BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah membawa perubahan mendasar dalam pola interaksi manusia dan pembentukan hubungan interpersonal. Perubahan tersebut ditandai dengan bergesernya komunikasi tatap muka ke komunikasi berbasis digital yang dimediasi oleh internet dan media sosial, sehingga cara individu membangun, memelihara, dan memperdalam hubungan interpersonal turut mengalami transformasi yang signifikan (Mardiansyah dkk., 2023).

Data dari *We Are Social* dan *Kepios* dalam laporan Digital 2024 Indonesia menunjukkan bahwa lebih dari 70% populasi Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial dengan rata-rata waktu penggunaan harian yang tinggi, yang mengindikasikan bahwa interaksi dan hubungan interpersonal kini banyak berlangsung melalui ruang digital (We Are Social & Kepios, 2024).

Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai ruang strategis dalam membangun, memelihara, dan memperkuat hubungan interpersonal, terutama di kalangan mahasiswa sebagai kelompok demografis yang paling intens dalam memanfaatkan teknologi digital (Nasrullah, 2017).

UIN IMAM BONJOL PADANG

Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh mahasiswa adalah Instagram. Selain sebagai media berbagi foto dan video, Instagram terus mengembangkan berbagai fitur yang mendukung interaksi sosial penggunanya. Salah satu fitur tersebut adalah *Close Friendss*, yaitu fitur yang memungkinkan pengguna membagikan *Instagram Story* hanya kepada orang-orang tertentu yang telah dipilih sebelumnya. Berbeda dengan unggahan publik, fitur *Close Friendss* memberikan kontrol kepada pengguna untuk menentukan siapa saja yang dapat melihat informasi yang dibagikan. Dengan demikian, pengguna memiliki ruang komunikasi yang lebih privat sehingga merasa lebih nyaman dalam menyampaikan pengalaman, pendapat, maupun perasaan kepada kelompok yang dianggap terpercaya (Meta 2024; Boyd & Ellison, 2007).

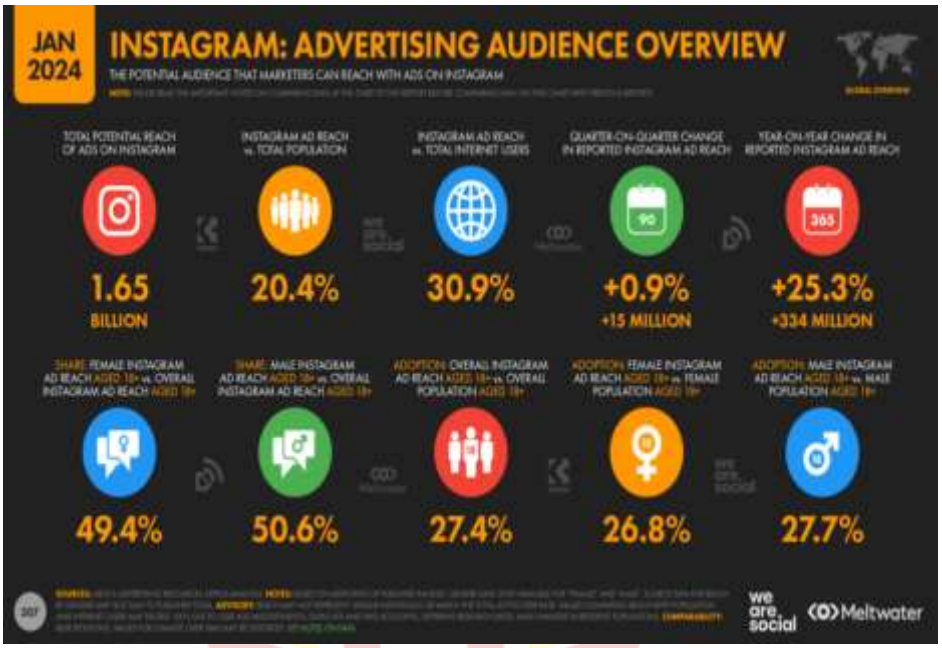
Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang berperan penting dalam komunikasi digital masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda dan mahasiswa. Kehadiran platform ini memberikan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri, berbagi informasi, serta menjalin interaksi sosial dengan berbagai individu dalam jaringan digital (Atmoko, 2012).

