

Dromologi dalam Fitur *Close Friends* Instagram di Kalangan Generasi Z

Fristian Setiawan

fhristsetia@gmail.com

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Abstrak

Dromologi adalah kondisi manusia di era digital dengan kecepatan dalam segala aspek kehidupan. Dromologi lahir di era pascamodernisme, yang mengakibatkan dromologi membawa relativisme kebenaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat implikasi dromologi pada bentuk komunikasi digital, yakni penggunaan *close friends* Instagram yang dilakukan oleh Generasi Z. Metode penelitian ini adalah fenomenologi dengan jenis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk konkret dari dromologi dapat terlihat melalui fenomena-fenomena unik yang Generasi Z lakukan saat menggunakan fitur *close friends* Instagram. Termasuk fenomena saat salah satunya perbedaan teman di dunia digital dengan teman di dunia fisik, hal ini menandakan relatifnya kebenaran yang diyakini terkait definisi teman dekat.

Kata Kunci: *Dromologi, era digital, kecepatan, close friends Instagram, Generasi Z, kebenaran, komunikasi digital, pascamodernisme*

Pendahuluan

Instagram sebagai sebuah media sosial adalah contoh nyata dari budaya kecepatan yang disebut oleh Paul Virilio sebagai dromologi. Dromologi merupakan suatu kondisi di mana manusia bergerak secara independen dan “terpenjara” dalam dunia yang serba cepat (Virilio). Virilio melihat dromologi sebagai sebuah bentuk pergeseran tata kelola dunia menjadi lebih cepat karena digitalisasi. Manusia di era digital pada akhirnya terobsesi akan kecepatan yang ditawarkan oleh dromologi. Lahirnya dromologi adalah pada saat era pascamodernisme sudah lahir. Artinya, kecepatan

yang ada di dunia digital ini juga seringkali beririsan dengan efek-efek dari pascamodernisme.

Bentuk konkret kecepatan dalam dromologi bisa dilihat melalui berbagai hal. Pertama terkait dengan *euphoria* FOMO (*Fear Of Missing Out*) akan sesuatu. Orang-orang di era digital seperti sekarang sangat mudah terjebak dalam tradisi FOMO ini. Contohnya, selalu mengecek gawai untuk melihat info terbaru, selalu ingin tahu kehidupan orang lain, selalu ingin tahu gosip terbaru, konsumtif & impulsif agar tidak ketinggalan zaman, dan lain sebagainya (Anggraeni). Kedua, terkait dengan implikasi dari FOMO itu sendiri, yakni mengganggu kesehatan mental dan hilangnya rasa percaya diri. Kecepatan yang dijelaskan melalui dromologi memang sangat mungkin untuk membuat manusia menjadi terganggu kesehatan mentalnya, karena selalu dihantui dengan kecemasan, tekanan dari lingkungan sekitar dan ketakutan yang bahkan seringkali tak berdasar.

Hal tersebut sesuai dengan salah satu riset yang dijelaskan dalam tulisan populer Universitas Airlangga, bahwa FOMO merupakan suatu ketakutan atau kecemasan dari seseorang atas ketertinggalan sehingga menimbulkan keinginan kompulsif dari orang tersebut untuk mengharuskan dirinya berada di lokasi tertentu dan ikut mengalami kejadian yang ada di sana seperti orang lainnya (Unairnews). Maka, FOMO merupakan implikasi yang paling nyata sekaligus berbahaya dari kecepatan di era digital ini.

Dromologi memang sangat sulit—kalau istilah mustahil terlalu arogan—untuk dihindari oleh manusia yang hidup di era digital ini. Kendati demikian, pilihan dalam menghadapi kecepatan tersebut tidak semata-

mata ditentukan oleh kecepatan itu sendiri. Artinya, manusia yang hidup di era digital bebas dalam menetapkan apakah dirinya akan mengikuti arus kecepatan tersebut atau tidak. Faktanya, di Indonesia sendiri penggunaan media sosial, khususnya Instagram masih menduduki peringkat yang tinggi. Seperti yang dijelaskan dalam situs resmi Databoks, bahwa penggunaan Instagram didominasi oleh Generasi Z. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah Generasi Z, hal ini dibuktikan dengan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang mengatakan bahwa 51,9% Generasi Z di Indonesia sering mengakses aplikasi Instagram (Ahdiat).

