

**Analisis Teori Pertukaran Sosial oleh George C. Homans dalam Proses Pembentukan
Pertemanan Generasi Z di Media Sosial Instagram**

Nifata Ridha Salsabila

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur-Jakarta

Email : 2471600219@student.budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menggunakan teknik Teori Pertukaran Sosial George C. Homans untuk meneliti fenomena pertemanan di kalangan Generasi Z di platform media sosial Instagram. Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan, Instagram, telah muncul sebagai cara utama bagi Generasi Z untuk terhubung, bertukar cerita, dan membuat jejaring sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki kriteria yang digunakan Generasi Z saat memilih teman di Instagram dan apakah kriteria ini konsisten dengan prinsip pertukaran sosial atau tidak yaitu, mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan setiap koneksi. Dengan menggunakan teori pertukaran sosial George C. Homans, pendekatan penelitian kualitatif digunakan. Peneliti menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data, yang didukung oleh tinjauan pustaka. Menurut temuan penelitian, Instagram adalah platform media sosial yang lebih privat daripada platform lain, yang memungkinkan pengguna untuk menjaga basis teman yang lebih terkurasi dan berkualitas tinggi. Meskipun Generasi Z memilih pertemanan sesuai dengan minat, hobi, dan preferensi mereka, masih ada kemungkinan bahwa teman dari dunia nyata juga berteman di Instagram.

Kata kunci: Generasi Z; Hubungan Sosial; *Instagram*; Teori Pertukaran Sosial

PENDAHULUAN

Manusia dan kemajuan teknologi saling terkait erat di era digital yang terus berubah. Informasi dan komunikasi adalah dua bidang yang telah membuat hidup manusia menjadi lebih mudah berkat teknologi. Mekanisme komunikasi telah berubah secara signifikan selama beberapa dekade terakhir. Dalam peradaban tradisional, komunikasi berlangsung secara tatap muka dan dibatasi oleh waktu dan lokasi. Namun, media sosial dan bentuk teknologi lainnya kini telah merambah kehidupan sosial dan mengubah cara orang bertindak dan berinteraksi satu sama lain.

Platform media sosial di dunia maya memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri mereka serta terhubung, bekerja sama, bertukar, dan berkomunikasi dengan orang lain, sehingga terjalin ikatan sosial virtual (Nasrullah, 2015). Menurut Kotler dan Keller (2016), media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk mengomunikasikan berbagai jenis informasi dengan perusahaan dan orang lain, termasuk teks, foto, audio, dan video.

Media sosial memungkinkan seseorang berinteraksi secara cepat dan tanpa batas dengan pengguna lainnya, misalnya hanya dengan memposting komentar yang mendukung atau tanggapan terbuka (Muharman & Wahyuni, 2019). Media sosial membuat masyarakat sulit membedakan antara ruang privat dan publik. Dalam beberapa kasus, orang menggunakan media sosial untuk menunjukkan atau membentuk identitasnya. Identitas dan kepribadian yang digambarkan di media sosial seringkali berbeda dengankenyataan. Media sosial sangat populer di kalangan Gen Z sebagai pengguna aktif. Generasi Z mengacu pada orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012.

Di usia ini, Gen Z cenderung mengandalkan media sosial dalam kehidupannya karena mereka sudah terpapar media sosial sejak masa kanak-kanak dan terus melakukannya hingga saat ini. Media sosial bermanfaat bagi kehidupan Gen Z di usia ini, salah satunya untuk berkomunikasi, mencari relasi dan memperluas lingkaran pertemanan dan menjadi media bertemu dengan orang baru. Memilih pertemanan yang baik merupakan hal yang sangat penting bagi Generasi Z, karena hubungan yang mereka bentuk dapat memberikan dampak besar terhadap perkembangan identitas dan karakter mereka.

Pada masa ini, individu sedang mengalami proses pembentukan diri yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka, termasuk teman-teman yang mereka pilih untuk berinteraksi. Proses pertemanan melalui media sosial dimulai dengan langkah awal, yaitu saling mengikuti akun masing-masing, yang merupakan bentuk dasar dalam membangun koneksi sosial di dunia maya. Setelah itu, tahap selanjutnya adalah komunikasi yang lebih intens, di mana Generasi Z mulai berinteraksi lebih personal dan terbuka. Tahapan ini memudahkan terbentuknya hubungan pertemanan karena adanya pemahaman dan minat yang serupa di antara para individu. Dalam banyak kasus, pertemanan melalui media sosial menjadi lebih mudah

terjalin jika terdapat kesamaan antara individu-individu yang terlibat, seperti minat, hobi, atau pandangan hidup. Kesamaan-kesamaan ini menciptakan kedekatan yang lebih kuat, membuat komunikasi menjadi lebih lancar, dan mempercepat terjalinnya ikatan sosial yang lebih erat.

