

## **PEMAKNAAN PENGGUNA TERHADAP FITUR CLOSE-FRIEND DI INSTAGRAM: STUDI FENOMENOLOGI**

**Farhan Rahmad Rizaldy<sup>1</sup>, Yuli Candrasari<sup>2</sup>**

**Email:** [18043010113@student.upnjatim.ac.id](mailto:18043010113@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [yuli\\_candrasari.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:yuli_candrasari.ilkom@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai penggunaan fitur Close Friends di Instagram dalam komunikasi interpersonal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Informan penelitian berjumlah lima mahasiswa yang dipilih secara purposive dengan kriteria sebagai pengguna aktif Instagram dan rutin memanfaatkan fitur Close Friends. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan empat tema utama, yaitu Close Friends sebagai ruang untuk membuka diri secara terbatas, sarana menjaga citra diri, mempererat kedekatan emosional, serta memberikan rasa aman dan nyaman dalam berbagi konten. Mahasiswa memanfaatkan fitur ini untuk mengekspresikan sisi personal yang tidak ditampilkan di ruang publik, sekaligus membangun rasa percaya dengan lingkaran pertemanan dekat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah fitur Close Friends bukan hanya dimaknai sebagai fungsi teknis, tetapi juga sebagai strategi komunikasi interpersonal yang membantu mahasiswa menjaga keseimbangan antara kebutuhan privasi, eksistensi, dan relasi sosial di era digital.

**Kata Kunci:** Instagram, Close Friends, Komunikasi Interpersonal, Privasi, Mahasiswa.

**Abstract:** *This study aims to explore how university students perceive the use of the Close Friends feature on Instagram in interpersonal communication. This research employed a qualitative method with a phenomenological approach. The informants consisted of five students selected purposively based on their active use of Instagram and frequent use of the Close Friends feature. Data were collected through in-depth interviews and analyzed using thematic analysis. The results revealed four main themes: Close Friends as a space for limited self-disclosure, a means of impression management, strengthening emotional closeness, and providing a sense of safety and comfort when sharing content. Students use this feature to express more personal sides not shown in public spaces while building trust within close circles of friends. The study concludes that Close Friends is perceived not merely as a technical feature but as an interpersonal communication strategy that helps students balance the need for privacy, social presence, and relationships in the digital era.*

**Keywords:** *Instagram, Close Friends, Interpersonal Communication, Privacy, Students.*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu membangun relasi, berkomunikasi, serta mengekspresikan identitas diri. Laporan We Are Social (2023) menyebutkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 167 juta, di mana platform Instagram menjadi salah satu yang paling banyak digunakan, terutama oleh kelompok usia 18–24 tahun. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda termasuk dalam pengguna aktif Instagram, yang tidak hanya memanfaatkannya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana membangun jaringan sosial dan mengekspresikan diri.

Instagram menyediakan berbagai fitur yang mendukung kebutuhan pengguna dalam mengatur privasi dan selektivitas informasi yang dibagikan. Salah satu fitur yang menarik perhatian adalah Close Friends, yaitu fitur yang memungkinkan

pengguna membagikan cerita atau konten hanya kepada kelompok teman tertentu yang dipilih secara pribadi (Nasrullah, 2022). Fitur ini menjadi fenomena menarik karena muncul sebagai bentuk respon terhadap kebutuhan untuk tetap eksis di ruang publik media sosial, namun tetap menjaga privasi dan kenyamanan psikologis.

Dalam kajian ilmu komunikasi, fenomena ini dapat dikaitkan dengan konsep self-disclosure, yaitu proses individu secara sadar memilih informasi pribadi yang akan diungkapkan kepada orang lain (Derlega dan Berg, 1987). Self-disclosure di media sosial bersifat selektif, dan seringkali pengguna melakukan pembatasan berdasarkan kedekatan relasi atau tingkat kepercayaan. Selain itu, konsep impression management yang dikemukakan oleh Goffman (1959) juga relevan, karena pengguna media sosial seringkali berupaya menjaga citra diri yang positif di ruang publik (feed), sementara di ruang privat seperti Close Friends, mereka lebih bebas mengekspresikan diri tanpa khawatir akan penilaian publik yang lebih luas.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri (2023) menunjukkan bahwa fitur Close Friends dimanfaatkan mahasiswa sebagai ruang privat untuk mengekspresikan keluh kesah, humor internal, hingga pengalaman yang dianggap terlalu personal untuk dibagikan secara publik. Namun demikian, penelitian tersebut lebih menekankan deskripsi perilaku pengguna dan belum mengkaji secara mendalam bagaimana makna subjektif yang dirasakan pengguna saat memanfaatkan fitur tersebut. Padahal, pemaknaan pengguna menjadi penting untuk dipahami agar dapat melihat sejauh mana fitur ini berperan sebagai sarana komunikasi interpersonal yang unik di era media sosial.