Fenomena tersebut didukung oleh data yang dijelaskan dalam GoodStats, bahwa Indonesia menduduki peringkat empat negara dengan pengguna Instagram terlama di dunia. Rata-rata penggunaan Instagram di Indonesia adalah selama 15,4 jam per bulan atau sekitar 924 menit. Durasi ini lebih tinggi dari rata-rata durasi penggunaan Instagram di dunia, yakni 12 jam per bulan (Yonathan). Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan Virilio mengenai dromologi. Bahwa kecepatan yang ada dalam digitalisasi pada akhirnya membuat orang “terpenjara” (Virilio). Terpenjara dalam arti tidak bisa keluar dari kenyamanan yang dihadirkan kecepatan. Buktinya, tingkat penggunaan Instagram di Indonesia masih di atas rata-rata, seperti yang dijelaskan sebelumnya.

Penggunaan Instagram didasarkan pada fitur-fitur Instagram yang beraneka ragam. Salah satunya adalah fitur *close friends*. Fitur *close friends* merupakan fitur yang menyediakan layanan berbagi konten antar pengguna Instagram, namun dalam skala yang lebih sempit. Skala yang lebih sempit ini ditentukan secara mandiri oleh pengguna *close friends*, tanpa intervensi dari pihak eksternal. Keberadaan fitur *close friends* sudah ada sejak tahun 2018 (Rozi). Meski sudah ada sejak tahun 2018, kajian ilmiah mengenai fitur ini, khususnya yang berada di ranah Ilmu Komunikasi masih belum banyak. Oleh sebab itu penulis ingin meneliti penggunaan fitur *close friends*, kaitannya dengan dromologi.

Konteks komunikasi dalam penelitian ini berada dalam konteks komunikasi interpersonal, karena skala dalam fitur *close friends* yang lebih spesifik (privat) jika dibandingkan dengan fitur lainnya yang ada di Instagram. Fitur lain tersebut contohnya adalah, *story* Instagram yang bersifat umum, unggahan konten *feeds* di Instagram, komentar dalam unggahan *feeds*, dan masih banyak lagi. Aspek dromologi yang akan dikaji melalui penelitian ini adalah, terkait dengan respon masyarakat Indonesia dalam menanggapi fitur *close*

friends dengan kecepatan yang ada dalam dunia digital ini. Respon di sini maksudnya bisa positif, atau negatif. Artinya, cara masyarakat Indonesia menyikapi fitur ini akan menjadi kajian utama dalam penelitian ini.

Masyarakat Indonesia yang dimaksud penulis dalam penelitian ini lebih spesifik berada di kalangan Generasi Z. Pemilihan Generasi Z sebagai subjek penelitian bukan tanpa alasan. Hal tersebut mengacu dari jumlah pengguna Instagram terbanyak di Indonesia, yakni Generasi Z, seperti yang dijelaskan sebelumnya. Generasi Z adalah sekumpulan manusia yang lahir di antara tahun 1997-2012 (Rosariana).

Masalah utama dari penelitian ini terletak pada kekhawatiran penulis dalam melihat orang-orang yang menggunakan fitur *close friends*. Kekhawatiran ini didasarkan pada informasi yang penulis dapatkan, baik dari pengalaman langsung beberapa rekan, maupun pencarian di internet. Contohnya seperti informasi yang penulis temukan di Liputan6.com, terdapat enam artis yang rahasianya pernah bocor sebagai akibat dari penggunaan fitur *close friends* Instagram. Diantaranya, Larissa Chou dengan kasus alasan perceraianya. Adhistry Zara dengan kasus momen mesranya. Hasya Kyla dengan kasus kekecewaannya terhadap sang adik (Adhistry Zara). Prilly Latuconsina, dengan konten curahan hatinya terhadap karyawan yang tidak gesit dalam bekerja. Zaskia Adya Mecca dengan kasus pertengkarnya. Terakhir Arawinda Kirana dengan kasus perselingkuhannya (Hafidha).

