dan membangun citra diri.
2. Generasi Z dan Milenial menunjukkan kecenderungan untuk lebih selektif dalam berbagi informasi pribadi di Instagram dengan caranya masing-masing. Generasi Z sering menggunakan fitur Close Friends untuk menjaga privasi dan hanya berbagi cerita yang lebih pribadi dengan orang-orang terdekat. Sedangkan Milenial mereka tetap menjaga batasan yang jelas antara kehidupan pribadi dan konten yang mereka bagikan, mencerminkan kesadaran akan perlindungan privasi dalam penggunaan media sosial.
3. Generasi Z mencerminkan keterbukaan dalam berbagi aspek-aspek kehidupan tanpa menyadari bahwa ada aspek dari diri mereka yang belum terungkap atau disadari sepenuhnya. Sementara Milenial menunjukkan kontrol yang lebih besar dan kesadaran yang lebih tinggi terhadap persepsi publik dalam penggunaan Instagram yang membuat mereka berpikir dua kali sebelum memposting sesuatu.
4. Generasi Z terkadang merasa bingung tentang apa yang sebenarnya ingin mereka tunjukkan di Instagram sedangkan Milenial bisa dikatakan hampir menyadari motivasi dan tujuan dia menggunakan Instagram yang sebelumnya dia pahami. Hal ini menunjukkan area tidak diketahui Generasi Z lebih meluas daripada Milenial.

DAFTAR PUSTAKA

Adityaputra, S. (2021). Regulasi Diri dan Kecanduan Dalam Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Generasi Z Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*.

- Al-Kandari, A. M. (2016). Need and motives of Instagram users that predict self-disclosure use: A case study of young adult in Kuwait. *Journal of Creative Communications*.
- APJII. (2024). *Survey APJII*. Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://survei.apjii.or.id/home>
- Ariani, D., & Bayti, T. N. (2020). *Gagasan Millennial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas 2045*. Fianosa Publishing.
- Astuti, A. T. (2021). Pengaruh Phubbing Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Generasi Z Di Kota Yogyakarta. *UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA*.
- Asyari, K. (2021). Penggunaan Instagram Dalam Ekspresi Diri (Fenomena Sosial Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin). *Skripsi Sarjana, Universitas Hasanuddin*.
- Dailami. (2023). *Komunikasi Interpersonal Mahasiswa dengan Dosen (Perspektif Surat Pribadi)*. Deepublish.
- databoks. (2024, Maret). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Retrieved from databoks.
- Devito, J. A. (2017). *The Interpersonal Communication*. Pearson.
- Fajriah, N. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Malang: PT. Cita Intrans Selaras.
- Feroza, C. S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*.
- Moeis, I., & Febriani, R. (2020). Studies: Generasi Milenial dan Kearifan Lokal. *SOSIOHUMANIKA: Jurnal Pendidikan Sains Sosial dan Kemanusiaan*.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media, PT. Remaja Rosdakarya.
- Nova, A. A. (2019). Self-Disclosure Ibu Tunggal Yang Memiliki Anak Berkebutuhan Khusus (Studi Fenomenologi Mengenai Self-Disclosure Ibu Tunggal Yang Memiliki Anak Berkebutuhan Khusus Di Kota Bandung). *elibrary.unikom*.
- Parapat, R. D., Melani, V., Wahyuni, Y., & Nuzrina, R. (2021). Perbedaan Pengetahuan Gizi, Sikap dan Perilaku Tentang Visual Gizi Seimbang Antara Dua Generasi di Gereja GSKI Rehobot Kebon Jeruk Jakarta. *Journal of Nutrition College*.
- Prihantoro, E., Damintana, K. P., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didaché: Journal of Christian Education*.
- Rohmiyati, Y. (2018). Model Perilaku Pencarian Informasi Generasi Milenial. *ANUVA*.
- Sirajuddin, K. K., Ahmad, & Siswanti, D. N. (2023). Hubungan Harga Diri Dengan Kepuasan Hidup Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, Vol.2, No.2*.
- Statista. (2024, January). *Instagram - Statistics & Facts*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-Instagram-users/>
- Statistik, B. P. (2021, Desember 28). Retrieved from Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi: <https://bekasikab.bps.go.id/publication.html>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu.
- Tambunan, M. A. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Employee Engagement pada Karyawan Milenial. *Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Zisa S. F., N. E. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*.