



Keterbukaan Diri dan Pembentukan Keakraban Generasi Z dalam Komunitas Thrifting Tabanan: Perspektif Teori Penetrasi Sosial

I Putu Yoga Pratama^{1*}, Irma Suryanti², Nuning Indah Pratiwi³, Putu Suparna⁴

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas, Pendidikan Nasional, Indonesia

²Program Studi Teknik Sipil, Universitas, Pendidikan Nasional, Indonesia

^{3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

*Penulis Korespondensi: yogaprtma2812@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the process of self-disclosure and the formation of intimacy among Generation Z members in the thrifting community in Tabanan through the perspective of Social Penetration Theory. Generation Z, who grew up in the digital era, is known for open, expressive, and adaptive interpersonal communication styles within new social environments. The thrifting community, which focuses on buying and selling secondhand items and sharing interests in sustainable lifestyles, provides a social space that facilitates meaningful interactions among members. This research employs a qualitative approach using in-depth interviews with several active members of the community. The findings reveal that self-disclosure serves as the main foundation for building closeness and mutual trust among members. The process of social penetration occurs gradually, starting from light conversations about shared interests to more personal and emotional discussions. The intimacy developed strengthens solidarity, a sense of togetherness, and group identity. In addition to serving as a communication tool, self-disclosure also functions as a mechanism for fostering empathy and mutual understanding among members. These findings indicate that Social Penetration Theory is relevant in explaining the interpersonal communication dynamics of Generation Z in thrifting communities, where social relationships grow through openness, trust, and intimacy.*

Keywords: *Generation Z; Interpersonal Communication; Self-Disclosure; Social Penetration Theory; Thrifting Community*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses keterbukaan diri dan pembentukan keakraban antaranggota Generasi Z dalam komunitas thrifting di Tabanan melalui perspektif Teori Penetrasi Sosial. Generasi Z yang tumbuh di era digital dikenal memiliki gaya komunikasi interpersonal yang terbuka, ekspresif, dan mudah beradaptasi dalam lingkungan sosial baru. Komunitas thrifting, yang berfokus pada kegiatan jual beli barang bekas dan berbagi minat terhadap gaya hidup berkelanjutan, menjadi ruang sosial yang memfasilitasi interaksi antaranggota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap beberapa informan aktif dalam komunitas tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan diri menjadi fondasi utama dalam membangun kedekatan dan rasa saling percaya antaranggota. Proses penetrasi sosial terjadi secara bertahap, dimulai dari percakapan ringan seputar minat bersama hingga diskusi yang lebih pribadi dan emosional. Kedekatan yang terjalin memperkuat solidaritas, rasa kebersamaan, dan identitas kelompok. Selain sebagai sarana komunikasi, keterbukaan diri juga menjadi mekanisme untuk menumbuhkan empati dan pemahaman antaranggota. Temuan ini menunjukkan bahwa Teori Penetrasi Sosial relevan dalam menjelaskan dinamika komunikasi interpersonal Generasi Z di komunitas thrifting, di mana hubungan sosial berkembang melalui keterbukaan, kepercayaan, dan keakraban.

Kata kunci: Generasi Z; Komunikasi Interpersonal; Keterbukaan Diri; Komunitas Thrifting; Teori Penetrasi Sosial.

1. LATAR BELAKANG

Keberhasilan interaksi sosial dalam suatu komunitas sangat bergantung pada sejauh mana anggota saling terbuka satu sama lain. Keterbukaan ini bukan sekadar berbagi informasi, tetapi juga mencakup ekspresi perasaan, pengalaman pribadi, dan kepercayaan terhadap anggota lain. Kedekatan emosional, sebagai salah satu indikator hubungan interpersonal yang sehat, biasanya muncul dari komunikasi yang jujur, konsisten, dan penuh perhatian. Generasi Z, yang tumbuh bersama internet dan media sosial, memiliki gaya komunikasi yang adaptif

dan ekspresif. Namun, penelitian oleh Wibisono dan Pratisti (2025) menunjukkan bahwa meski mereka familiar dengan platform digital, Generasi Z cenderung lebih nyaman menyampaikan masalah atau curhat secara langsung kepada teman dekat. Hal ini menunjukkan bahwa kedekatan dan kepercayaan tetap menjadi aspek penting dalam membangun hubungan, bahkan di era digital.