Berdasarkan hal tersebut, pentingnya melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsekuensi paling konkret dari dromologi pada aspek yang sederhana dalam hidup manusia, yakni berkomunikasi melalui teknologi digital, dalam hal ini fitur *close friends* Instagram. Penulis ingin mengetahui lebih jauh, kecepatan yang dijelaskan dalam dromologi, dilihat melalui bentuk-bentuk komunikasi digital yang dilakukan secara khusus oleh Generasi Z di Indonesia. Oleh karenanya, penelitian ini berfokus pada konteks komunikasi interpersonal yang dilakukan secara digital. Aspek kebaruan jika dibandingkan dengan penelitian komunikasi interpersonal digital yang lain adalah, terletak pada dromologi yang dikaitkan dengan konteks komunikasi interpersonal dalam penelitian ini.

Metode penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, dengan metode fenomenologi. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat interpretif (menafsir) dan melibatkan banyak metode dalam menelaah masalah penelitiannya. Maka, seringkali penelitian kualitatif diasosiasikan dengan keinginan penulis untuk

menelaah makna, konteks dan pendekatan yang holistik terhadap sebuah fenomena (Mulyana, D. & Solatun). Metode fenomenologi yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan *hermeneutical phenomenology*/fenomenologi hermeneutikal. Fenomenologi hermeneutikal bermula dari pemikiran Heidegger mengenai eksistensi manusia. Metode ini berkembang dengan isu pemikiran ke arah antropologi, filsafat, ekologi, gender, etnisitas, agama dan teknologi (Salim).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan sebuah aktivitas wawancara yang melibatkan pengajuan pertanyaan, mendengarkan jawaban, menyatakan minat, serta mencatat apa yang dijelaskan oleh narasumber. Maka, dalam melakukan wawancara mendalam perlu adanya upaya dalam proses diskusi agar dapat terungkap makna subjektif dari narasumber yang sedang diwawancarai (Neuman). Pemilihan narasumber dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian lapangan. Teknik ini digunakan dalam kasus yang “rata-rata” atau “tipikal”. Oleh karena itu, dalam teknik *purposive sampling*, kasus-kasus yang dipilih jarang mewakili keseluruhan populasi (Neuman).

Khususnya, dalam penelitian ini kriteria narasumber tersebut adalah kalangan Generasi Z yang menggunakan fitur *close friends* Instagram di Indonesia. Karakteristik lebih spesifik narasumber dalam penelitian ini adalah, pengguna *close friends* minimal atau lebih dari 2 tahun. Intensitas penggunaan yang cukup tinggi (pasti menggunakan *close friends* dalam rentang waktu per minggu atau per hari). Terakhir, konsisten dalam menggunakan fitur *close friends* (tidak pernah dengan sengaja memutuskan untuk hiatus).

Penelitian kualitatif memiliki empat jenis triangulasi. Triangulasi sumber, triangulasi peneliti, triangulasi metodologis dan triangulasi teoritis (Hadi). Pada kesempatan ini, penulis menggunakan triangulasi sumber. Penulis melakukan verifikasi informasi berdasarkan narasumber yang berbeda untuk mendapatkan kejenuhan data. Kejenuhan data yang dimaksud adalah ketika informasi yang disampaikan oleh masing-masing narasumber sudah sama, searah dan bisa ditarik kesamaannya dengan narasumber yang lain.

Temuan dan Pembahasan

Penulis telah melakukan wawancara kepada 8

narasumber dengan kriteria yang sesuai, yakni masuk ke dalam rentang usia Generasi Z, serta merupakan pengguna fitur *close friends* yang cukup aktif dan konsisten. Berdasarkan 8 narasumber yang telah diwawancarai, ditemukan fakta bahwa enam dari 8 narasumber menyatakan bahwa anggota *close friends* mereka tidak sesuai dengan orang-orang yang berteman dekat juga dengan mereka di dunia nyata. Orang-orang itu adalah informan satu, informan dua, informan tiga, informan empat, informan lima dan informan delapan. Artinya, enam narasumber ini menyebutkan bahwa ada beberapa teman yang di dunia nyata sesungguhnya tidak terlalu dekat, bahkan tidak dekat, tapi tetap mereka masukkan ke dalam fitur *close friends* mereka.