Selain itu, dalam konteks mahasiswa yang berada pada fase perkembangan identitas dan relasi sosial, pemilihan konten yang dibagikan kepada lingkaran Close Friends dapat mencerminkan strategi komunikasi interpersonal mereka, termasuk upaya untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan privasi, eksistensi, dan keterhubungan sosial. Pemaknaan inilah yang menarik untuk dikaji lebih dalam melalui pendekatan fenomenologi, yang fokus pada pengalaman subjektif individu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa sebagai pengguna aktif Instagram memaknai penggunaan fitur Close Friends sebagai ruang privat dalam komunikasi interpersonal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian komunikasi interpersonal dan media baru, serta memberikan wawasan praktis tentang perilaku pengguna media sosial dalam mengelola privasi dan membangun hubungan sosial di era digital.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi (Creswell, 2017) untuk menggali pemaknaan subjektif pengguna terhadap fitur Close Friends di Instagram.

Subjek penelitian adalah lima mahasiswa aktif pengguna fitur Close Friends, yang dipilih secara purposive sampling dengan kriteria: (1) aktif menggunakan Instagram, (2) rutin membagikan konten melalui Close Friends, dan (3) bersedia menceritakan pengalaman secara mendalam.

Bahan dan alat yang digunakan dalam penelitian meliputi pedoman wawancara semi-terstruktur, perekam suara, dan perangkat lunak pengolah data kualitatif sederhana untuk membantu proses transkripsi dan pengkodean.

Desain penelitian berupa studi fenomenologi deskriptif yang fokus menggali

pengalaman subjektif informan.

Teknik pengambilan data dilakukan melalui wawancara mendalam secara tatap muka maupun daring. Variabel yang dikaji mencakup pengalaman, motivasi, serta makna yang dirasakan informan dalam menggunakan fitur Close Friends.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis tematik (Braun dan Clarke, 2006) yang meliputi tahap pengkodean, identifikasi tema, dan interpretasi data sesuai tujuan penelitian. Validitas data diperkuat melalui triangulasi antar-informan dan member check untuk memastikan akurasi temuan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna subjektif mahasiswa pengguna aktif fitur Close Friends di Instagram. Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap lima informan, diperoleh empat tema utama: (1) Close Friends sebagai ruang self-disclosure terbatas, (2) sarana menjaga citra diri, (3) mempererat kedekatan emosional, dan (4) memberi rasa aman dan nyaman.

Temuan bahwa mahasiswa menggunakan fitur Close Friends untuk menjaga citra diri juga dapat dilihat sebagai bentuk boundary regulation, yaitu strategi individu dalam mengatur batas antara kehidupan publik dan privat (Altman, 1975). Melalui pemilihan audiens yang terbatas, mahasiswa dapat mempertahankan dua identitas berbeda di media sosial: identitas publik yang lebih formal dan identitas privat yang lebih santai dan personal. Hal ini memperkuat teori impression management Goffman (1959) yang menyebutkan bahwa individu secara aktif mengelola penampilan diri tergantung pada audiens yang dihadapi. Di era digital, fitur seperti Close Friends menjadi alat teknis yang memfasilitasi kebutuhan tersebut sehingga pengguna dapat merasakan kontrol yang lebih besar terhadap narasi diri yang ingin mereka tampilkan.

**Tabel 1. Tema Pemakaian Penggunaan Fitur Close Friends**

Tema	Frekuensi Muncul	Keterangan
Ruang self-disclosure	5	Berbagi konten personal/emosional
Menjaga citra diri	4	Memisahkan konten publik & privat
Kedekatan emosional	4	Rasa lebih dekat dengan lingkaran
Rasa aman & nyaman	5	Bebas mengekspresikan diri

*Sumber tabel Data wawancara (diolah), 2025*

Hasil ini menunjukkan bahwa semua informan memaknai Close Friends sebagai ruang untuk mengekspresikan sisi personal yang tidak ditampilkan di ruang publik. Frekuensi tema “rasa aman dan nyaman” serta “self-disclosure” muncul pada semua informan, menandakan bahwa aspek privasi menjadi alasan utama pemanfaatan fitur ini.