Menurut Sheldon dan Himelboim, media sosial memungkinkan terbentuknya jaringan komunikasi yang luas serta memfasilitasi interaksi sosial melalui pertukaran informasi dan ekspresi diri di ruang digital. Oleh karena itu, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi konten, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang mendukung terbentuknya

UIN IMAM BONJOL PADANG

hubungan interpersonal (Sheldon & Himelboim, 2016).

Gambar 1.1 data pengguna instagram



We Are Social & kepios (2024)

Berdasarkan Gambar 1.1, potensi jangkauan iklan Instagram mencapai sekitar 1,65 miliar pengguna di seluruh dunia, atau sekitar 20,4% dari total populasi global serta 30,9% dari seluruh pengguna internet. Data tersebut mengindikasikan bahwa Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam komunikasi digital global. Besarnya jumlah pengguna ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi ruang interaksi yang memungkinkan individu membangun, memelihara, dan memperkuat hubungan interpersonal melalui komunikasi yang berlangsung di ruang digital We Are Social & kepios (2024).

Perkembangan teknologi komunikasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam cara

manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Kehadiran internet membuat proses komunikasi menjadi lebih mudah, cepat, dan tidak terbatas oleh ruang maupun waktu. Salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi yang paling berpengaruh saat ini adalah media sosial. Media sosial menjadi sarana yang banyak digunakan masyarakat untuk berbagi informasi, berkomunikasi, hingga membangun hubungan sosial. Di Indonesia, penggunaan media sosial terus mengalami peningkatan, terutama pada kalangan remaja dan mahasiswa. Salah satu media sosial yang paling populer saat ini adalah Instagram. Aplikasi ini tidak hanya digunakan sebagai tempat berbagi foto dan video, tetapi juga menjadi media komunikasi, hiburan, serta ruang untuk mengekspresikan diri. Menurut laporan Digital 2024 oleh *We Are Social*, Instagram termasuk salah satu platform media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia, khususnya pada kelompok usia muda dan mahasiswa We Are Social & kepios (2024).

UIN IMAM BONJOL PADANG

Instagram memiliki berbagai fitur yang mendukung proses komunikasi antar pengguna, seperti *feed, direct message, reels, live, dan Story* . Dari berbagai fitur tersebut, fitur *Story* menjadi salah satu fitur yang paling sering digunakan karena memungkinkan pengguna membagikan aktivitas sehari-hari secara cepat dan sementara. Seiring perkembangan aplikasi, Instagram kemudian menghadirkan fitur *Close Friendss* yang memungkinkan pengguna membatasi *Audiens* tertentu untuk melihat *Story* yang mereka unggah. Fitur ini menjadi ruang

komunikasi yang lebih privat karena hanya dapat diakses oleh orang-orang pilihan yang dianggap dekat dan terpercaya. (Nasrullah, 2017)

Kehadiran fitur *Close Friendss* menunjukkan bahwa pengguna media sosial tidak selalu ingin membagikan kehidupannya secara terbuka kepada publik, tetapi juga membutuhkan ruang komunikasi yang lebih aman dan personal. Menurut Nasrullah, media sosial merupakan ruang interaktif yang memungkinkan pengguna membangun pola komunikasi sesuai kebutuhan sosial mereka (Nasrullah, 2017).

Fenomena penggunaan fitur *Close Friendss* semakin banyak ditemukan di kalangan mahasiswa. Mahasiswa menggunakan fitur tersebut untuk membagikan berbagai hal yang tidak ingin diketahui oleh semua pengikut akun Instagram mereka. Isi *Story Close Friendss* biasanya berupa curahan hati, aktivitas pribadi, keluhan, candaan, pendapat, hingga kehidupan sehari-hari yang sifatnya lebih personal. Mahasiswa cenderung merasa lebih nyaman dan bebas ketika membagikan sesuatu kepada orang-orang tertentu dibandingkan kepada publik luas. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang publik, tetapi juga berkembang menjadi ruang komunikasi privat. Menurut Goffman dalam teori dramaturgi, seseorang cenderung menampilkan perilaku yang berbeda ketika berada di depan publik dan ketika berada di ruang pribadi (Goffman, 1959).