Namun, meskipun persahabatan dapat terjalin dengan mudah di media sosial, Generasi Z harus berhati-hati dan cermat saat memilih teman daring. Memilih teman yang salah dapat membahayakan pertumbuhan mereka di dunia nyata atau bahkan dapat menyebabkan terbentuknya perilaku yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, sangat penting bagi Generasi Z untuk lebih selektif dan berhati-hati saat menjalin hubungan sosial, baik daring maupun luring.

Menurut jajak pendapat Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), mayoritas populasi Gen Z Indonesia (51,9%) sering menggunakan aplikasi jejaring sosial *instagram*. Pengguna menggunakan *instagram* sebagai platform jejaring sosial yang memungkinkan mereka untuk mempublikasikan konten seperti gambar, video, dan teks. Atmoko (2012: 28) dengan demikian *instagram* dikategorikan sebagai *platform* media sosial. *Instagram* dipilih sebagai fokus penelitian studi ini karena sejumlah alasan, termasuk ekspansi eksplosif *platform* media sosial tersebut sejak diluncurkan pada tahun 2010.

Dengan sekitar 45 juta pengguna aktif, Indonesia memiliki komunitas *instagram* terbesar di kawasan Asia Pasifik, dengan 700 anggota di komunitas pengguna Instagram terbesar di dunia, menurut Direktur Facebook Indonesia (Adi & Hidayat, 2017: 1). *Instagram* menawarkan fitur-fitur termasuk *feed*, *instastories*, *followers*, *like*, *comments*, dan *share*. Generasi Z memiliki berbagai tujuan saat memposting di *instagram*, termasuk mendapatkan *like*, *followers*, atau sekadar berbagi cerita pribadi.

Generasi Z sering mengikuti profil-profil menarik di Instagram untuk mendapatkan informasi. Pengakuan sosial, perhatian dari teman atau *followers*, peningkatan status atau citra diri, dan peluang untuk berjejaring secara profesional adalah keuntungan yang mungkin didapat pengguna dalam situasi ini. Potensi hilangnya privasi, tekanan untuk selalu tampak sempurna, atau ketergantungan pada persetujuan luar adalah beberapa kerugiannya.

Pengguna *instagram*, terutama dari kalangan Generasi Z, cenderung membentuk hubungan berdasarkan kesamaan minat, hobi, atau pandangan hidup yang akan meningkatkan

potensi interaksi yang menguntungkan. Mereka juga akan terus berinteraksi jika manfaat yang diperoleh, seperti jumlah *likes* atau komentar, dianggap lebih besar daripada biaya, seperti waktu yang dihabiskan di *platform* atau risiko eksposur negatif. Dengan berkembangnya zaman yang mempengaruhi proses terbentuknya persahabatan digital, saat ini banyak sekali bentuk pertukaran ilmu pengetahuan, pemenuhan kebutuhan, dan lainnya.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menyelidiki fenomena pertemanan yang terjadi di media sosial guna memahami proses pertukaran yang terjadi dalam pertemanan virtual. Penelitian ini mengaplikasikan teori pertukaran sosial yang dikembangkan oleh George C. Homans sebagai kerangka penelitian dan membuktikan bahwa hubungan pertemanan di media sosial didasari oleh aspek-aspek yang berkaitan dengan interaksi sosial.

Teori menekankan pada gagasan bahwa hubungan sosial dibentuk melalui pertukaran yang saling menguntungkan, di mana individu mengevaluasi manfaat dan biaya dalam setiap interaksi mereka. Dalam konteks media sosial, seperti *instagram*, teori ini dapat menjelaskan bagaimana pengguna membentuk hubungan sosial berdasarkan apa yang mereka dapatkan (manfaat) dibandingkan dengan apa yang mereka keluarkan (biaya).