Pertama-tama, informan satu mengatakan bahwa kesesuaian antara orang-orang yang ia masukkan ke dalam fitur *close friends* Instagram dengan orang-orang yang dekat di dunia nyata itu tidak terlalu sesuai. Kendati demikian, ia sudah memilih dengan kesadaran penuh terkait siapa saja yang ia masukkan sebagai anggota *close friendsnya*.

“Oh, kalau sesuai sih ngga 100% sesuai ya sama di dunia nyata. Tapi setidaknya yang masuk *close friends* itu sudah kesortir ya. Entah itu pernah ngobrol, sudah kenal lebih jauh lah. Jadi kayanya kalau *ngeshare* (konten) itu aman lah. *Pengen ngeshare* aja sama *temen-temen* ini, merasa lebih *deket* aja.” (Sumber: wawancara dengan informan satu).

Selain informan satu, informan dua juga mengatakan hal yang kurang lebih sama, ia menyebutkan bahwa ada beberapa orang yang sebenarnya jarang berinteraksi dengannya di dunia nyata. Namun, tetap ia masukkan ke dalam *close friends* miliknya karena setiap kali mereka berinteraksi, informan dua ini selalu merasa cocok.

“Ya, kalau yang temen *deket*, sahabat gitu sih pasti masuk ya. Cuma ada beberapa juga yang aku jarang ngobrol, tapi kalau sekalinya kami ngobrol itu selalu nyambung gitu loh. *Makanya* aku masukin.” (Sumber: wawancara dengan informan dua).

Begitu juga dengan informan tiga dan empat. Informan tiga mengatakan bahwa tidak semuanya sesuai, karena ada beberapa orang yang bahkan relasinya tidak terlalu dekatpun, tetap ia masukkan sebagai anggota *close friendsnya*. Informan empat pun demikian, menurutnya, ada beberapa orang yang tidak terlalu dekat di dunia nyata, namun tetap ia masukkan ke dalam anggota *close friendsnya*.

“Kalau bisa dibilang, ga semuanya sesuai. Karena dulu itu ada yang *temen deket* tapi pas masih TK (Taman Kanak-Kanak), nah itu aku masukin juga.

Terus yang *sebenarnya* ga terlalu berhubungan, tapi aku masukkin juga. Jadi *sebenarnya* ga terlalu sesuai, cuma ya aku mikir orang-orang ini ga terlalu berpengaruh sama hidupku, jadinya ga masalah juga kalau aku masukin *close friends*.” (Sumber: wawancara dengan informan tiga).

“Ada sih, yang di dunia nyata ga terlalu dekat, tapi aku masukkin ke *close friends*. Karena ada niat baik dan niat buruk sih. Niat buruknya ya biar dia lihat kontenku di *close friends*, buat kode gitu. Niat baiknya, karena kadang tuh ga enak. Artinya, misal ada yang sudah masukkin aku ke *close friendsnya*, ya sudah aku bales masukkin dia jadi *close friends* aku.” (Sumber: wawancara dengan informan empat).

Terakhir, informan lima dan informan delapan juga menjelaskan hal yang kurang lebih sama. Informan lima menjelaskan bahwa antara orang-orang yang ada di *close friendsnya*, dengan orang-orang yang memang dekat dengannya di dunia nyata itu memiliki perbedaan. Informan delapan juga mengungkapkan bahwa ada satu orang yang menjadi anggota *close friendsnya*, yang tidak dekat di dunia nyata.

“Sebenarnya beda, karena aku orangnya *ngga* enakan. Bisa dibilang *people pleaser* lah ya. Jadi kalau misalnya ada orang yang ga kenal, ga dekat, tapi dia *ngejadiin* aku sebagai *close friendsnya*, ya aku *jadiin* juga orang itu sebagai *close friendsku* juga. Sebenarnya kalau dihitung sih teman dekatku itu paling *cuma* lima orang, tapi di *close friendsku* itu bisa sampai 30 orang, 20 orang. Jadi ya ga sesuai lah sebenarnya.” (Sumber: wawancara dengan informan lima).