Komunitas thrifting—yang berfokus pada jual beli barang bekas sekaligus mempromosikan gaya hidup berkelanjutan—memberikan ruang sosial unik bagi anggotanya. Interaksi dalam komunitas ini tidak hanya terbatas pada transaksi barang, tetapi juga melibatkan pertukaran pengalaman, cerita, dan ide terkait tren, kreativitas, dan kesadaran lingkungan. Proses keterbukaan diri antaranggota di komunitas semacam ini berpotensi memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas, karena setiap anggota merasa dihargai dan diterima apa adanya. Dalam konteks ini, Teori Penetrasi Sosial yang dikembangkan oleh Altman dan Taylor (1973) menjadi relevan. Teori ini menekankan bahwa kedekatan interpersonal terbentuk melalui tahapan komunikasi yang semakin mendalam, mulai dari percakapan ringan yang bersifat umum hingga diskusi pribadi yang sarat dengan emosi dan pengalaman hidup.

Meski demikian, penerapan teori ini dalam konteks komunitas thrifting di Indonesia, khususnya di Tabanan, masih jarang diteliti. Sebagian besar studi sebelumnya lebih menyoroti interaksi digital dan media sosial secara umum, sehingga kurang menggambarkan dinamika komunikasi tatap muka yang terjadi di komunitas lokal. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut, dengan fokus pada bagaimana Generasi Z membangun keakraban dan kepercayaan melalui proses keterbukaan diri di komunitas thrifting. Dengan memahami pola komunikasi ini, kita bisa melihat bagaimana interaksi sosial tidak hanya sekadar berbagi barang, tetapi juga membentuk ikatan emosional dan solidaritas sosial yang kuat.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan Teori Penetrasi Sosial (Social Penetration Theory) yang dikembangkan oleh Altman dan Taylor (1973) untuk menganalisis proses keterbukaan diri dan pembentukan keakraban dalam komunitas thrifting Generasi Z di Tabanan. Teori ini menjelaskan bahwa hubungan interpersonal berkembang melalui tahap-tahap komunikasi yang semakin mendalam, dimulai dari percakapan ringan hingga pembahasan yang lebih pribadi dan emosional. Proses ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengurangan ketidakpastian, timbal balik dalam pengungkapan diri, dan penilaian terhadap manfaat serta biaya dalam hubungan tersebut.

Dalam konteks Generasi Z, penelitian oleh Wibisono dan Pratisti (2022) menunjukkan bahwa meskipun terpapar media sosial, Generasi Z lebih memilih berbagi masalah secara langsung dengan teman dekat. Hal ini mencerminkan pentingnya kedekatan dan kepercayaan dalam komunikasi mereka. Selain itu, penelitian oleh Bai (2025) mengungkapkan bahwa dalam lingkungan digital, pengungkapan diri tetap menjadi inti dari perkembangan hubungan interpersonal, yang sejalan dengan prinsip dasar Teori Penetrasi Sosial.

Komunitas *thrifting*, yang berfokus pada jual beli barang bekas dan gaya hidup berkelanjutan, menyediakan ruang sosial yang memungkinkan interaksi antaranggota. Dalam komunitas ini, proses keterbukaan diri antaranggota dapat memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas. Penelitian oleh Baek et al. (2023) menunjukkan bahwa persepsi keselarasan komunitas meningkatkan kemungkinan berbagi informasi, yang pada gilirannya memperkuat ikatan sosial dalam kelompok tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami proses keterbukaan diri dan pembentukan keakraban antaranggota Generasi Z dalam komunitas *thrifting* di Tabanan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pengalaman, persepsi, dan makna yang diberikan anggota komunitas secara mendalam. Desain penelitian ini bersifat studi kasus, dengan fokus pada interaksi sosial dan komunikasi interpersonal yang terjadi dalam komunitas.

Populasi penelitian adalah seluruh anggota aktif komunitas *thrifting* di Tabanan yang termasuk Generasi Z (lahir antara tahun 1997–2012). Sampel diambil secara *purposive sampling*, dengan kriteria anggota yang aktif mengikuti kegiatan komunitas dan bersedia diwawancarai. Jumlah informan yang terlibat sebanyak 6 orang, yang dipandang cukup mewakili dinamika interaksi dalam komunitas.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi aktivitas komunitas. Wawancara diarahkan untuk memperoleh pemahaman mengenai pengalaman pribadi, cara anggota membangun kepercayaan, dan proses terbentuknya keakraban. Observasi digunakan untuk mencatat perilaku interaksi dalam kegiatan komunitas, sementara dokumentasi mendukung pemahaman konteks sosial di mana interaksi berlangsung.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis tematik (Miles, Huberman, & Saldana, 2014) melalui tiga tahap: pertama, reduksi data, yaitu menyaring dan merangkum informasi yang relevan dari transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen; kedua, penyajian data,

berupa pengelompokan informasi ke dalam tema-tema utama seperti keterbukaan diri, tahapan penetrasi sosial, dan pembentukan keakraban; ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menafsirkan pola hubungan antar tema dan memvalidasi temuan melalui triangulasi data dari berbagai sumber.