Sejalan dengan teori self-disclosure (Derlega dan Berg, 1987), mahasiswa menggunakan Close Friends untuk berbagi hal-hal sensitif kepada orang yang dipercaya. Misalnya, informan A menyebut, “Aku lebih nyaman cerita di Close Friends karena yang lihat cuma teman dekat.” Pernyataan ini menunjukkan kontrol pengguna dalam memilih audiens, yang juga sesuai dengan teori impression management (Goffman, 1959).

Selain itu, empat informan memanfaatkan fitur ini untuk menjaga citra positif di ruang publik. Di feed atau story publik, konten yang dibagikan cenderung positif, sementara di Close Friends mereka lebih bebas membagikan konten humor, keluh kesah, atau hal personal. Informan B menyampaikan, “Di feed aku tetap jaga rapi, tapi di Close Friends lebih santai.” Hal ini memperkuat temuan Putri (2023) yang juga

menemukan strategi serupa di kalangan mahasiswa.

Tema lain adalah kedekatan emosional, muncul pada empat informan. Informan C menyebut, "Rasanya lebih dekat sama teman yang masuk Close Friends." Temuan ini mendukung pendapat Walther (2011) bahwa ruang digital privat dapat memperkuat hubungan interpersonal.

Selain itu, penggunaan fitur Close Friends juga mencerminkan tren generasi muda yang semakin sadar akan pentingnya privasi di media sosial. Laporan terbaru dari We Are Social (2023) menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia, khususnya kelompok usia mahasiswa, semakin selektif dalam membagikan informasi personal. Pilihan untuk memanfaatkan ruang privat digital ini tidak hanya terkait dengan keinginan berbagi, tetapi juga dengan kebutuhan untuk membangun rasa aman emosional dalam relasi interpersonal. Temuan ini sejalan dengan hasil studi Kuss dan Griffiths (2017) yang menekankan pentingnya keseimbangan antara keterhubungan sosial dan perlindungan terhadap kesehatan mental dalam konteks penggunaan media sosial. Penggunaan fitur ini juga memberi rasa aman dan nyaman dalam berbagi, sesuai prinsip selective self-presentation. Pengguna merasa lebih leluasa karena audiensnya terbatas. Fakta ini memperlihatkan bahwa meskipun media sosial bersifat publik, pengguna tetap membutuhkan ruang privat.

Secara umum, hasil penelitian ini sesuai dengan ekspektasi bahwa mahasiswa memaknai Close Friends bukan hanya sebagai fitur teknis, tetapi sebagai strategi komunikasi untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan berbagi, menjaga citra, dan rasa aman.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa sebagai pengguna aktif Instagram memaknai penggunaan fitur Close Friends dalam komunikasi interpersonal. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan analisis tematik, dapat disimpulkan bahwa fitur Close Friends dimaknai mahasiswa sebagai ruang privat yang memungkinkan mereka mengekspresikan sisi personal secara lebih bebas dan terbatas hanya kepada lingkaran teman terdekat. Pemanfaatan fitur ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana teknis berbagi konten, tetapi juga menjadi strategi menjaga citra diri di ruang publik sekaligus mempererat kedekatan emosional dengan teman terpilih. Mahasiswa merasa lebih nyaman dan aman untuk melakukan self-disclosure pada topik-topik yang bersifat sensitif atau emosional melalui fitur ini, karena audiensnya lebih terkendali. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa penggunaan Close Friends membantu mahasiswa menyeimbangkan kebutuhan untuk tetap hadir di media sosial dengan tetap menjaga privasi dan keaslian diri mereka, sehingga fitur ini memiliki fungsi penting dalam praktik komunikasi interpersonal di era digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis In Psychology. *Qualitative Research In Psychology*. 3(2): 77-101.
- Creswell, J. W. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Derlega, V. J., & Berg, J. H. (1987). *Self-Disclosure: Theory, Research, And Therapy*. Springer.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. Doubleday.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users Of the World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*. 53(1): 59-68.

- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*. 14(3): 311.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories Of Human Communication*. Waveland Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications.
- Nasrullah, R. (2022). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Kencana.
- Putri, S. (2023). Pemanfaatan Fitur Close Friends Instagram Sebagai Ruang Privat Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Sosial*. 11(1): 45–54.
- Safitri, D. (2021). Privasi Dan Strategi Self-Disclosure Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. 9(2): 112–121.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Walther, J. B. (2011). Theories Of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations. *The SAGE Handbook Of Interpersonal Communication*. 4th ed.: 443–479.
- We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Retrieved from <https://wearesocial.com/>.