“Sebenarnya ada, cuma satu tapi yang ga dekat. Selain itu sih bisa dibilang *deket*. Totalnya dua puluh lebih anggota *close friendsku*. Orang yang ga *deket* ini sebenarnya dia cuma temen main *game* aja sih. Tapi karena sering main *gamenya*, jadi ya koko masukin ke *close friends*. Di dunia asli sih jarang ketemu malah.” (Sumber: wawancara dengan informan delapan).

Temuan selanjutnya dalam penelitian ini adalah, tiga narasumber yang pernah mengalami langsung pengalaman tidak menyenangkan dari penggunaan fitur *close friends*. Orang-orang tersebut adalah informan satu, informan enam dan informan tujuh. Informan satu mengalami pengalaman tidak menyenangkan ini sebenarnya sudah cukup lama, namun informan satu masih mengingatnya karena pengalaman tersebut membuatnya belajar sampai sekarang bahwa fitur *close friends* ternyata bisa membawa pengaruh buruk baginya.

“Pernah sih, waktu itu. Kejadiannya *cuma* sekali tapi sudah cukup lama. Itu terkait saling sindir lewat status dan cerita di *close friends*. Tapi ternyata ada beberapa

yang tersebar juga. Jadi itu ya cukup pengalaman buruk buat saya, saya akhirnya menjadikan itu sebagai pelajaran *aja*. Bahwa *ngga* semua orang bisa *nerima* cerita saya.” (Sumber: wawancara dengan informan satu).

Selain informan satu, informan enam juga pernah mengalami pengalaman tidak menyenangkan dalam menggunakan fitur *close friends* Instagram. Namun, berbeda dengan informan satu yang saling sindir, pengalaman tidak menyenangkan yang dialami oleh informan enam ini terkait dengan cerita-cerita pribadi yang tersebar ke orang lain. Informan enam pun sudah mencurigai pelaku yang menyebarkan cerita-cerita pribadinya tersebut.

“Aku pernah *masukin* satu orang ke *close friends*, orang Jogja. Artinya teman kuliahku. Tapi ketika aku *masukin* orang itu ke *close friends*, banyak cerita-cerita atau bahkan foto-foto yang aku bagikan di *close friends* itu malah bocor dan tersebar ke orang lain. Jadi aku berpikir apa jangan-jangan orang ini yang *nyebarin*. Karena teman-temanku yang di Kalimantan ga mungkin kenal sama teman-temanku yang ada di Jogja. Jadi, waktu aku tahu hal itu, aku langsung *keluarin* dia dari *close friendsku*.” (Sumber: wawancara dengan informan enam).

Informan terakhir yang pernah mengalami pengalaman tidak menyenangkan dari penggunaan fitur *close friends* Instagram adalah informan tujuh. Berbeda dengan informan satu dan informan enam yang rahasianya menjadi tersebar, pengalaman tidak menyenangkan yang dialami oleh informan tujuh ini terkait dengan anggota yang ia masukkan ke dalam fitur *close friendsnya*.

“Pernah gara-gara *keceposan*, ada orang yang nanya “eh *liat* dong isi *close friends* kamu siapa aja”. Terus ya aku kasih *liat*, tapi aku lupa bahwa orang itu ga aku *masukin* ke *close friendsku*. Jadi ya ada rasa ga enak juga setelah kejadian itu. Kejadiannya di perkuliahan ini sih. (Sumber: wawancara dengan informan tujuh).

Selain pengalaman tidak menyenangkan, temuan menarik terakhir yang penulis dapatkan dari hasil wawancara bersama dengan delapan narasumber tersebut adalah terkait dengan pemaknaan terhadap fitur *close friends* itu sendiri. Berdasarkan delapan narasumber, ternyata masih ada satu narasumber yang awalnya menganggap fitur *close friends* bukan sebagai fitur *close friends* (baca: untuk teman dekat). Dia adalah informan empat. Informan empat mengaku bahwa dia pernah memasukkan 150 orang lebih ke dalam fitur *close friendsnya*. Hingga sekarang pun, ia masih menyimpan sekitar 50 orang di dalam *close*

friendsnya, meski memang perbedaannya untuk 50 orang tersebut sudah diakui sebagai teman dekatnya semua.