Teori ini relevan dengan perilaku mahasiswa dalam menggunakan fitur *Close Friendss* di Instagram. Mahasiswa sebagai generasi muda

UIN IMAM BONJOL PADANG

yang aktif menggunakan media sosial memiliki kebutuhan besar untuk mengekspresikan diri dan menjalin hubungan sosial melalui dunia digital. Kehadiran fitur *Close Friendss* menjadi salah satu cara mahasiswa untuk tetap dapat berkomunikasi secara bebas tanpa takut mendapat penilaian negatif dari banyak orang. Di ruang publik Instagram, pengguna biasanya lebih berhati-hati dalam mengunggah konten karena mempertimbangkan citra diri dan penilaian sosial. Namun, pada fitur *Close Friendss*, mahasiswa cenderung lebih terbuka dan menunjukkan sisi asli diri mereka kepada teman-teman terdekat. Kondisi ini memperlihatkan adanya perubahan pola komunikasi interpersonal di era digital (Goffman, 1959).

Penggunaan fitur *Close Friendss* juga berkaitan dengan konsep *self disclosure* atau keterbukaan diri. *Self disclosure* merupakan tindakan seseorang dalam mengungkapkan informasi pribadi, perasaan, maupun pengalaman kepada orang lain. Dalam kehidupan sosial, keterbukaan diri menjadi bagian penting dalam membangun hubungan interpersonal yang dekat dan saling percaya. Mahasiswa sering menggunakan fitur *Close Friendss* untuk menyampaikan emosi, cerita pribadi, ataupun pengalaman yang tidak mereka tampilkan di akun publik. Mereka merasa bahwa orang-orang yang ada dalam daftar *Close Friendss* merupakan individu yang dapat dipercaya dan memahami keadaan mereka. Menurut Jourard, keterbukaan diri dapat memperkuat hubungan interpersonal karena adanya rasa percaya dan kenyamanan dalam berkomunikasi

UIN IMAM BONJOL PADANG

(Jourard, 1971).

Fenomena penggunaan *Close Friendss* juga menunjukkan adanya kebutuhan mahasiswa terhadap privasi dalam bermedia sosial. Tidak semua informasi pribadi dapat dibagikan secara bebas kepada publik. Banyak pengguna media sosial mulai menyadari risiko penggunaan media sosial seperti *cyberbullying*, penyalahgunaan informasi, hingga penilaian negatif dari orang lain. Oleh karena itu, fitur *Close Friendss* dianggap sebagai solusi untuk menjaga batas antara kehidupan pribadi dan kehidupan publik. Dalam teori *Communication Privacy Management*, Petronio menjelaskan bahwa setiap individu memiliki hak untuk mengontrol informasi pribadi yang ingin dibagikan kepada orang lain (Petronio, 2002).

Mahasiswa yang menggunakan fitur *Close Friendss* secara tidak langsung sedang mengatur batas privasi komunikasi mereka di media sosial. Selain menjadi ruang komunikasi privat, fitur *Close Friendss* juga menjadi sarana untuk mencari dukungan sosial dari lingkungan pertemanan. Mahasiswa yang membagikan masalah pribadi, tekanan akademik, ataupun kondisi emosional melalui *Story Close Friendss* biasanya berharap mendapatkan perhatian, dukungan, atau respon positif dari teman-teman dekatnya. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga menjadi ruang emosional bagi penggunanya. Papacharissi menyebutkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang pembentukan hubungan emosional dan

UIN IMAM BONJOL PADANG

identitas diri melalui interaksi digital (Papacharissi, 2010).

Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek psikologis yang berperan penting dalam kehidupan mahasiswa. Kepercayaan diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimilikinya sehingga mampu bertindak, mengambil keputusan, serta mengemukakan pendapat tanpa diliputi rasa takut atau cemas secara berlebihan. Individu yang memiliki kepercayaan diri cenderung lebih mampu menerima dirinya sendiri, berani menghadapi tantangan, serta mampu menjalin hubungan sosial yang positif dengan orang lain. Sebaliknya, individu yang memiliki kepercayaan diri rendah sering kali merasa ragu dalam mengekspresikan pikiran maupun perasaannya karena khawatir memperoleh penilaian negatif dari lingkungan sekitarnya (Lauster, 2012; Ghufron & Risnawita, 2017).