METODE PENELITIAN

Untuk mengevaluasi dan memahami peristiwa berdasarkan makna dan konteks yang mendasari penelitian, penelitian ini menggunakan teknik kualitatif. Penelitian ini didasarkan pada teori pertukaran sosial George C. Homans dan menggunakan teknik kualitatif. Pengamatan terhadap fenomena pertukaran yang dihasilkan dari stimulus dan reaksi dalam bentuk biaya dan imbalan menjadi landasan fundamental bagi teori ini. Ketika keadaan yang menguntungkan kedua belah pihak terpenuhi, perilaku dan interaksi sosial muncul. Ketika seseorang dalam persahabatan menginvestasikan uang, waktu, energi, atau apa pun untuk kepentingan orang lain, diharapkan orang lain akan membalasnya dengan sesuatu yang bernilai setara.

Oleh karena itu, sensasi tidak nyaman akan terjadi jika timbal balik yang diberikan tidak seimbang. Untuk lebih berkonsentrasi dalam memahami pengalaman yang diberikan informan, peneliti yang menggunakan metode ini harus mengesampingkan prasangka dan pengalaman

mereka sendiri. Untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang fenomena yang muncul dalam kehidupan sosial, khususnya yang berkaitan dengan interaksi sosial dan persahabatan di antara generasi Z, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan wawancara informan yang mendalam dan metode observasi untuk mengumpulkan data, dan dilengkapi dengan tinjauan pustaka. Diharapkan bahwa penelitian ini akan menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang dinamika sosial yang terjadi di dalam kelompok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini subjek yang menjadi sasaran adalah generasi Z yang menggunakan instagram untuk mencari teman. Adapun cara mendapatkan informasi dari para informan adalah dengan cara wawancara agar mengetahui motivasi mereka untuk menjalin pertemanan di media sosial khususnya *instagram*.

MOTIVASI GENERASI Z Mencari Teman di Media Sosial Instagram

Generasi Z dapat menggunakan berbagai faktor sebagai inspirasi dan pembenaran untuk terhubung dengan orang lain di *instagram*. Berkenalan di media sosial merupakan hal yang tidak umum bagi generasi sebelumnya, tetapi berbeda bagi Generasi Z yang lahir antara pertengahan hingga akhir 1990-an dan awal 2010-an, anggota Generasi Z tumbuh di era digital yang ditandai dengan media sosial yang canggih dan teknologi yang canggih. Berbeda dengan Generasi Z yang lahir di era komunikasi dan teknologi yang sederhana, generasi sebelumnya membutuhkan waktu lama untuk menulis surat kepada keluarga dengan berita terkini, seringkali memakan waktu berhari-hari atau bahkan berbulan-bulan.

Generasi Z juga senang berkenalan di media sosial tanpa rasa takut karena dasar itu. Banyak program jejaring sosial yang dapat diakses secara luas juga mempromosikan kemudahan ini. Meskipun mudah menjalin persahabatan, Generasi Z memiliki harapan tertentu terhadap orang-orang dan organisasi yang mereka anggap sebagai teman. Kebutuhan interpersonal seseorang sebagian terpenuhi ketika suatu hubungan terbentuk, dan keinginan mereka untuk pengakuan terkait aktualisasi diri terpenuhi oleh pendapat orang lain tentang mereka (Prastika &

Yuswadi, 2020). Hal serupa juga disampaikan oleh seorang informan yang menyatakan bahwa:

“Alasannya sih karena satu hobi, sebelumnya pernah ikut event bareng begitu, terus follow deh” (ACS, 2025)

“Banyak yang belum ketemu langsung, tapi karena satu profesi sesama MUA, jadi follow deh” (AR, 2025)

“Instagram termasuk agak private ya beda sama X, jadi kalau follow harus yang sudah pernah ketemu, atau minimal ada mutual teman lain” (BJ, 2025)

Jawaban tersebut membuktikan bahwa Generasi Z memiliki alasan dalam memilih pertemanan di media sosial Instagram, yaitu memiliki hobi yang sama. Ada yang mengatakan bahwa Instagram merupakan media sosial yang privacy dan tidak sebebaskan X. Untuk berteman (berteman) di Instagram artinya orang yang sudah dipercaya, atau minimal pernah bertemu di satu event yang sama.

PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BAGI PERTEMANAN GENERASI Z

Kenyamanan telah menjadi hal yang penting di dunia kontemporer saat ini sebagai hasil dari perkembangan historis dan kemajuan teknis.

Saat ini, mustahil untuk memisahkan dunia virtual dan dunia nyata. Kemajuan komunikasi dan teknologi menguntungkan Generasi Z karena membantu mereka membangun identitas mereka sebagai individu yang kehadirannya diakui. Identitas mencakup atribut fisik seseorang, warna kulit, gaya bahasa, dan sifat-sifat lain yang menentukan kepribadian mereka (Sakti & Yulianto, 2018). Generasi Z menggunakan media sosial untuk berbagi ide dan ambisi, terkadang lebih bebas daripada yang mereka lakukan di dunia nyata. Hasilnya, media sosial memfasilitasi pertemanan bagi Generasi Z.