“*Ngga* mikir jauh sih, soalnya dulu waktu kecil *ngga overthinking*. Jadi ya, pakai-pakai aja sih. Dulu bahkan *masukin* orang ke *close friends* itu kira-kira 150 orang. *Cuma* asal milih, “ah ini *deket masukin* ah”, “ah ini *deket* karena *temennya* si koko *masukin* ah”, tapi makin lama ya makin dikurang-kurangnya lah anggota *close friendsnya*. Terutama sejak masuk kuliah, itu jadi dikurangnya paling *cuma* 50-60 orang total anggota *close friendsnya*. Karena makin lama makin ada rasa malunya juga.” (Sumber: wawancara dengan informan empat).

Berdasarkan temuan data yang sudah dijelaskan, penulis mengerucutkannya menjadi tiga hal besar. Pertama, terkait kesesuaian antara teman di dunia digital, dengan teman di dunia nyata. Kedua, terkait pengalaman tidak menyenangkan dari penggunaan fitur *close friends* Instagram. Ketiga, terkait dengan pemaknaan arti fitur *close friends* Instagram. Ketiga hal ini jelas merupakan bentuk konkret dari FOMO yang merupakan implikasi dari dromologi ini. Meskipun, masing-masing poin memiliki nilai khasnya sebagai ciri utama dari poin lainnya (poin dua dan tiga).

Tidak sesuaiinya pertemanan di dunia nyata dengan pertemanan di dunia digital menandakan bahwa manusia di era digital memiliki banyak keyakinan akan kebenaran. Artinya, kebenaran akan definisi pertemanan itu sendiri bisa berbeda-beda. Hal ini jelas merupakan dampak dari pascamodernisme. Saat di mana kebenaran tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang absolut, statis, melainkan relatif, dinamis, dan kontekstual. Dromologi sendiri tentu lahir dari era pascamodernisme. Artinya saat di mana manusia hidup bukan lagi berorientasi pada aspek produksi maupun konsumsi, melainkan pada kecepatan yang dilakukan setiap hari.

Pengalaman yang tidak menyenangkan dari penggunaan fitur *close friends* Instagram juga merupakan bentuk nyata dari konsekuensi negatif dromologi jika tidak dihadapi dengan bijaksana. Bijaksana yang dimaksud di sini adalah terkait dengan kemampuan menghidupi kecepatan yang dijelaskan Virilio melalui dromologi dengan tetap melandaskan pikiran pada kritisisme, atau pada hal-hal yang mendasar. Artinya, walaupun kita tidak bisa menolak adanya kecepatan dalam dunia digital, bukan berarti kita harus tenggelam pada kecepatan itu sendiri tanpa memperhatikan daya kognitif kita dalam menyikapi kecepatan itu.

Manusia bisa mengalami pengalaman buruk ketika

menggunakan fitur *close friends* Instagram itu boleh jadi karena dua kemungkinan. Kemungkinan pertama, adalah karena kurangnya pengetahuan akan risiko dari penggunaan teknologi digital (Instagram), atau bisa jadi kemungkinan kedua yakni karena sikap apatis/acuh tak acuh dalam menghadapi risiko dari penggunaan fitur *close friends* Instagram tersebut. Artinya, meskipun mungkin beberapa orang sudah mengetahui risiko menggunakan fitur *close friends* Instagram, mereka tetap menggunakan fitur itu dengan gegabah karena apatis terhadap implikasinya.

Apapun kemungkinan yang mendasarinya, tetap saja pengalaman buruk dalam menggunakan fitur *close friends* Instagram merupakan implikasi lebih lanjut dari budaya FOMO. FOMO mendasari perilaku manusia untuk tidak mempelajari sesuatu dengan komprehensif, pun mendasari perilaku manusia untuk apatis terhadap risiko/masalah yang mungkin terjadi dari penggunaan fitur *close friends* Instagram itu sendiri. Persis seperti yang dijelaskan oleh Virilio, mengenai *the integral accident*. *The integral accident* menjelaskan bahwa lahirnya teknologi komunikasi digital, maka lahir juga masalah dari teknologi komunikasi digital. Lahirnya Instagram, tentu melahirkan juga masalah yang bisa muncul dari penggunaan Instagram. Lahirnya fitur *close friends* dalam Instagram, tentu melahirkan juga masalah yang mungkin muncul dari fitur *close friends* dalam Instagram itu sendiri.