Pada masa perkuliahan, kepercayaan diri menjadi modal penting bagi mahasiswa dalam menjalankan aktivitas akademik maupun sosial. Mahasiswa dituntut mampu menyampaikan pendapat dalam diskusi, melakukan presentasi, membangun relasi dengan teman sebaya, serta berpartisipasi dalam berbagai kegiatan organisasi. Namun, perkembangan media sosial juga menghadirkan tantangan baru bagi mahasiswa. Tidak sedikit mahasiswa yang merasa cemas ketika mengunggah pendapat atau pengalaman pribadinya di media sosial karena takut mendapatkan komentar negatif, kritik, maupun penilaian dari banyak orang. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian mahasiswa

UIN IMAM BONJOL PADANG

lebih berhati-hati dalam menampilkan dirinya di ruang publik digital (Ghufron & Risnawita, 2017; Santrock, 2018).

Kehadiran fitur *Close Friendss* pada Instagram memberikan alternatif ruang komunikasi yang lebih aman bagi mahasiswa untuk mengekspresikan dirinya. Dengan memilih *Audiens* yang terbatas dan terdiri atas orang-orang yang dipercaya, mahasiswa merasa lebih nyaman untuk membagikan pengalaman, pendapat, maupun kondisi emosional yang mungkin tidak berani mereka tampilkan pada akun publik. Rasa aman tersebut dapat mengurangi kecemasan terhadap penilaian sosial sehingga mendorong individu untuk lebih terbuka dalam berkomunikasi. Dalam perspektif komunikasi interpersonal, suasana komunikasi yang didasarkan pada kepercayaan dan rasa aman akan memudahkan individu untuk mengekspresikan dirinya secara lebih autentik (DeVito, 2016; Petronio, 2002).

UIN IMAM BONJOL PADANG

Selain memberikan rasa aman, interaksi yang terjadi dalam fitur *Close Friendss* juga memungkinkan mahasiswa memperoleh dukungan sosial dari teman-teman terdekatnya. Dukungan berupa respons positif, perhatian, empati, maupun penghargaan terhadap pendapat yang disampaikan dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap dirinya sendiri. Ketika mahasiswa merasa diterima dan dihargai oleh lingkungan sosialnya, mereka akan lebih berani mengemukakan ide, pengalaman, maupun perasaan yang dimiliki. Dengan demikian, ruang komunikasi privat yang tercipta melalui fitur *Close Friendss* tidak hanya berfungsi

sebagai media berbagi informasi, tetapi juga berpotensi menjadi sarana yang mendukung tumbuhnya kepercayaan diri mahasiswa dalam berinteraksi di media sosial maupun kehidupan sehari-hari (Lauster, 2012; DeVito, 2016).

Meskipun demikian, penelitian mengenai penggunaan fitur *Close Friendss* selama ini lebih banyak berfokus pada aspek komunikasi privat, *self-disclosure*, serta pengelolaan privasi pengguna media sosial. Penelitian yang mengkaji bagaimana fitur *Close Friendss* dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi privat dalam menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa masih relatif terbatas, khususnya pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menggali secara mendalam pengalaman mahasiswa dalam memanfaatkan fitur *Close Friendss* sebagai ruang komunikasi privat yang memberikan rasa aman, mendorong keterbukaan diri, serta berkontribusi terhadap tumbuhnya kepercayaan diri mereka.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Selain aspek sosial, konteks nilai-nilai keislaman juga menjadi faktor krusial dalam penelitian ini. Sebagai institusi pendidikan tinggi Islam, UIN Imam Bonjol Padang menjunjung tinggi nilai ukhuwah, etika komunikasi, dan saling menghormati. Islam menekankan pentingnya menjaga perasaan sesama, menghindari prasangka (su'uzan), serta mempererat persaudaraan antarsesama muslim (Al-Qur'an, Q.S. Al-Hujurat [49]: 10–12; Shihab, 2002). Pemanfaatan media sosial yang terlalu eksklusif tanpa mempertimbangkan etika sosial berpotensi

bertentangan dengan prinsip solidaritas, persaudaraan, dan keharmonisan hubungan sosial yang diajarkan dalam Islam (Shihab, 2002; Nata, 2016).

Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Ali 'Imran (3): 159, yang menyatakan :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

"Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu, maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal."