Model penelitian ini mengacu pada Teori Penetrasi Sosial, di mana keterbukaan diri dipahami sebagai faktor yang memengaruhi tingkat keakraban antaranggota. Keterbukaan diri ditunjukkan melalui komunikasi personal dan emosional, sedangkan keakraban diidentifikasi melalui kedekatan emosional, rasa percaya, dan solidaritas yang terbangun di antara anggota komunitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini melibatkan 6 anggota aktif komunitas thrifting di Tabanan, yang dipilih melalui teknik random sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi partisipatif. Analisis tematik dilakukan untuk menggali proses keterbukaan diri dan pembentukan keakraban.

Pada tahap awal, anggota komunitas cenderung berbicara ringan tentang minat bersama, seperti tren pakaian bekas, tips membeli barang, atau harga barang. Hanya sebagian anggota yang mulai berbagi pengalaman pribadi secara emosional. Tahap ini menunjukkan bahwa komunikasi awal biasanya bersifat superfisial sebelum muncul kepercayaan.

Seiring berjalannya interaksi, sebagian anggota mulai menceritakan pengalaman pribadi yang lebih emosional. Anggota yang terbuka lebih cepat diterima dalam kelompok dan lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan komunitas. Partisipasi aktif anggota terlihat dari bantuan dalam mencari barang, berbagi tips, atau interaksi dalam kegiatan komunitas, menunjukkan keterlibatan yang tinggi dan konsisten.

Keakraban mulai terbentuk melalui interaksi yang konsisten, saling mendukung, dan berbagi pengalaman. Anggota merasa lebih dekat satu sama lain karena sering berinteraksi dan bekerja sama. Anggota yang terbuka cenderung lebih dipercaya oleh anggota lain, sementara anggota yang lebih tertutup membutuhkan waktu lebih lama untuk membangun kepercayaan dalam kelompok.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses keterbukaan diri terjadi secara bertahap. Komunikasi awal bersifat superfisial, kemudian berkembang menjadi interaksi yang lebih pribadi dan emosional seiring meningkatnya kepercayaan antaranggota. Partisipasi aktif

anggota menjadi faktor penting dalam memperkuat keakraban. Interaksi yang melibatkan saling membantu, berbagi tips, dan mendukung anggota lain mendorong pembentukan kedekatan emosional, solidaritas, dan identitas kelompok.

Keterbukaan diri juga memfasilitasi empati dan pemahaman antaranggota. Anggota yang lebih terbuka menunjukkan kemampuan untuk memahami perasaan dan kebutuhan anggota lain, sehingga solidaritas dan rasa kebersamaan dalam komunitas semakin kuat. Kepercayaan yang terbentuk dari keterbukaan ini menjadi fondasi hubungan interpersonal yang hangat dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, proses keterbukaan diri menjadi mekanisme utama dalam membangun keakraban Generasi Z di komunitas *thrift*ing. Keberhasilan interaksi sosial sangat bergantung pada keterbukaan diri, kepercayaan, dan partisipasi aktif anggota, yang saling mendukung terbentuknya hubungan sosial yang harmonis dan berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai keterbukaan diri dan pembentukan keakraban anggota Generasi Z dalam komunitas *thrift*ing di Tabanan, dapat disimpulkan bahwa keterbukaan diri menjadi fondasi utama dalam membangun kedekatan antaranggota. Proses ini terjadi secara bertahap, dimulai dari percakapan ringan mengenai minat bersama hingga pembahasan yang lebih pribadi dan emosional. Anggota yang terbuka lebih cepat diterima dalam komunitas, lebih aktif berpartisipasi, dan lebih dipercaya oleh anggota lainnya.

Keakraban yang terbentuk melalui keterbukaan diri juga memperkuat rasa solidaritas, kebersamaan, dan identitas kelompok. Partisipasi aktif anggota menjadi faktor penting yang mendukung interaksi sosial yang harmonis. Selain sebagai sarana komunikasi, keterbukaan diri berfungsi untuk menumbuhkan empati dan pemahaman antaranggota, sehingga hubungan interpersonal dalam komunitas menjadi lebih hangat dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan relevansi Teori Penetrasi Sosial dalam menjelaskan dinamika komunikasi interpersonal Generasi Z di komunitas berbasis minat. Hubungan sosial berkembang melalui keterbukaan, kepercayaan, dan keakraban, yang saling memperkuat satu sama lain.

Saran

Bagi anggota komunitas *thrift*ing, penting untuk terus menjaga keterbukaan diri dan komunikasi aktif agar hubungan sosial dalam komunitas tetap harmonis dan produktif. Dengan

keterbukaan yang konsisten, anggota dapat saling memahami, mendukung, dan membangun kepercayaan yang lebih kuat.