Ketiga, terkait dengan pemaknaan arti *close friends* yang berbeda-beda. Pemaknaan yang berbeda-beda ini berkaitan dengan akibat dari pascamodernisme yang sudah penulis jelaskan sebelumnya. Pascamodernisme yang mengakibatkan manusia akhirnya memiliki banyak keyakinan akan sebuah kebenaran. Termasuk kebenaran dalam melihat fitur *close friends* Instagram. Meskipun Instagram sudah menjelaskan dengan baik bahwa fitur *close friends* digunakan untuk teman dekat, namun karena Instagram lahir di era pascamodernisme, wajar saja apabila manusia memiliki kebenarannya sendiri, yang berbeda dengan kebenaran dominan.

Termasuk dengan apabila kebenaran yang diyakini manusia tertentu dalam memandang fitur *close friends* Instagram berubah, juga wajar karena dromologi yang lahir pada era pascamodernisme juga meyakini kebenaran itu relatif dan tidak statis. Beda dengan kebenaran pada saat era modernisme di mana kebenaran apapun, termasuk kebenaran dalam berkomunikasi memiliki nilai absolutnya, diakui kemutlakannya. Mengacu dari hal tersebut, pada akhirnya dromologi memang terbukti membawa

implikasi-implikasi yang cukup berbahaya pada hidup manusia apabila hadirnya dromologi tidak dibarengi dengan kesiapan kognitif dalam menerima kecepatan tersebut secara bijaksana.

Kesimpulan

Implikasi dromologi dalam teknologi komunikasi digital, khususnya fitur *close friends* Instagram ternyata cukup berbahaya. Terbukti dari tiga narasumber yang pernah mengalami pengalaman tidak menyenangkan dalam menggunakan fitur *close friends* Instagram. Selain itu, dari efek dromologi yang lahir pada era pascamodernisme juga menyebabkan kebenaran yang diyakini oleh masing-masing manusia pengguna fitur *close friends* Instagram pada akhirnya bisa berbeda-beda. Implikasinya jelas, bahwa definisi teman akhirnya bisa dipertanyakan ulang. Selain itu, pemaknaan pribadi atas fitur *close friends* Instagram yang berbeda jika dibandingkan dengan kebenaran dominan terkait fitur *close friends* Instagram merupakan implikasi yang harus diakui sebagai bentuk dari dromologi yang menyentuh ruang-ruang komunikasi digital. ■

Daftar Pustaka

- Ahdiat, A. "Media Sosial Favorit Gen z dan Milenial Indonesia." Databoks 24 September. 2024: 1.
- Anggraeni, K.E. "Fear of missing out (fomo), ketakutan kehilangan momen." Kementerian Keuangan 8 Juni. 2021: 1.
- Hadi, Abd, Asrori, dan Rusman. Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi. Purwokerto: CV Pena Persada, 2021.
- Hafidha, I.S. "Rahasia 6 artis ini pernah bocor gara-gara close friends, terbaru Arawinda Kirana." Liputan6 13 Juli. 2022: 1 – 7.
- Mulyana, D. & Solatun. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Neuman, L.W. Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches. England: Pearson Education Limited, 2014.
- Rosariana, B. "Generasi Milenial dan Generasi Kolonial." Kementerian Keuangan 28 September. 2021: 1.
- Rozi, F. "Fitur Close Friends Kini Hadir Untuk Feed dan Reels Instagram." IDN Times 15 November. 2023: 1.
- Salim, A. Teori & Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta: Penerbit Tiara Wacana, 2006.
- Unairnews. "Fomo di Kalangan Mahasiswa, Kebutuhan atau Hanya Sekadar Ikut-Ikutan." Unairnews 20 Maret. 2023: 1
- Virilio, P. (2006). Speed and politics. England: The MIT Press, 2006
- Yonatan, A. "Indonesia Jadi Negara Keempat Pengguna Instagram Terlama di Dunia." Goodstats 7 Juli. 2023: 1