Islam mengajarkan bahwa kepercayaan diri harus dibangun di atas keyakinan terhadap kemampuan diri yang disertai sikap tawakal kepada Allah Swt. Seseorang dianjurkan untuk berani mengambil keputusan dan bertindak sesuai kemampuannya, kemudian menyerahkan hasil akhirnya kepada Allah. Dengan demikian, kepercayaan diri dalam Islam tidak didasarkan pada kesombongan, melainkan pada keyakinan, ikhtiar, dan tawakal kepada-Nya (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019, QS. Ali 'Imran [3]:159).

Menurut Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Misbah*, ayat ini menjelaskan bahwa setelah seseorang bermusyawarah dan memiliki tekad yang kuat, ia diperintahkan untuk bertawakal kepada Allah. Tawakal bukan berarti pasrah tanpa usaha, melainkan menyandarkan hasil akhir kepada Allah setelah melakukan ikhtiar secara maksimal (Shihab, 2002, jilid 2, hlm. 313–315).

UIN IMAM BONJOL PADANG

Selain itu, QS. Al-Hujurat (49):12 menekankan etika komunikasi yang baik :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ ۖ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبْ بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ

"Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa, dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain, dan janganlah sebagian kamu menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang."

Ayat ini relevan dengan potensi fitur *Close Friends* yang dapat memicu gosip atau prasangka jika tidak digunakan secara bijaksana, sehingga memperkuat perlunya etika dalam interaksi sosial di era digital.

Fenomena pemilihan anggota *Close Friendss* juga menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Tidak semua pengikut Instagram dapat masuk ke dalam daftar tersebut. Pengguna biasanya memilih orang-orang tertentu yang dianggap dekat, memahami diri mereka, dan mampu menjaga privasi informasi yang dibagikan. Pemilihan anggota *Close Friendss* mencerminkan adanya proses seleksi sosial dalam komunikasi digital. Mahasiswa cenderung memilih sahabat, teman dekat, pasangan, atau individu yang memiliki hubungan emosional kuat dengan mereka. Hal ini memperlihatkan bahwa hubungan interpersonal tetap memiliki peran penting dalam penggunaan media sosial. Menurut Littlejohn dan Foss, hubungan interpersonal terbentuk melalui proses komunikasi yang

UIN IMAM BONJOL PADANG

melibatkan kedekatan emosional dan rasa percaya antar individu (Littlejohn & Foss, 2009).

Selain itu, penggunaan fitur *Close Friendss* juga menunjukkan adanya perbedaan identitas digital yang dimiliki mahasiswa. Pada akun publik, mahasiswa biasanya menampilkan citra diri yang lebih rapi, positif, dan sesuai dengan ekspektasi sosial. Mereka memilih konten yang dianggap layak dilihat banyak orang agar mendapatkan kesan baik dari lingkungan sosial. Namun pada ruang privat seperti *Close Friendss*, mahasiswa lebih bebas menunjukkan sisi asli diri mereka, termasuk emosi, humor, kebiasaan sehari-hari, bahkan keluhan pribadi. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang pembentukan identitas yang kompleks. Menurut Turkle, dunia digital memungkinkan seseorang memiliki berbagai representasi diri sesuai situasi sosial yang dihadapi (Turkle, 2011).

UIN IMAM BONJOL PADANG

Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang sebagai bagian dari generasi digital juga tidak terlepas dari fenomena penggunaan fitur *Close Friendss* di Instagram. Mahasiswa menggunakan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan dan informasi, tetapi juga sebagai media komunikasi dengan lingkungan sosial mereka. Fitur *Close Friendss* menjadi tempat mahasiswa berbagi pengalaman, menyampaikan pendapat, dan mengekspresikan perasaan secara lebih privat. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena memperlihatkan bagaimana mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai ruang komunikasi interpersonal yang

bersifat personal dan selektif. Selain itu, mahasiswa KPI yang mempelajari bidang komunikasi memiliki keterkaitan erat dengan fenomena komunikasi digital yang berkembang di masyarakat (Nasrullah, 2017; Sheldon & Bryant, 2016).

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 10 Mei 2026 dengan salah seorang mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang berinisial AF, diperoleh informasi bahwa penggunaan fitur *Close Friendss* memberikan rasa aman sehingga informan merasa lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri melalui Instagram. Informan mengungkapkan:

"Kalau upload di *Story* biasa saya sering mikir dulu, takut nanti ada yang salah paham atau malah nge-judge. Jadi kadang saya batal upload. Tapi kalau di *Close Friends*s saya lebih berani, karena yang lihat cuma teman-teman yang memang dekat sama saya. Saya merasa lebih nyaman buat cerita, kasih pendapat, atau upload aktivitas sehari-hari tanpa terlalu khawatir dinilai macam-macam."

UIN IMAM BONJOL PADANG

Mahasiswa lain berinisial MI juga menyampaikan bahwa fitur *Close Friendss* membuatnya lebih percaya diri untuk membagikan pendapat maupun aktivitas sehari-hari karena hanya dapat dilihat oleh orang-orang yang telah dipilih dan dipercaya. Informan menyatakan :

"Kalau di *Story* biasa saya kurang percaya diri, soalnya semua followers bisa lihat. Takut ada yang komentar negatif atau salah menilai. Tapi kalau di *Close Friends*s saya lebih berani upload apa yang saya

pikirkan atau kegiatan saya, karena yang melihat hanya teman-teman yang saya percaya. Jadi rasanya lebih bebas dan nyaman."

Sementara itu, mahasiswa berinisial RW mengungkapkan bahwa fitur *Close Friendss* dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi yang lebih akrab bersama teman-teman terdekat. Menurutnya, keterbatasan *Audiens* membuatnya lebih leluasa membagikan pengalaman sehari-hari tanpa merasa canggung atau khawatir terhadap penilaian orang lain. Informan mengatakan :

"Biasanya aku upload hal-hal lucu, pengalaman kuliah, atau kegiatan sehari-hari di *Close Friends*s. Menurut aku lebih seru karena yang lihat teman-teman dekat, jadi interaksinya lebih akrab dan nyambung dibanding kalau upload di *Story* biasa."

Hasil wawancara awal tersebut menunjukkan bahwa fitur *Close Friendss* tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana berbagi informasi secara terbatas, tetapi juga menjadi ruang komunikasi privat yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi mahasiswa untuk mengekspresikan diri. Keterbatasan *Audiens* pada fitur tersebut membuat mahasiswa merasa lebih percaya diri dalam menyampaikan pendapat, membagikan pengalaman, maupun menunjukkan aktivitas sehari-hari karena hanya dapat diakses oleh orang-orang yang dipercaya. Temuan awal ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Close Friendss* memiliki keterkaitan dengan tumbuhnya kepercayaan diri mahasiswa dalam berkomunikasi melalui media sosial.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Meskipun penelitian mengenai penggunaan Instagram dan fitur *Close Friendss* telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada aspek komunikasi digital, *self-disclosure* (keterbukaan diri), pembentukan identitas digital, serta pengelolaan privasi pengguna media sosial. Penelitian-penelitian tersebut menjelaskan bagaimana pengguna memanfaatkan fitur *Close Friendss* untuk membatasi *Audiens*, menjaga informasi pribadi, dan membangun hubungan interpersonal yang lebih dekat. Namun, kajian yang secara khusus membahas penggunaan fitur *Close Friendss* sebagai ruang komunikasi privat dalam menumbuhkan kepercayaan diri pengguna, khususnya pada mahasiswa, masih relatif terbatas. (Petronio, 2002; DeVito, 2016; Utami & Prasetyo, 2023).

Selain itu, penelitian terdahulu umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan antarvariabel atau pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku pengguna. Pendekatan tersebut belum banyak menggambarkan pengalaman, makna, dan alasan mahasiswa dalam memanfaatkan fitur *Close Friendss* sebagai ruang komunikasi privat yang dapat memberikan rasa aman, nyaman, serta mendorong mereka menjadi lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri di media sosial. Padahal, pengalaman subjektif pengguna merupakan aspek penting untuk memahami bagaimana fitur tersebut dimaknai dalam kehidupan sehari-hari (Creswell & Poth, 2018; Petronio, 2002).

UIN IMAM BONJOL PADANG

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengkaji penggunaan fitur *Close Friendss* Instagram sebagai ruang komunikasi privat dalam menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada fungsi fitur *Close Friendss* sebagai media komunikasi, tetapi juga berupaya memahami pengalaman, alasan, serta makna yang dibangun oleh mahasiswa dalam menggunakan fitur tersebut sebagai ruang yang memberikan rasa aman untuk mengekspresikan diri dan membangun kepercayaan diri.