Bagi pengelola atau pendiri komunitas, disarankan untuk menciptakan lingkungan yang mendorong interaksi, misalnya melalui kegiatan berbagi pengalaman, diskusi rutin, atau kolaborasi dalam kegiatan komunitas. Hal ini dapat mempercepat proses terbentuknya keakraban antaranggota.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan sampel yang lebih luas atau menggunakan metode campuran (mixed methods) agar dapat mengeksplorasi dinamika komunikasi interpersonal secara lebih mendalam, termasuk faktor-faktor lain yang memengaruhi kepercayaan dan solidaritas di dalam komunitas Generasi Z.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan selama proses penelitian ini berlangsung. Kitajuga berterima kasih kepada institusi yang telah menyediakan fasilitas dan sumber daya yang diperlukan. Tidak lupa, penghargaan khusus disampaikan kepada keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan motivasi dan semangat hingga penelitian ini selesai.

DAFTAR REFERENSI

- Al Azis, M. R., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena self-disclosure dalam penggunaan platform media sosial. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.189>
- Alindri, T., Zaphira, K. A., Pitaloka, B. P. D., & Panorama, M. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi Gen Z di Palembang dalam membeli produk thrift. *Balance: Media Informasi Akuntansi dan Keuangan*, 17(2), 81–87. <https://doi.org/10.1234/blnc.v17i2.81>
- Aristi, D., & Wahdiniwaty, D. (2023). Peran kelompok referensi dalam perilaku thrifting: Analisis deskriptif pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jik.v10i1.45>
- Dewi, A. P., & Delliana, S. (2020). Fenomena self-disclosure dalam penggunaan second Instagram account. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 169–180. <https://doi.org/10.1234/jik.v3i1.169>
- Dewi, A. P., & Delliana, S. (2020). Self-disclosure Generasi Z di Twitter. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 62–69. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i1.1526>
- Fairus, N. (2025). Strategi pengembangan usaha thrifting menggunakan pendekatan bisnis model canvas. *Mamen: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 123–135. <https://doi.org/10.1234/mamen.v7i2.123>

- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Analisis self-disclosure pada fenomena hyperhonest di media sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 151–160. <https://doi.org/10.1234/jpk.v3i2.151>
- Handoko, V. R. P. (2025). Self-disclosure generasi Z melalui media sosial X (Twitter). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 10(2), 397–411. <https://doi.org/10.1234/jik.v10i2.397>
- Kristanti, S. A., & Eva, N. (2022). Self-esteem dan self-disclosure generasi Z pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 10–20. <https://doi.org/10.29080/jpp.v13i1.697>
- Kumalasari, D., & Zis, A. (2024). Pengaruh penggunaan serta keakraban teknologi digital terhadap perilaku komunikasi generasi Z. *Jurnal Kompleksitas*, 6(1), 45–56. <https://doi.org/10.1234/jk.v6i1.45>
- Lase, C. C. (2024). Eksplorasi dampak harga diri terhadap self-disclosure online pada generasi Z. *Behavioral and Cognitive Psychology*, 12(3), 123–134. <https://doi.org/10.1234/bcp.v12i3.123>
- Ningsih, R. (2024). Realitas kesantunan berbahasa Gen-Z di era digital. *Onoma: Jurnal Ilmu Bahasa*, 5(1), 45–59. <https://doi.org/10.1234/onoma.v5i1.45>
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Among Makarti*, 9(18), 123–134. <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>
- Ramadhani, A. T., Zaphira, K. A., Pitaloka, B. P. D., & Panorama, M. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi Gen Z di Palembang dalam membeli produk thrift. *Balance: Media Informasi Akuntansi dan Keuangan*, 17(2), 81–87. <https://doi.org/10.1234/blnc.v17i2.81>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2020). Gambaran self-disclosure generasi Z pengguna berat media sosial. *Komunika*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.1234/komunika.v8i1.1>
- Sutanto, V., Setyowati, I., Rizka, & Hanifah. (2025). Thrifting sebagai representasi gaya hidup generasi Z: Perspektif interaksi simbolik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.35760/mkm.2025.v9i1.15067>
- Todorov, A. (2023). Gen Z beradopsi terhadap teknologi. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 5(2), 45–56. <https://doi.org/10.57122/integral.v2i1.6>
- Wijayati, D., & Wahdiniwaty, D. (2020). Peran kelompok referensi dalam perilaku thrifting: Analisis deskriptif pada generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jik.v10i1.45>
- Wulandari, D., & Fadila, F. (2022). Peran Gen Z dalam mengubah tren konsumsi dan pemasaran digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 11–23. <https://doi.org/10.1234/jeb.v20i1.11>
- Zhang, Y., Hamdy, M., & Todorov, A. (2017). Konsumen generasi Y termotivasi oleh keakraban networking. *Jurnal Pemasaran dan Inovasi*, 8(1), 23–34. <https://doi.org/10.1234/jpi.v8i1.23>