Persahabatan di media sosial memfasilitasi komunikasi dalam berbagai cara, termasuk berbagi informasi dan ide. Perdagangan ini luas dan tidak terbatas pada satu lokasi. Menurut teori perdagangan sosial dan persahabatan di media sosial George Homans, ikatan sosial terbentuk ketika satu orang memberi sesuatu dan orang lain harus membalasnya. Jelas bahwa hubungan hanya dapat dicapai ketika kedua belah pihak menggunakan gagasan perdagangan. Persahabatan tersebut tentu akan gagal apabila reaksi yang diharapkan tidak diberikan karena hanya satu pihak yang memberikan respons, atau yang disebut Homans sebagai cost, sedangkan pihak yang lain

tidak memberikan respons berupa reward. Hal tersebut juga diungkapkan oleh informan yang menyatakan bahwa:

“Sangat terbantu dengan adanya media sosial terutama instagram, kita bisa memilih teman, dengan siapa kita mau follow dari negara lain pun bisa, karena kita saling temenan karena kan ada alasan ya, gak mungkin temenan gitu aja, sekarang era nya media sosial apalagi instagram, kita bisa tau tuh orang suka bikin instastory apa, yang positif atau negatif. Kalau negatif ya tinggal unfollow aja” (ACS, 2025)

Berdasarkan jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial sangat membantu generasi Z dalam memilih pertemanan, banyak kemudahan yang diberikan media sosial terutama Instagram yang merupakan media sosial besar yang mayoritas digunakan oleh mancanegara. Generasi Z juga memilih pertemanan berdasarkan minat, kesukaan, bisa disebut juga saat ini dengan istilah “satu frekuensi”, hal tersebut diperkuat dengan penyampaian informan yang mengatakan bahwa :

“Kalau satu frekuensi enak bertemannya, kalau enggak satu frekuensi biasanya sih sekedar temenan atau formalitas” (ACS,2025)

“Tetep temenan tapi gak pernah saling sapa atau bales gitu loh, kecuali satu hobi” (BJ, 2025)

Informan menjelaskan bahwa pertemanan di media sosial paling enak “satu frekuensi” dalam arti memiliki hobi yang sama, atau memiliki kesukaan yang sama. Contohnya : pembaca buku, akan saling berteman untuk membahas buku karena ada sebuah “topik” yang bisa digunakan untuk bertukar pikiran.

Alasan lain berteman di media sosial *instagram* adalah sudah berteman di dunia nyata, contohnya teman kerja. Walaupun tidak satu hobi atau frekuensi, namun berdasarkan informasi dari para informan apabila tidak ada hobi atau bertukar pikiran, mereka tetap berteman di media sosial *instagram* dan hanya sekedar formalitas dari dunia nyata.

TEORI PERTUKARAN SOSIAL

Data sekunder mengenai teori pertukaran sosial George Homans digunakan untuk mendukung penelitian ini. Sebuah teori ilmu sosial yang dikenal sebagai "teori pertukaran sosial" berpendapat bahwa manfaat timbal balik, pengorbanan, dan penghargaan merupakan komponen dari hubungan sosial. Menurut gagasan ini, kontak sosial dan transaksi bisnis dapat

dibandingkan. Prinsip pertukaran ekonomi, yang menyatakan bahwa individu harus menyediakan produk dan layanan sebagai imbalan atas komoditas dan layanan yang diinginkan, merupakan dasar dari filosofi ini. Akan tetapi, perdagangan sosial tidak dapat diukur hanya dalam istilah moneter, karena baik hal nyata maupun tidak nyata diperjualbelikan.

Teori pertukaran diciptakan oleh George C. Homans sebagai respons terhadap paradigma fakta sosial Durkheim. Gagasan ini menyatakan bahwa kita terlibat dalam hubungan perdagangan dengan orang lain untuk mendapatkan manfaat dari mereka. Dengan kata lain, kita mendapatkan manfaat dari kontak kita dengan orang lain. Mirip dengan teori pembelajaran sosial, teori pertukaran sosial melihat bagaimana perilaku dan lingkungan saling terkait. Karena sebagian besar individu di lingkungan kita adalah orang lain, kita melihat bahwa tindakan kita dan tindakan orang lain berdampak satu sama lain. Ada aspek penghargaan, pengorbanan (biaya), dan penghargaan (manfaat) dalam hubungan ini.