Dalam perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam, penggunaan media sosial juga berkaitan dengan etika komunikasi. Islam mengajarkan pentingnya menjaga ucapan, menghargai privasi orang lain, dan menggunakan media komunikasi secara bijak. Mahasiswa sebagai generasi muda muslim perlu memahami bahwa media sosial harus digunakan untuk tujuan yang positif dan tidak merugikan orang lain (Q.S. Al-Hujurat: 10–12; Shihab, 2002).

UIN IMAM BONJOL PADANG

Fitur *Close Friendss* dapat menjadi ruang komunikasi yang baik apabila digunakan untuk mempererat hubungan pertemanan, berbagi motivasi, serta membangun komunikasi yang sehat. Namun di sisi lain, fitur tersebut juga dapat disalahgunakan untuk menyebarkan konten negatif, gibah, atau perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh sebab itu, penting untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai penggunaan fitur tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Q.S.

Al-Hujurat: 10–12; Shihab, 2002).

Penelitian mengenai penggunaan Instagram sebenarnya telah banyak dilakukan, terutama yang berkaitan dengan komunikasi privat dan *self-disclosure* di media sosial. Namun penelitian yang secara khusus membahas fitur *Close Friendss* sebagai ruang komunikasi privat masih tergolong terbatas, terutama di lingkungan mahasiswa Prodi KPI UIN Imam Bonjol Padang. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada penggunaan Instagram secara umum, perilaku pengguna media sosial, atau dampak media sosial terhadap kehidupan sosial remaja. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan karena berfokus pada bagaimana mahasiswa memanfaatkan fitur *Close Friendss* sebagai ruang komunikasi privat yang terjadi di dalamnya (Devito, 2016; West & Turner, 2021).

Penelitian ini penting dilakukan karena perkembangan media sosial terus memengaruhi pola komunikasi masyarakat, khususnya mahasiswa. Kehadiran fitur-fitur privat seperti *Close Friendss* menunjukkan bahwa pengguna media sosial memiliki kebutuhan baru dalam berkomunikasi, yaitu kebutuhan akan ruang yang aman, nyaman, dan terbatas. Mahasiswa sebagai kelompok yang aktif menggunakan media sosial menjadi subjek yang relevan untuk memahami perubahan pola komunikasi tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai perilaku komunikasi mahasiswa dalam menggunakan media sosial, khususnya dalam memanfaatkan fitur *Close Friendss* di Instagram (We

UIN IMAM BONJOL PADANG

Are Social & Kepios, 2024).

Selain memiliki manfaat akademis, penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat praktis bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Pengguna perlu memahami bahwa setiap bentuk komunikasi digital memiliki dampak sosial terhadap diri sendiri maupun orang lain. Dengan memahami fungsi dan makna penggunaan *Close Friendss*, mahasiswa diharapkan mampu menjaga etika komunikasi, membangun hubungan yang sehat, serta lebih sadar terhadap pentingnya menjaga privasi di media sosial (Nasrullah, 2017; Nata, 2016).

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami bahwa fitur *Close Friendss* Instagram tidak hanya berfungsi sebagai ruang komunikasi privat, tetapi juga menjadi media yang memberikan rasa aman, nyaman, dan dukungan sosial sehingga mendorong mahasiswa untuk lebih berani mengekspresikan diri. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Close Friendss* memiliki keterkaitan dengan tumbuhnya kepercayaan diri mahasiswa dalam berkomunikasi di media sosial. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul "Penggunaan Fitur *Close Friendss* Instagram sebagai Ruang Komunikasi Privat dalam Menumbuhkan Kepercayaan Diri Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang."

UIN IMAM BONJOL PADANG

B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana penggunaan fitur *Close Friendss* Instagram sebagai ruang komunikasi privat dalam menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang?

2. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian serta menghindari meluasnya pembahasan, penelitian ini dibatasi pada pengalaman komunikasi interpersonal mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam penggunaan fitur *Close Friendss* di Instagram.

Maka batasan masalah yang dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana mahasiswa aktif Prodi KPI UIN Imam Bonjol Padang menggunakan fitur *Close Friendss* Instagram sebagai ruang komunikasi privat?
2. Apa alasan mahasiswa memilih orang-orang tertentu ke dalam daftar *Close Friendss* sebagai bagian dari komunikasi privat di Instagram?
3. Bagaimana hasil penggunaan fitur *Close Friendss* Instagram terhadap kepercayaan diri mahasiswa aktif Prodi KPI UIN Imam Bonjol Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan batasan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk

UIN IMAM BONJOL PADANG

mengetahui dan memahami pengalaman komunikasi privat mahasiswa dalam penggunaan fitur *Close Friendss* di Instagram yang ditinjau dari aspek berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa aktif Prodi KPI UIN Imam Bonjol Padang menggunakan fitur *Close Friendss* Instagram sebagai ruang komunikasi privat.
2. Untuk mengetahui alasan mahasiswa memilih orang-orang tertentu ke dalam daftar *Close Friendss* sebagai bagian dari komunikasi privat di media sosial.
3. Untuk mengetahui hasil penggunaan fitur *Close Friendss* Instagram terhadap kepercayaan diri mahasiswa aktif Prodi KPI UIN Imam Bonjol Padang?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi privat dan komunikasi digital, dengan memberikan kontribusi mengenai proses komunikasi privat dalam penggunaan fitur media sosial, khususnya *fitur Close Friends* di Instagram, di kalangan mahasiswa.

UIN IMAM BONJOL PADANG

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa dalam memahami dan mengelola komunikasi privat melalui penggunaan media sosial, khususnya fitur *Close Friends* di Instagram, agar interaksi yang terjalin lebih terjaga, tepat, dan sesuai dengan konteks hubungan. Bagi institusi pendidikan, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang program literasi digital dan etika bermedia sosial yang mendukung terciptanya komunikasi yang sehat di lingkungan kampus. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan rujukan untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan komunikasi privat dan penggunaan media sosial.

E. Penjelasan Judul

Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan dengan kata kunci : Fitur *Close Friendss* Instagram sebagai Ruang Komunikasi Privat Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

1. Fitur *Close Friends* di Instagram

Fitur *Close Friends* di Instagram yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses interaksi antar mahasiswa melalui fitur *Close Friends* pada Instagram Stories, yang meliputi bagaimana mereka berkomunikasi secara lebih personal, memilih *Audiens* tertentu, serta membangun dan memelihara hubungan melalui pengungkapan diri dan respons dalam ruang digital yang terbatas.

UIN IMAM BONJOL PADANG

2. Komunikasi Privat

Komunikasi privat adalah proses penyampaian pesan, informasi, atau perasaan yang dilakukan secara pribadi antara individu atau kelompok tertentu, sehingga isi komunikasi tersebut tidak ditujukan untuk publik umum. Komunikasi ini biasanya bersifat rahasia, terbatas, dan hanya dapat diakses oleh pihak-pihak yang terlibat.

3. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek penting dalam perkembangan kepribadian individu yang berpengaruh terhadap cara seseorang berpikir, bersikap, dan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Individu yang memiliki kepercayaan diri akan lebih yakin terhadap kemampuan yang dimiliki sehingga mampu bertindak, mengambil keputusan, mengemukakan pendapat, serta menghadapi berbagai situasi tanpa diliputi rasa takut atau cemas secara berlebihan

4. Mahasiswa Aktif Prodi KPI UIN Imam Bonjol Padang

Mahasiswa aktif Prodi KPI UIN Imam Bonjol Padang dalam penelitian ini adalah individu yang sedang menempuh pendidikan pada Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang dan aktif menggunakan media sosial Instagram, khususnya fitur *Close Friends*.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penulis dalam penelitian skripsi ini, peneliti menjabarkan secara deskripsi tentang hal-hal apa saja yang akan ditulis.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Secara umum, sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan rincian sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan judul dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka dan Kerangka Teoretis, berisi kajian teori tentang komunikasi privat, media sosial, fitur *Close Friends* Instagram, kualitas hubungan privat, serta penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III : Metodologi Penelitian, berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta uji keabsahan data.

BAB IV : Pembahasan, yang terdiri dari melaksakan penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V : Kesimpulan dan saran.

UIN IMAM BONJOL PADANG