Metode yang dikenal sebagai teori pertukaran sosial memandang interaksi sosial sebagai proses pertukaran nilai yang mencakup produk material dan immaterial. Berikut ini adalah prinsip dasar teori ini, menurut Wirawan (2012):

- 1) Unit Analisis: Untuk memahami tatanan sosial dan orang-orang, teori ini meneliti unit analisis yang signifikan.
- 2) Motif Pertukaran: Setiap orang didorong untuk melakukan transaksi berdasarkan keinginan dan aspirasi unik mereka sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa pertukaran tidak selalu memiliki tujuan kelompok.
- 3) Manfaat dan Biaya: Manfaat atau benefit timbul dari biaya yang dikeluarkan individu untuk memperoleh imbalan. Biaya adalah usaha yang diperlukan untuk mencapai kepuasan, dan manfaat adalah imbalan yang diperoleh.
- 4) Penerimaan Sosial: Penerimaan sosial bertindak sebagai motivator dalam sistem pertukaran di mana imbalan bersifat personal dan emosional serta tidak memiliki kendala kuantitas.

KESIMPULAN

Generasi Z merupakan generasi yang lahir ditahun 1997-2012, generasi ini lahir dimana teknologi sudah canggih dan media sosial berkembang pesat. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang mencari teman dari dunia nyata, sebagai kaum yang lahir di zaman teknologi canggih menyebabkan generasi Z lebih mudah mencari pertemanan di media sosial tanpa takut yang berlebih. Kemudahan teknologi komunikasi dan akses yang cepat telah menjadi fondasi yang membuat mereka gemar menjalin pertemanan di dunia maya.

Motivasi utama generasi Z dalam memilih teman dalam media sosial khususnya *instagram* adalah mereka cenderung memilih teman yang memiliki minat serupa atau yang sudah mereka kenal secara langsung atau melalui koneksi mutual. Sebagai platform yang dianggap lebih privat dibandingkan media sosial lainnya, *instagram* memungkinkan mereka untuk menjaga lingkaran pertemanan yang lebih selektif dan berkualitas.

Dalam konteks pertukaran sosial, seperti yang dijelaskan oleh George Homans, hubungan pertemanan di *instagram* mencerminkan prinsip pertukaran sosial, di mana individu memberikan dan menerima penghargaan dalam bentuk dukungan sosial, informasi, atau pengakuan. Jika salah satu pihak merasa tidak mendapatkan imbalan yang sepadan, hubungan tersebut cenderung tidak berlanjut. Generasi Z menggunakan media sosial untuk membangun identitas mereka dan mengembangkan jaringan sosial yang saling menguntungkan berdasarkan minat dan kesukaan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulady, F., & Harianto, S. (2022). Pertukaran Sosial dalam Hubungan Pertemanan Remaja Desa Winong Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 8(2), 220-228, doi: <https://doi.org/10.23887/jiis.v8i2.54926>
- Fihayati, Eka dkk. 2014. "Analisis Pemahaman Dan Sikap Siswa Terhadap Hubungan Sosial Siswa Berbeda Budaya". *Jurnal FKIP UNILA*, 2(6), 36-38.
- Littlejohn, S., Foss, K, A., & Oatzel, J. G. (2017). *Theories Of Human Communication: Eleventh Edition*. United States: Waveland Press, Inc.
- Muharman, Nadia, and Riska Wahyuni. (2019) "Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial

Tantandam Menjalin Relasi Pertemanan (Studi pada Mahasiswa Universitas SyiahKualaBanda Aceh)." *Jurnal Peurawi*, 2(2), 16-27, doi: 10.22373/jp. V 2i2.5861

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Ramadhani, C. M. 2021. *Pembentukan Pertemanan Online Remaja Akhir Dari Media Sosial Yang Berlanjut Ke Offline*. Skripsi. FKI, Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sheilasha, Nadia, Rifky. (2023) "Peran Media Sosial Dalam Pertukaran Sosial Remaja di Era Digital". Peshum: *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 3(1)

Ulupui, I. G. K. A. (2007). Analisis pengaruh rasio likuiditas, leverage, aktivitas, dan profitabilitas terhadap return saham (Studi pada perusahaan makanan dan minuman dengan kategori industri barang konsumsi di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 2(1), 88-102.

Wirawan. 2012. *Teori-teori Sosial dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana.