

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Sebelum memulai penelitian ini, peneliti membutuhkan literatur yang mana di dalamnya terdapat penelitian yang memiliki keterkaitan atau sejenis untuk dijadikan acuan serta perbandingan peneliti sebagai dasar untuk melakukan penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan oleh peneliti:

Penelitian dengan judul Penggunaan Fitur *Close Friend* Instagram Sebagai Bentuk *Self disclosure* Mahasiswa Kota Bandung disusun oleh Athfin Nasukhi Al Hafidh 172050331 dari Universitas Pasundan pada tahun 2021. Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa terbukanya mahasiswa Kota Bandung saat menggunakan media sosial Instagram terutama saat menggunakan fitur *close friend*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tiga teori penelitiannya yaitu fenomenologi, management privacy (*Petronio*), dan *self disclosure* (**Jourard**).

Penelitian dengan judul *Self disclosure* Melalui Fitur Instagram *Stories* (Studi Pada Mahasiswa KPI UIN JAKARTA) disusun oleh Rizki Dewi Ayu

11160510000186 dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2021. Penelitian ini membahas mengenai *Self disclosure* Mahasiswa KPI dalam fitur Instagram *Stories*. Mahasiswa KPI dipilih sebagai representasi generasi Z. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk, tujuan, serta dampak melakukan *Self Disclosure* di dalam fitur Instagram *Stories*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Johari *Windows* dengan pendekatan kualitatif metode deskriptif.

Penelitian dengan judul *Self disclosure* Pada Pertemanan Dunia Maya Melalui Media Sosial Twitter disusun oleh Dewi Esti Almawati 179110152 dari Universitas Islam Riau pada tahun 2021. Penelitian ini membahas mengenai self disclosure pada pertemanan dunia maya melalui media sosial Twitter. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Penetrasi Sosial (Altman dan Dalmas Taylor) dengan metode penelitian kualitatif dengan teknik *sample Purposive Sampling*.

Penelitian dengan judul Perilaku *Self disclosure* Mahasiswa Kota Bandung Melalui Instagram disusun oleh Shawila Nolanda Destiano Lestari, Nurru Alfi Fazri Furau'ki, Ferry Darmawan dan Nurrahmawati dari Universitas Islam Bandung pada tahun 2021. Penelitian ini membahas perilaku Mahasiswa kota Bandung dalam mengungkapkan dirinya. Penelitian ini menggunakan Teori Johari Window dengan metode penelitian kualitatif dengan paradigma

konstruktivisme dan pendekatan fenomenologi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil
Athfin Nasukhi Al Hafidh, 2021 “Penggunaan Fitur <i>Close Friend</i> Instagram Sebagai Bentuk <i>Self disclosure</i> Mahasiswa Kota Bandung.”	Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif.	Fenomenologi, <i>Management Privacy</i> (Petronio), dan <i>Self disclosure</i> (Jourard).	Persamaannya menggunakan deskriptif kualitatif dengan teori <i>Self disclosure</i> (Jourard) dan perbedaannya pada objek penelitian yaitu fitur <i>close friend</i> pada Instagram.	Mahasiswa kota Bandung memiliki kecenderungan lebih mudah mengungkapkan diri mereka melalui fitur <i>close friend</i> Instagram.
Rizki Dewi Ayu, 2021	Metode kualitatif	Teori Johari <i>Windows</i> .	Persamaannya menggunakan	Bahwa aspek terbesar <i>Self</i>

<p>“<i>Self Disclosure</i> Melalui Fitur Instagram <i>Stories</i> (Studi Pada Mahasiswa KPI UIN JAKARTA)”</p>	<p>dengan pendekatan deskriptif kualitatif.</p>		<p>deskriptif kualitatif dan perbedaannya pada teori serta objek penelitiannya yaitu fitur Instagram <i>stories</i>.</p>	<p><i>Disclosure</i> Mahasiswa KPI adalah area terbuka (open area), kemudian terdapat juga area tersembunyi (<i>hidden area</i>), area buta (<i>blind area</i>), dan area tidak diketahui (<i>unknown area</i>). Terdapat tujuan untuk mengekspresikan diri, memotivasi orang lain, keabsahan sosial dan berbagi informasi.</p>
<p>Dewi Esti Almawati, 2021 “<i>Self disclosure</i> Pada Pertemanan Dunia Maya</p>	<p>Metode penelitian kualitatif dengan teknik sample <i>Purposive Sampling</i>.</p>	<p>Teori Penetrasi Sosial (Altman dan Dalmas Taylor)</p>	<p>Persamaannya menggunakan metode penelitian kualitatif dan perbedaannya terletak pada objek</p>	<p><i>Self disclosure</i> diantara pengguna media sosial Twitter terjadi karena adanya ketertarikan yang sama</p>

Melalui Media Sosial Twitter.”			penelitiannya yaitu Twitter.	terhadap suatu hal. Namun di lain sisi, pengguna media sosial Twitter juga melakukan <i>Self disclosure</i> atau keterbukaan diri dengan memperhatikan kepribadian pengguna lainnya guna untuk menjaga kepercayaan yang mereka miliki.
Shawila Nolanda Destiano Lestari, Nurru Alfi Fazri Furau'ki, Ferry Darmawan dan Nurrahmawati, 2021 “Perilaku <i>Self</i>	Metode kualitatif dengan paradigma Konstruktivisme dan pendekatan fenomenologi.	Teori Johari Windows.	Persamaannya menggunakan metode kualitatif serta objek yang dipakai Instagram dan perbedaannya adalah menggunakan <i>first account</i>	Pengungkapan diri melalui sosial media Instagram dilakukan hanya pada <i>area open self</i> diawali dengan rasa ingin berbagi momen, pengalamandan

<p><i>Disclosure</i> Mahasiswa Kota Bandung Melalui Instagram.”</p>			<p>Instagram sebagai objeknya.</p>	<p>perasaan serta dianggap layak untuk dibagikan melalui media sosial. Dengan tujuan sekedar berbagi informasi dengan pengikut, dengan tetap menjaga rahasia jati diri yang merupakan identitas pribadi dan dapat menimbulkan kesalahpahaman.</p>
---	--	--	--	---

(Sumber: Modifikasi Peneliti 2023)

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dalam pengertiannya adalah komunikasi kepada antar manusia ataupun antar individu. Komunikasi interpersonal dibuat untuk mempengaruhi sikap, perilaku, maupun pikiran antarindividu serta dinilai paling efektif dalam melakukan proses komunikasi. Dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat

Komunikasi karya **Prof. Onong Uchjana Effendy**, dijelaskan juga komunikasi interpersonal menurut **Joseph A. Devito** adalah

“Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.” (The process of sending and receiving messages between two persons, or among small group of persons, with some effect and some immediate feedback.) (Effendy, 2003, h. 60)

Setelah membaca definisi komunikasi interpersonal menurut **Joseph A. Devito** Komunikasi interpersonal dapat berlangsung antara dua orang atau dalam kelompok kecil yang akan memberikan efek dan umpan balik kepada komunikator. (**Effendy, 2003**)

Adapun menurut **R. Wayne Pace** mengungkapkan bahwa komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Dengan penjelasan tersebut, komunikator bisa dengan mudahnya mendapatkan respon ataupun tanggapan dari komunikan di waktu yang sama. Selain itu, **Deddy Mulyana** juga mengemukakan pendapatnya mengenai komunikasi interpersonal yang mana mendefinisikan bahwa komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi secara langsung baik *verbal* ataupun *nonverbal*. Keintiman komunikasi juga dinilai berdasarkan respon dari peserta komunikasi itu sendiri.

Dengan penjelasan **Duck** dalam **Wood 2003**, komunikasi *interpersonal* memiliki tiga sifat, yakni prosesual, transaksional, individual, pengetahuan personal, serta menciptakan makna. Prosesual merupakan bukti bahwa komunikasi berubah dari waktu ke waktu sehingga menjadi lebih personal. Disebut transaksional karena dalam proses komunikasi melibatkan komunikator serta komunikan, yang mana komunikator mempunyai dampak besar dalam tanggung jawabnya untuk menyampaikan pesan. Komunikasi interpersonal memiliki bagian terdalam yakni dengan melibatkan individu satu dengan yang lainnya dengan berbagai perbedaan unik. Pengetahuan personal yang melibatkan interaksi individu satu dengan yang lainnya membuat pengetahuan serta wawasan berkembang. Selain untuk memahami individu, sebagai komunikan yang baik juga harus memahami pikiran serta emosi individu lain secara personal. Sedangkan maksud dari menciptakan makna adalah sebagai tanggapan atau timbal balik karena sudah melakukan aktivitas komunikasi yang mana sudah bertukar pikiran serta informasi antar individu.

Dalam buku Komunikasi Interpersonal yang ditulis oleh **Nur Maghfirah Aestetika, Richard L. Weaver (1993)** menyebutkan delapan karakteristik yang dimiliki oleh komunikasi interpersonal, diantaranya:

1. Melibatkan Paling Sedikit Dua Orang

Proses komunikasi interpersonal akan terjadi apabila di dalamnya terdapat dua orang atau lebih yang saling berinteraksi atau bertukar informasi.

2. Adanya Umpan Balik (*Feedback*)

Setelah komunikator memberikan pesan kepada komunikan, hendaknya komunikan memberikan umpan balik atau respon kepada komunikator. Umumnya, respon yang diberikan bersifat segera, nyata serta memiliki pemahaman yang sama.

3. Tidak Harus Tatap Muka

Dalam komunikasi interpersonal untuk memulai prosesnya tidak diharuskan untuk tatap muka, namun dengan catatan antar individu sudah harus memiliki ikatan dan pengertian agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif. Namun, untuk mencegah hal yang tidak diinginkan, *Weaver* tetap menginginkan komunikasi dilakukan dengan tatap muka guna meningkatkan kualitas hubungan dikarenakan menurutnya, komunikasi nonverbal juga diperlukan seperti halnya tatapan mata dan senyuman.

4. Tidak Harus Bertujuan

Komunikasi interpersonal bisa terjadi secara spontan. Seperti halnya seorang individu tidak menginginkan adanya komunikasi karena emosinya yang tidak stabil, namun mau tidak mau dirinya harus melakukan proses komunikasi karena satu dan lain hal sehingga apa yang ia komunikasikan menjadi tidak baik. Dari sinilah, penyampaian pesan itu terjadi secara

spontan sehingga membuat individu lain menginterpretasikan pesan-pesan tersebut.

5. Menghasilkan Beberapa Pengaruh atau Efek.

Komunikasi interpersonal dianggap sudah berjalan efektif apabila komunikasi dapat menghasilkan sebuah efek atau pengaruh atas pesan tersebut.

6. Tidak Harus Melibatkan atau Menggunakan Kata-Kata

Dengan hanya mengangguk kepala saja pada dasarnya kita sudah melakukan komunikasi secara nonverbal, dengan artian kita setuju dalam hal tersebut.

7. Dipengaruhi Konteks

Sebelum komunikasi dilakukan tentunya komunikator mencari tahu konteks atau tempat untuk melakukan pertemuan komunikasi terlebih dahulu. Konteks ini nantinya akan berpengaruh pada komunikasi baik dari segi harapan, makna, maupun perilaku mereka selanjutnya.

8. Dipengaruhi Kegaduhan atau Noise

Terdapat tiga jenis kegaduhan sesuai dengan sifatnya yaitu kegaduhan eksternal yang mana berupa penglihatan, suara, serta rangsangan lainnya yang dapat memicu orang sekitar menaruh perhatian karena jauh dari apa

yang sudah dikatakan. Kegaduhan internal merupakan hasil dari pemikiran serta emosi yang bersaing untuk mendapatkan perhatian sehingga mengganggu proses komunikasi. Serta yang terakhir yaitu kegaduhan semantik yang mana memicu gangguan yang ditimbulkan dari lambang sehingga perhatian kita menjadi jauh dari pesan utama yang telah disampaikan. (Aesthetika, 2018).

2.2.1.1 Prinsip Komunikasi Interpersonal

Dalam bukunya dengan judul Komunikasi Interpersonal Buku **Ajar, Nur Maghfirah Asethetika (2018)**, mengungkapkan ada 8 prinsip komunikasi Interpersonal, diantaranya:

1. Kita Tidak Mungkin Hidup Tanpa Berkomunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang mana hidupnya berdampingan dengan manusia lainnya. Dalam hidup berdampingan, mustahil untuk tidak melakukan komunikasi. Meskipun kita tidak memiliki niat untuk memulai komunikasi, diamnya seseorang sudah menunjukkan sebuah komunikasi, yang mana akan diinterpretasikan oleh manusia lain, komunikasi ini akan bersifat secara *nonverbal*.

2. Komunikasi Interpersonal Adalah Hal yang Tidak Dapat Diubah

Dalam berkomunikasi, saat kita sudah menyampaikan sebuah pesan yang salah kepada individu lain kita tidak dapat menarik kembali

pesan tersebut karena individu tersebut sudah menangkap maksud pesan tersebut. Tidak ada yang bisa dilakukan selain meminta maaf secara verbal. Maka dari itu, sebelum memulai komunikasi, baiknya untuk memikirkan kembali apa yang akan disampaikan.

3. Komunikasi Interpersonal Melibatkan Etika

Sebelum memulai berkomunikasi tentunya kita terlebih dahulu memiliki etika yang baik. Karena komunikasi yang baik terjadi apabila individu tersebut memiliki etika, sehingga akan membuahkan suatu hubungan yang seimbang serta mencerminkan sikap empati.

4. Manusia Menciptakan Makna Dalam Komunikasi Interpersonal

Makna dalam pesan yang disampaikan akan muncul dari bagaimana cara kita menginterpretasikan pesan tersebut. Seseorang tentu akan mencoba menerjemahkan apa yang sudah disampaikan orang lain.

5. Metakomunikasi Memengaruhi Pemaknaan

Metakomunikasi bisa muncul dengan bentuk verbal maupun nonverbal. Individu dapat menggunakan satu kata untuk berbicara mengenai kata lainnya atau perilaku *nonverbal*. Sementara itu, komunikasi nonverbal sering muncul guna menguatkan komunikasi verbal tersebut.

6. Komunikasi Interpersonal Menciptakan Hubungan Yang Berkelanjutan

Komunikasi interpersonal menjadi salah satu cara untuk memperbaiki suatu hubungan antar individu, karena di dalamnya terdapat sebuah interaksi dan hubungan personal.

7. Komunikasi Tidak Menyelesaikan Semua Hal

Pada halnya, komunikasi bukan saja untuk menyelesaikan masalah, namun komunikasi juga bisa menjadi penyebab masalah terjadi. Hal ini biasanya diakibatkan oleh antar individu yang memiliki ambisi berlebih demi terlihat menjadi lebih baik. Maka dari itu, terkadang hanya tindakan lah yang dapat digunakan untuk menyelesaikan sebuah masalah.

8. Efektivitas Komunikasi Interpersonal Adalah Sesuatu Yang Dapat Dipelajari

Komunikasi interpersonal dinilai baik jika pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh semua individu serta mudah dipahami serta menghasilkan perubahan sikap serta pikiran yang sudah diharapkan oleh komunikator.

2.2.1.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dilakukan guna mencapai tujuan tertentu. Mengutip tujuan komunikasi interpersonal dalam jurnal artikel berjudul “Komunikasi Antarpribadi Pustakawan dengan Pemustaka dalam Memberi Layanan Jasa di Perpustakaan” tujuan komunikasi interpersonal diantaranya:

1. Mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain.
2. Menolong atau membantu orang lain memecahkan masalah.
3. Bertukar informasi, ide, pendapat, serta pikiran antarindividu.
4. Menjalin hubungan baik guna menghindari konflik.
5. Mengenal diri sendiri dan orang lain. **(Daryono, 2018)**

2.2.2 New Media

Media baru tentunya memiliki dampak yang besar bagi kehidupan umat manusia terutama di era disrupsi ini. Bagaimana tidak, di era ini manusia mau tidak mau harus hidup berdampingan dengan teknologi. Manusia dituntut untuk beradaptasi dengan segala teknologi untuk bisa bertahan hidup. Media baru ini muncul di tengah umat manusia, yang mana memang memiliki banyak sekali manfaat di berbagai bidang, terutama di bidang komunikasi. Manusia bisa dengan mudah menjangkau berbagai informasi secara luas dengan waktu yang cukup singkat sembari berinteraksi dengan lebih mudah. Belum lagi, jaringan internet

yang hadir ditengah-tengah masyarakat membuat mereka mendapatkan informasi tanpa adanya batasan.

Teknologi yang semakin berkembang pesat membuat media massa menjadi andalan karena dinilai mempunyai penyampaian serta pertukaran pesat yang efektif. Sehingga munculah istilah *new media* (media baru). Media baru didefinisikan sebagai perkembangan suatu teknologi untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan jaringan internet guna mendapatkan kebutuhan yang lebih cepat serta dengan mudah untuk di dapat. Media ini berdasar kepada teknologi komputer, yang mana di dalamnya terdapat hardware serta *software* guna mensukseskan prosesnya. Namun, media baru tidak hanya bisa diakses melalui laptop atau komputer, tetapi di era ini media baru sudah bisa diakses melalui telepon pintar dengan menggunakan jaringan internet yang ditawarkan oleh berbagai *provider*.

Perkembangan teknologi tentu menjadi tombak bagi umat manusia yang mana media baru ini dapat menyatukan semua yang ada pada media massa. Baik dari segi hiburan dan informasi. Namun, tidak bisa dipungkiri juga bahwa dengan adanya media baru ini tentunya akan memiliki dampak yang signifikan bagi umat manusia, baik itu dari cara berkomunikasi serta perilaku yang ditimbulkan. Adanya media baru ini memudahkan umat manusia, salah satunya dalam melakukan interaksi sosial melalui media sosial karena adanya fasilitas internet. Penggunaan media sosial ini dapat dengan mudah menghubungkan pengguna satu

dengan yang lainnya tanpa terhalang jarak dan waktu. Namun, perilaku yang ditimbulkan juga beragam, karena tidak semua yang ditampilkan pada media baru ini memiliki sisi positif. Salah satunya, manusia bisa menjadi anti sosial karena menganggap media sosial lebih baik daripada dunia nyata itu sendiri. Manusia juga jadi lebih cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain, sehingga mereka merasa tertekan jika tidak bisa mengikuti trend yang sedang berlangsung serta membuat mereka tidak percaya diri untuk menampilkan diri mereka di dunia nyata.

2.2.2.1 Media Sosial

Media sosial hadir sebagai media yang mampu mengakses informasi dengan mudah dan terbuka. Seolah keadaan dan informasi dapat diraih hanya dengan satu genggaman. Keberadaan media sosial juga tidak dapat dihindari karena adanya jaringan internet yang hampir bisa diakses oleh hampir seluruh manusia di belahan bumi manapun. Akses untuk mendapatkan informasi dengan cepat serta hiburan dapat dengan mudah didapatkan melalui media sosial. Mengutip definisi media sosial menurut **Van Dijk 2013** dalam buku **Rulli Nasrullah** adalah :

“Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.” (Rulli Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi 2015, h.11).

Jadi, media sosial merupakan suatu media baru yang dapat diakses melalui jaringan internet untuk melakukan sebuah aktivitas, baik itu berbagi, bertukar pikiran, berinteraksi secara online ataupun mendapatkan informasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Penggunaan media sosial jelas tidak dapat dihindari oleh banyak individu, terutama remaja. Sama halnya dengan yang lainnya, remaja juga kerap kali mencari informasi ataupun hiburan melalui media sosial mereka. Tak jarang, para remaja juga menjadikan media sosial untuk melakukan aktivitas pengungkapan diri secara *online*. Di era disrupsi ini, media sosial sangat dimanfaatkan bagi siapa saja yang ingin membagikan sebuah aktivitas yang mana aktivitas tersebut dilakukan sebagai bentuk *self disclosure* suatu individu. Di media sosial, mereka yang tidak percaya diri pada dunia nyata bisa dengan bebas berekspresi di dunia maya.

Sama seperti komunikasi yang memiliki karakteristik, media sosial juga memiliki 7 karakteristik, diantaranya:

1. Jaringan Antar Pengguna

Pada dasarnya, media sosial dapat digunakan dengan adanya jaringan atau internet. Selain jaringan internet yang dimaksud, media sosial juga mampu membentuk jaringan antarpengguna, yang mana hal tersebut didasari dengan adanya interaksi maya yang dilakukan. Saling mengenal satu sama lain maupun tidak, adanya media sosial jelas memberikan perantara dengan sesama pengguna. Sehingga pada akhirnya,

antarpengguna yang sudah terjaring ini akan membentuk suatu kelompok atau komunitas yang mana nantinya muncul sebuah aktivitas atau perilaku komunikasi dalam bersosial. Hal ini didasari dengan adanya kesamaan budaya, asal daerah, hobi, maupun hal lain yang diunggah melalui media sosialnya.

2. Informasi

Media sosial kerap kali dikaitkan dengan gudangnya informasi. Pengguna media sosial berlomba menyebarkan suatu informasi, baik seperti membuat konten, pengungkapan diri, serta melakukan interaksi atas apa yang sudah diterima dari informasi tersebut. Informasi jelas menjadi bahan utama media sosial karena pengguna mengonsumsi informasi tersebut. Padahal, antapengguna itu sendirilah yang memproduksi serta menyebarkan informasi pada media sosial. Seperti halnya Instagram, pengguna akan dengan cepat mendapatkan informasi atau topik yang sedang *trending* untuk diperbincangkan dalam waktu yang singkat.

3. Arsip

Pada media sosial, arsip berperan sebagai sekumpulan informasi terdahulu yang sudah tersimpan sehingga dapat diakses melalui perangkat apapun tanpa memiliki batasan waktu. Contohnya pada media sosial

Instagram, pengguna dapat mengakses arsip momen yang sudah dibagikan melalui *instastories*.

4. Interaksi

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, media sosial dapat membentuk jaringan dengan antarpenggunanya. Di samping untuk memperluas hubungan pertemanan dalam dunia maya, tentu saja harus diiringi dengan interaksi sesama penggunanya. Seperti contoh memberikan komentar atau *like* pada postingan sebuah foto yang diunggah pengguna pada media sosial Instagram.

5. Simulasi

Media sosial dijadikan medium oleh penggunanya sebagai penggambaran bagaimana aktivitas yang terjadi ialah tidak nyata. Maksud tidak nyata adalah misal pengguna biasanya kerap kali memalsukan sebuah informasi atau bahkan gender pengguna itu sendiri. Karena pada dasarnya informasi yang ada pada media sosial seperti benda cair, mudah berubah-ubah. Kadang, pengguna kerap kali melakukan pencitraan demi menarik simpati pengguna lainnya.

6. Konten Oleh Pengguna

Konten pada media sosial sepenuhnya milik pengguna media sosial itu sendiri. Selain membuat konten, pengguna juga menikmati konten

yang dibuat oleh pengguna lain. Hal ini membuktikan media sosial sebagai media baru di bidang teknologi.

7. Penyebaran

Selain dalam hal membuat konten, pengguna media sosial juga kerap kali mendistribusikan atau bahkan mengembangkan konten tersebut. Hal ini menjadi salah satu ciri media sosial, yakni dari konten tersebut dapat mengetahui bukan hanya informasi yang sekadar opini, tetapi juga dapat menemukan fakta bahkan yang terbaru sekalipun. (**Rulli, 2015**)

2.2.2.2 Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digandrungi khususnya oleh remaja. Instagram sendiri didirikan pada tanggal 06 Oktober 2010 oleh sebuah perusahaan bernama Burbn Inc., Amerika Serikat dengan pendirinya yang bernama *Kevin Systrom* dan *Mike Kieger*. Instagram hadir sebagai inovasi baru sebuah media sosial, pasalnya Instagram memiliki media sosial dengan basis utamanya foto dan video yang mana pengguna nantinya bisa mengunggah foto dan video yang sedemikian apik sehingga dapat memanjakan pandangan antar penggunanya.

Adapun pengertian Instagram menurut *Atmoko* dengan bukunya yang berjudul **Instagram Handbook**, yaitu:

**“Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, leboh artistic dan menjadi lebih bagus.”
(Atmoko, 2012, hal.10)**

Instagram sendiri berasal dari kata ‘insta’ atau ‘instan’ dan ‘gram’ . Kata ‘insta’ atau ‘instan’ disini berhubungan dengan logo Instagram, yakni kamera polaroid. Karena pada dasarnya kamera polaroid dapat menampilkan foto dengan instan begitupun dengan Instagram. Sedangkan, kata ‘gram’ sendiri berasal dari kata ‘telegram’ yang mana dapat dengan mudah dan cepat guna menyampaikan sebuah informasi. Tentu saja, hal ini relevan dengan apa yang sudah terjadi di lapangan, pengguna dapat dengan instan dan mendapatkan informasi dengan mudah serta cepat dengan dukungan jaringan internet yang memadai. Instagram juga memiliki fitur yang mana penggunanya dapat menyalurkan kreatifitas agar foto yang diambil serta akan diunggah akan terlihat lebih menarik dilihat.

Gambar 2.1
Logo Instagram



(Sumber: Laman Wikipedia)

Instagram memberikan fasilitas bagi penggunanya dengan menyediakan berbagai fitur menarik yang belum pernah ada dalam media sosial terdahulunya. Pengguna Instagram sebenarnya tidak memandang usia, dari remaja sampai orangtua masih menjadi segmentasi pasar Instagram. Namun, remaja merupakan pengguna paling banyak dalam media sosial ini, karena kerap kali remaja senang sekali berbagi moment kepada *followersnya*. Selain sebagai media berbagi moment dan informasi, Instagram juga kerap kali menjadi fasilitator bagi para pengguna untuk melakukan pengekspresian diri, pengungkapan diri, menarik perhatian kepada sesama pengguna, personal branding atau hanya sekadar untuk mengisi waktu luang untuk mengurangi rasa jenuh. Adapun beberapa fitur utama Instagram guna menunjang para pengguna saat mengaksesnya, yaitu:

1. Unggah Foto atau Video

Foto atau video ini digunakan untuk membagikan momen yang sudah diabadikan untuk dibagikan kepada *followers* pengguna. Saat

mengunggah foto atau video ini, pengguna juga dapat menambahkan *caption* atau keterangan mengenai hal yang diunggah tersebut. Foto atau video yang sudah diunggah dapat diarsipkan atau dihapus saat pengguna sudah tidak ingin foto atau video tersebut ada dalam tampilan Instagramnya.

2. *Follow, Followers, dan Unfollowing*

Para pengguna memanfaatkan fitur ini agar saling terhubung secara *realtime* melalui linimasa. *Follow* sendiri artinya mengikuti, pengguna bisa mengikuti orang atau akun tertentu guna mendapatkan informasi atau hanya sebagai relasi. Sedangkan *followers* adalah pengikut, dan *unfollowing* sendiri adalah yang mana untuk berhenti mengikuti suatu akun pengguna.

3. *Instagram Stories*

Fitur ini dimaksudkan untuk pengguna agar dapat lebih banyak momen yang dibagikan. Baik itu berupa foto ataupun video pendek berdurasi maksimal 60 detik. Namun, foto ataupun video yang sudah diunggah tersebut akan hilang setelah 24 jam. Pengguna juga bisa menghapusnya tanpa harus menunggu 24 jam setelah waktu pengunggahan dilakukan.

4. *Username*

Pengguna bisa memanfaatkan fitur ini untuk memberi nama bagi akun pengguna. *Username* identik dengan ikon @ di depan suatu nama pengguna guna memudahkan mencari akun pengguna tersebut.

5. Kamera dan Efek

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa Instagram berfokus pada foto dan video, pengguna tentu saja bisa menggunakan kamera bawaan yang sudah tersedia pada aplikasi ini. Setelah mendapatkan foto yang diinginkan, pengguna bisa menyuntingnya dengan memilih efek yang sudah disediakan oleh Instagram maupun oleh *creator* efek Instagram lainnya.

6. Tagar

Tagar (#) digunakan pengguna untuk lebih memudahkan menemukan konten pengguna lain yang ingin dilihat. Nantinya tagar ini ditambahkan berupa kata ataupun simbol tertentu yang relevan dengan konten yang dibuat. Tagar ini juga memungkinkan konten yang dibuat akan dapat dengan mudah terekspos oleh pengguna Instagram dengan catatan akun pengguna tidak dalam mode *private*.

7. *Direct Message*

Seperti halnya media sosial yang lainnya, Instagram juga menyediakan fitur *direct message* ini yang dimanfaatkan antar pengguna untuk melakukan percakapan pada ruang obrolan pribadi.

8. Instagram *Live*

Fitur ini digunakan pengguna untuk melakukan *streaming* video secara *real time*. Sehingga pengguna dapat berinteraksi dengan *followers*-nya secara langsung. Selain untuk melakukan interaksi, biasanya pada *live* ini dimanfaatkan juga sebagai tempat untuk melakukan sebuah promosi produk.

Selain fitur utama yang sudah dijelaskan diatas, Instagram meluncurkan beberapa fitur terbaru, diantaranya:

1. Penambahan Musik Saat *Upload Feeds*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menambahkan musik pada *feeds* yang telah di upload. Fitur ini juga kerap kali dimanfaatkan agar postingan terlihat lebih menarik. Karena pengguna Instagram selalu mementingkan estetika.

2. Penyematan Postingan Pada *Feeds*

Dalam menggunakan Instagram, adakalanya kita kebingungan mencari postingan yang sudah berlalu dalam jangka waktu yang cukup lama.

Karena Instagram menyusun postingan pada *feeds* sesuai dengan tanggal dan waktu *upload*. Kini, pengguna bisa menyematkan maksimal 3 postingan yang kiranya paling menarik untuk dilihat.

3. Pembuatan Avatar

Pengguna kini bisa memanfaatkan pembuatan avatar. Avatar sendiri seperti stiker jenis 3 dimensi. Pengguna bisa dengan bebas berkreasi dalam pembuatan avatar itu sendiri. Nantinya, avatar bisa digunakan dalam Instagram stories ataupun saling berkirim avatar antar pengguna.

2.2.2.3 *Second Account*

Pengguna merasa dimudahkan dengan berbagai fitur yang ada pada Instagram. Salah satunya, pengguna bisa mengakses lebih dari satu *account* Instagram dalam satu perangkat. *Second account* atau akun kedua menjadi hal yang cukup lumrah di kalangan remaja. *Second account* dimanfaatkan para pengguna terutama pengguna remaja sebagai tempat keterbukaan diri. Tidak seperti pada first account atau akun utama yang cenderung melakukan pencitraan diri agar image pengguna tetap terlihat baik, *second account* digunakan sebagai tempat berkeluh kesah atau sekadar membagikan momen yang penting namun sungkan bila harus membagikannya pada *first account*. Maka dari itu, tidak semua pengguna lain dapat mengakses dan melihat isi *second account*. Akunnya

yang bersifat *private* tersebut membuat pengguna yang ingin mengikuti *second account* tersebut harus mendapatkan persetujuan pemilik *second account* tersebut. Biasanya, pemilik account hanya akan menerima permintaan pertemanan hanya kepada teman-teman terdekatnya serta orang yang menurutnya bisa dipercaya. Tak jarang, *followers* serta *following* yang ada merupakan sesama *second account* juga.

Second account sudah menjadi rahasia umum jika akun tersebut digunakan sebagai tempat pengungkapan diri. Maka dari itu, pemilik *second account* biasanya menggunakan identitas yang jauh dari identitas asli mereka. Baik dari segi nama, foto *profile*, serta *username* yang biasanya menggunakan kata-kata yang unik, semakin unik *username* yang dibuat, semakin terlihat sisi kreatifitas pemilik *second account* tersebut. Pengungkapan diri yang dilakukan melalui *second account* dapat berupa sebuah pertanyaan, pernyataan, keluhan mengenai sehari-hari, peristiwa yang sudah berlalu, atau hal lain yang tidak bisa dibagikan melalui *first account*.

2.2.3 Self Disclosure

Dalam membangun komunikasi interpersonal, *self disclosure* menjadi unsur penting guna membangun komunikasi antar individu. *Self disclosure* sendiri sering didefinisikan sebagai bentuk pengungkapan diri kepada orang lain. *Self disclosure* merupakan salah satu contoh dari komunikasi secara verbal. Karena individu dapat dengan rinci menjelaskan apa saja mengenai dirinya

kepada orang lain secara terang-terangan. Adapun self disclosure menurut **Devito** yaitu:

“Salah satu tipe komunikasi ketika informasi tentang diri yang biasa dirahasiakan diberitahu kepada orang lain. Ada dua hal penting yang harus diperhatikan, yaitu informasi yang diutarakan tersebut harus informasi yang biasanya disimpan atau dirahasiakan dan informasi tersebut harus diceritakan kepada orang lain baik secara tertulis dan lisan.”

Adapun menurut **Johnson** yang dikutip oleh Supratiknya, dalam bukunya yang berjudul Tinjauan Psikologis Komunikasi Antarpribadi, yaitu:

“Self disclosure adalah pengungkapan reaksi ataupun tanggapan kita terhadap situasi yang sedang kita hadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan atau berguna untuk memahami tanggapan kita di masa kini tersebut.”
(Supratiknya, Tinjauan Psikologis Komunikasi Antarpribadi 1995, h.14)

Self disclosure atau pengungkapan diri merupakan kegiatan untuk berbagi atau mengungkapkan atau mmeberikan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain. *Self disclosure* ini dilakukan tidak kepada sembarangan orang, hanya orang-orang dengan kepercayaan saja. Informasi tersebut dapat mencakup informasi yang sebelumnya tidak pernah diungkapkan, seperti masalah pribadi, baik itu dari segi sosial, fisik, atau bahkan materi. Dalam melakukan pengungkapan diri, individu harus dilandasi kejujuran serta keterbukaan saat

membeberkan informasi, individu harus menyampaikan dengan sejujurnya tanpa harus ada yang ditutupi atau dengan kata lain tidak hanya sisi baik yang disampaikan saat pengungkapan diri.

Sidney Jourard (1971) melihat sehat atau tidaknya komunikasi interpersonal melalui bagaimana proses pengungkapan diri itu terjadi. Dapat disimpulkan bahwa *self disclosure* atau pengungkapan diri adalah sebuah langkah atau proses untuk membagikan informasi baik itu perasaan emosional ataupun masalah pribadi lainnya kepada orang lain tanpa adanya keraguan di dalamnya.

Sebagai makhluk sosial, tentu kita diharuskan melakukan interaksi sosial, yang mana *self disclosure* sendiri merupakan salah satu kemampuan yang dimiliki setiap individu. Kemampuan *self disclosure* dalam komunikasi interpersonal tentu saja akan memiliki dampak yang baik, diantaranya :

1. Meningkatkan Komunikasi

Keterbukaan diri kepada orang lain akan membuat antar individu dapat meningkatkan proses komunikasi.

2. Meningkatkan Pengetahuan

Dalam prosesnya, *self disclosure* tentu saja membuka diri kepada orang lain, yang mana di dalamnya terdapat banyak sekali hal-hal yang mungkin belum diketahui. Maka, antar individu akan mendapatkan pengetahuan satu dan lainnya.

3. Mengkonfirmasi Konsep Diri

Antar individu akan mengetahui konsep diri masing-masing. Konsep diri merupakan penggambaran atau pandangan individu melihat dirinya sendiri.

4. Menghindari Sikap Defensif

Sikap defensif adalah sikap yang muncul saat mendapatkan kritikan dari orang lain, sikap yang kemungkinan muncul adalah malu, marah, atau bahkan sedih.

5. Lebih Cermat Dalam Mempresepsi Orang Lain

Self disclosure dalam komunikasi interpersonal membuat individu tidak akan memandang sebelah mata lagi karena keterbukaan yang sudah dilakukan. Individu akan menjadi lebih hati-hati dalam memberikan sebuah persepsi terhadap individu lainnya.

6. Meningkatkan Rasa Percaya Diri

Melakukan aktivitas *self disclosure* tentu saja erat kaitannya dengan kepercayaan diri. Bagaimana tidak, seorang individu akan menceritakan segala sesuatu tentang dirinya yang mungkin terdapat salah satu hal yang sensitif dibahas. Namun, individu tetap percaya

diri kepada lawan bicara yang ia percaya saat melakukan *self disclosure*.

7. Meningkatkan Atraksi Interpersonal

Sebagai manusia, tentu akan muncul rasa ketertarikan antar individu. Hal inilah yang akan meningkatkan minat untuk berkomunikasi yang lebih tinggi.

8. Menciptakan Rasa Percaya Kepada Orang Lain

Sebelum melakukan aktivitas *self disclosure*, individu tentu harus mengenal individu lain yang akan menampung cerita keterbukaan dirinya. Jika dirasa memang sudah tepat, individu yang melakukan *self disclosure* sudah menanamkan rasa percaya yang tinggi terhadap individu yang lain.

9. Membentuk Norma Interaksi

Self disclosure tidak bisa sembarangan dilakukan kepada individu yang memang belum memiliki kedekatan, maka dari itu perlu diperhatikan kembali sebelum akhirnya melakukan aktivitas self disclosure. **(Septiani et al., 2019)**

Dalam hubungan interpersonal, *self disclosure* dibagi menjadi beberapa tingkatan. Menurut **Powell** dalam Psikologi Sosial mengungkapkan:

1) Basa-basi

Sebelum memulai percakapan yang lebih serius, masing-masing individu akan melakukan keterbukaan dengan tahapan basa-basi agar tidak terjadi kecanggungan.

2) Membicarakan Orang Lain

Pada tahap ini, komunikasi yang terjadi hanyalah pembicaraan mengenai orang lain atau hal-hal yang tidak mencakup diri sendiri. Tahap ini dinilai sudah lebih mendalam dibandingkan sebelumnya, tetapi individu masih saja belum melakukan pengungkapan diri.

3) Menyatakan Gagasan atau Pendapat

Setelah kedua tahapan diatas, hubungan antar individu sudah terlihat lebih erat. Di tahap inilah aktivitas pengungkapan diri mulai terjadi. Individu sudah mulai mengungkapkan pendapatnya.

4) Pengungkapan Isi Hati Yang Disertai Perasaan dan Emosional

Tahap ini, masing-masing individu bisa memiliki pendapat mengenai apa yang telah disampaikan namun tentu saja perasaan atau emosinya berbeda.

5) Hubungan Puncak

Individu akan mencapai hubungan puncak yang dimana telah terjalinnya hubungan serta dapat memberikan penghayatan perasaan yang sama terhadap apa yang individu lainnya alami.

Menurut **Joseph A. Devito**, ada beberapa faktor yang mempengaruhi *self disclosure*, yaitu:

1. Efek Diadik

Dalam prosesnya, setiap individu yang melakukan aktivitas pengungkapan diri tentu saja ingin mendapatkan validasi atau timbal balik atas apa yang sudah individu itu ungkapkan. Mereka mengharapkan individu lain merespons atau memberikan tanggapan terhadap aktivitas yang sudah terjadi.

2. Ukuran Khalayak

Agar *self disclosure* dapat berjalan efektif, saat melakukannya tentu saja individu harus melihat ukuran khalayak dan membuat khalayak yang lebih sempit. Karena, jika khalayaknya luas, individu menjadi

tidak bisa mengontrol serta menerima tanggapan atau umpan balik yang diberikan individu lainnya atas apa yang sudah diungkapkan.

3. Topik Bahasan

Karena pengungkapan diri bersifat lebih tertutup dan hanya diungkapkan pada khalayak sempit atau kepada individu yang sudah akrab satu sama lain, topik pembahasan saat pengungkapan diri juga lebih mendalam. Tidak seperti jika melakukan obrolan dengan orang yang hanya sebatas mengenal, tentu topik pembahasannya pun akan lebih umum.

4. Valensi

Setiap hal tentu saja ada hal negatif dan positifnya, begitupun dalam *self disclosure*. Individu tentu saja lebih menyukai valensi atau ukuran *self disclosure* yang positif.

5. Jenis Kelamin

Dalam penelitian, wanita lebih cenderung untuk lebih sering melakukan *self disclosure* dibandingkan pria. Namun, bukan berarti pria tidak bisa melakukan *self disclosure*.

6. Kepribadian

Ada dua jenis kepribadian yang kerap kali ditemukan dalam kehidupan bersosialisasi. Yakni *ekstrovert* dan *introvert*. *Ekstrovert* sendiri lebih cenderung suka bergaul atau bisa disebut dengan *social butterfly*, para kaum *ekstrovert* akan mencari energi sosialnya dengan cara lebih sering bergaul serta melakukan komunikasi. Berbanding terbalik dengan *introvert*, kaum ini juga dapat dengan mudah melakukan komunikasi, tetapi dengan batas waktu yang ditentukan. Kaum *introvert* tidak bisa berlama-lama bersosialisasi dengan khalayak ramai karena energi sosialnya bisa dengan mudah menurun. Dalam *self disclosure*, semua kepribadian bisa melakukan aktivitas tersebut. Namun, kaum *ekstrovert* lebih terlihat percaya diri saat melakukan *self disclosure*, berbeda dengan kaum *introvert* yang masih sedikit terlihat gelisah saat melakukan *self disclosure*.

7. Ras, Nasionalitas, & Usia

Self disclosure juga menunjukkan kenyataan bahwa memang ada ras tertentu yang dapat dengan leluasa melakukan *self disclosure* dibandingkan dengan ras lainnya, begitu pula dengan usia.

8. Mitra Hubungan

Mitra atau lawan komunikasi tentu akan menentukan bagaimana *self disclosure* itu terjadi. *Self disclosure* mempunyai landasan utama,

yakni kepercayaan. Jadi, individu bisa melakukan *self disclosure* kepada individu yang memang sudah akrab dan dapat dipercaya. Setelahnya individu akan mencari tahu bagaimana respon atau tanggapan yang diberikan individu lain. Jika respon yang didapat adalah respon negatif, maka individu tersebut tidak akan lagi melakukan *self disclosure* lagi terhadap lawan bicaranya tersebut.

2.2.4 Mahasiswa

Mahasiswa merupakan seseorang yang tengah menjalani pendidikan baik di perguruan tinggi, politeknik, institute ataupun sekolah tinggi. Mahasiswa dinilai oleh masyarakat sebagai individu yang memiliki intelektual yang tinggi, berpikir kritis serta memiliki perencanaan serta *problem solving* yang matang sebelum bertindak dengan cepat dan tepat. Dengan adanya media sosial, mahasiswa tentu dapat dengan mudah menggali informasi, dan dengan mudah mengenali mana informasi yang benar dan mana informasi palsu. Pada umumnya, mahasiswa memiliki rentang usia 18-25 tahun yang dimana usia tersebut mahasiswa mulai memikirkan mengenai tanggung jawab baik kepada diri sendiri maupun orang lain. Mahasiswa juga sudah harus memikirkan mengenai bagaimana rencana masa depannya. Usia mahasiswa merupakan fase peralihan dari remaja menuju fase dewasa. Biasanya, pada fase remaja menuju dewasa ini, muncul banyak perubahan signifikan baik secara fisik, pikiran dan emosional. Dalam usia remaja sendiri memiliki 3 fase dalam perkembangannya, yakni remaja

awal dengan rentang usia 12-15 tahun, remaja madya dengan rentang usia 15-18 tahun, dan remaja akhir dengan rentang usia 19-22 tahun. Dalam fasenya, tentu memiliki kecenderungan sikap yang berbeda. Fase remaja ini biasanya dikenal sebagai suatu individu untuk menemukan identitas dirinya. Sikapnya masih terbilang labil dari sisi emosionalnya serta memiliki rasa keingintahuan yang tinggi. Remaja juga cenderung lebih ingin mengungkapkan dirinya kepada dunia tetapi dengan penuh pertimbangan. Hal ini disebabkan dengan adanya istilah “*Storm and Stress*” karena adanya perubahan yang ditandai oleh kemampuan seseorang seperti : konflik dan krisis, mimpi dan berkhayal tentang percintaan, frustrasi dan perasaan menderita, penyesuaian serta perasaan yang tersisihkan dari kehidupan sosial budaya orang dewasa. **(Yusuf LN, Syamsu., 2011)**

Kehidupan mahasiswa kerap kali dinilai sebagai masa perkembangan yang menantang dalam sebuah fase kehidupan individu. Dalam fase ini, individu mengalami banyak sekali tuntutan penyesuaian dari fase remaja ke fase dewasa. Penyesuaian ini bisa meliputi dari cara berpikir, bersosialisasi, ataupun cara untuk menyampaikan apa yang sedang dipikirkan. Sebagai remaja di fase akhir tentu tidaklah mudah untuk tidak bergantung kepada orang lain. Remaja akhir juga dinilai lebih mampu mengungkapkan pendapat serta perasaannya dengan melihat bagaimana situasi serta kondisi yang terjadi. Namun, semakin dewasa suatu individu, tentu bukan hal yang baru jika lingkup pertemanan semakin menyempit. Juga mengenai kekhawatiran mengenai hal-hal yang belum terjadi. Terlebih

dengan rentang usia mahasiswa yang memasuki pergantian dari remaja menuju fase dewasa seperti yang telah disebutkan diatas, yakni dengan rentang usia 18-25 tahun, tentu tidaklah mudah. Banyak sekali beban yang dipikul, seperti misalnya adanya ekspektasi orang tua maupun orang lain yang harus dipenuhi demi tidak menimbulkan kekecewaan.

Ada kalanya mereka ingin mengeluarkan keluh kesahnya dengan melakukan pengungkapan diri. Namun, untuk pengungkapan diri secara langsung, beberapa individu merasa tidak aman dan nyaman. Remaja saat ini cenderung melakukan pengungkapan diri seperti halnya pada media sosial, salah satunya Instagram. Kehidupan di era disrupsi, yang dimana teknologi sudah menjadi makanan sehari-hari masyarakatnya, membuat mahasiswa memanfaatkan hal tersebut untuk melakukan pengungkapan diri di dunia maya. Media sosial tentu saja erat kaitannya dengan mahasiswa, dimana mahasiswa sudah jelas dituntut untuk melek informasi serta tidak gagap teknologi. Di era disrupsi ini, media sosial menjadi kebutuhan utama, tentunya bagi mahasiswa itu sendiri. Penyebaran informasi yang cepat yang terjadi di kalangan pelajar dan mahasiswa menjadikan media sosial sebagai sarana umum dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial populer yang erat kaitannya dengan mahasiswa adalah Instagram. Pada media sosial Instagram, pengguna bisa berbagi serta mencari informasi dengan cepat. Tak sedikit, mahasiswa memanfaatkan Instagram untuk memulai bisnis mereka,

baik itu kuliner, jasa, ataupun bisnis lainnya karena Instagram dinilai mempunyai jaringan yang luas dalam mencapai calon konsumen bisnis tersebut.

2.2.5 Era Disrupsi

Perkembangan teknologi yang dinilai sangat cepat ini membuat proses interaksi individu satu dengan individu lainnya telah berubah. Pada era disrupsi ini yang merupakan era dimana manusia hidup berdampingan dengan teknologi. Segala macam kegiatan yang dilakukan manusia bergantung pada teknologi. Hal ini dikarenakan hampir semuanya berbasis secara digital. Era disrupsi mengakibatkan perubahan secara besar-besaran pada kehidupan manusia. Belum lagi saat pandemi covid-19 yang mengakibatkan semuanya beraktifitas secara virtual. Teknologi digital ini bukan hanya mempengaruhi bagaimana cara manusia melakukan kegiatan berkomunikasi, tetapi juga mengakibatkan perubahan perilaku manusia secara signifikan, terutama pada para remaja. (artikel *disrupsi humaniora*)

Era disrupsi sendiri adalah suatu era yang mana terjadi inovasi secara besar-besaran, termasuk pada bidang teknologi. Manusia diminta untuk terus mempelajari teknologi guna bertahan hidup, karena pada dasarnya kegiatan serta informasi yang disampaikan pada manusia akan bersangkutan terus dengan sistem teknologi digital. Seperti berita yang pada awalnya disajikan secara konvensional, sekarang sudah disajikan secara digital. Twitter merupakan salah satu contoh informasi dalam bentuk digital. Cara akses yang mudah serta berita terhangat

yang selalu ditampilkan membuat Twitter menjadi media sosial yang diminati guna mencari informasi yang sedang ramai dibicarakan.

Namun, selain dampak positif yang dihasilkan, era disrupsi juga mempunyai dampak negatif dalam perjalanannya. Manusia menjadi lebih individualis dalam melakukan aktivitasnya. Mereka enggan untuk bersosialisasi dengan sesama, padahal dasarnya, manusia merupakan makhluk sosial yang mana memang bergantung satu dengan yang lainnya. Belum lagi para remaja yang susah untuk terbuka pada orang terdekatnya di kehidupan nyata sehingga membuat para remaja memilih media sosial sebagai tempat pengungkapan diri mereka.

2.3 Kajian Teoritis

2.3.1 Teori *Self Disclosure*

Pengungkapan diri oleh **Jourard (1964)** didefinisikan sebagai proses menyampaikan informasi yang berkaitan dengan diri sendiri kepada orang lain, sehingga orang lain mengetahui apa yang dipikirkan, dirasakan, dan diinginkan oleh seseorang. Definisi tersebut sejalan dengan apa yang **Devito (2007)** kemukakan, pengungkapan diri memang sudah jelas melibatkan informasi pribadi yang mana informasi tersebut dapat disampaikan dengan baik kepada orang lain secara terbuka dan bebas, adapun biasanya informasi tersebut awalnya dirahasiakan, dan informasi yang ada dapat menjelaskan apa yang sedang dirasakan seseorang terhadap suatu hal. **Atman & Taylor (1973)** bahwa

pengungkapan diri adalah kemampuan yang dimiliki seseorang guna mengungkapkan informasi tentang dirinya sendiri kepada orang lain, hal ini mencakup pengalaman, perasaan, maupun hal yang sedang dipikirkan dalam rangka mencapai hubungan yang lebih dekat.

Joseph Luft dan Harry Ingham dalam buku Jalaluddin Rahmad dengan judul Psikologi Komunikasi mengungkapkan bahwa teori *self disclosure* ini didasarkan pada cara manusia berinteraksi. Kemudian, **Joseph Luft dan Harry Ingham** membuat salah satu model atau teori sebagai salah satu cara untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan *self-awareness* yang didalamnya terdapat perilaku, perasaan, serta motifnya. Dan akhirnya, terbitlah teori dengan sebutan Teori Johari Window. Didalam teori ini disebutkan bahwa keterbukaan diri terbagi menjadi 4 kuadran. Kuadran tersebut secara berurutan yaitu:

1. *Open Area* (Daerah Terbuka)

Pada daerah ini, semua informasi yang berkaitan mengenai sikap, perilaku, perasaan, motivasi, keinginan, gagasan dan lainnya yang diketahui oleh individu itu sendiri dan individu lain. Adapun informasi mengenai nama serta jenis kelamin. Sudah hal yang pasti jika individu satu dengan individu lainnya melakukan interaksi untuk pertama kali, tentu saja hanya sebatas pertukaran informasi secara umum atau garis besarnya saja. Setelah proses pengenalan makin berlanjut, daerah ini

akan terbuka lebih luas kepada daerah berikutnya jika dirasa memiliki ketertarikan satu individu dan yang lainnya.

2. *Blind Area* (Daerah Buta)

Setelah daerah terbuka dipaparkan, individu akan berlanjut pada daerah buta. Daerah buta ini lebih merujuk kepada perilaku, perasaan, motivasi yang diketahui individu lain, tetapi diri sendiri tidak mengetahuinya atau bisa disebut kekurangan diri sendiri yang tidak disadari. Manusia memang cenderung enggan untuk mengakui atau menyadari kekurangan dirinya sendiri. **Joseph Luft** juga mengungkapkan bahwa daerah buta ini sulit dihapuskan dalam diri manusia, kecuali menguranginya dengan berkaca pada norma serta aturan yang ada.

3. *Hidden Area* (Daerah Tersembunyi)

Pada daerah tersembunyi ini merupakan kebalikan dari daerah buta yang sudah dijelaskan sebelumnya. Daerah tersembunyi ini merujuk pada perilaku, perasaan, motivasi yang diketahui oleh diri sendiri, tapi tidak diketahui oleh orang lain. Hal-hal seperti ini biasanya merupakan hal yang berupa privasi atau rahasia sehingga tidak ingin diketahui oleh orang lain. Tetapi, jika suatu individu dapat memperluas atau mengizinkan individu lain tahu mengenai hal yang bersifat rahasia ini,

maka disitulah proses *self-disclosure* terjadi. Setelah terjadinya pengungkapan diri atas hal yang bersifat rahasia ini, proses selanjutnya adalah mengenai respon atau tanggapan yang diharapkan dari individu lain. Pengungkapan diri ini akan berlangsung dengan baik dan seimbang jika respon yang diberikan sesuai dengan yang diinginkan, lalu kemudian keterbukaan akan terjadi.

4. *Unknown Area* (Daerah Tidak Dikenal)

Daerah ini merupakan daerah yang paling tidak bisa dimengerti baik diri sendiri maupun individu lain. Pada daerah ini, komunikasi dinilai kritis karena sulit untuk dipahami. Baik perilaku, perasaan, serta motivasi dalam daerah ini merupakan informasi yang luput dari perhatian. Kerap kali, kesalahpahaman saat melakukan komunikasi akan terjadi di daerah ini. Karena antarindividu tidak mengetahui apa saja kekurangan, kelebihan, serta status dirinya sendiri.

Joseph Luft juga mengungkapkan bahwasanya tidak ada masalah jika memperluas area daerah terbuka karena hal itu dinilai baik dan menyenangkan. Maksudnya, sebagai individu, kita menjadi tahu untuk lebih mengenal diri sendiri maupun orang lain. Disamping itu, kita juga dapat menambah pengetahuan mengenai informasi yang telah diungkapkan individu lain.

Setelah penjabaran diatas, dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana aktivitas pengungkapan diri melalui media sosial Instagram, lebih tepatnya melalui *second account*. Karena, pengungkapan diri melalui *second account* bisa dilakukan tanpa harus khawatir terhadap pandangan orang lain.

2.3.2 Tujuan *Self Disclosure*

Self disclosure dapat lebih mudah untuk membantu suatu individu untuk lebih percaya diri, membantu untuk berkomunikasi dengan lebih baik dengan mengungkapkan apa yang tadinya tidak bisa diungkapkan dengan leluasa, serta membuat suatu individu merasa lebih aman dan nyaman. Tentu suatu individu memiliki tujuan dalam melakukan *self disclosure*, terdapat lima tujuan tersebut, diantaranya :

1. Ekspresi

Suatu individu melakukan pengungkapan diri untuk bisa lebih dengan bebas mengekspresikan dirinya, baik secara langsung ataupun melalui media sosial, seperti contohnya melalui *second account* Instagram.

2. Penjernihan Diri

Setelah meluapkan ekspresi melalui pengungkapan diri, suatu individu bisa lebih merasa lega dan puas sehingga bisa menyelesaikan masalah yang sedang atau mungkin akan terjadi.

3. Keabsahan Sosial

Setelah melakukan aktivitas pengungkapan diri, individu lain akan memperoleh informasi ataupun asumsi yang dibentuk setelahnya.

4. Kendali Sosial

Informasi yang sudah dikeluarkan melalui pengungkapan diri dapat disembunyikan guna peranti kendali sosial.

5. Perkembangan Hubungan

Pengungkapan diri jelas dilakukan agar hubungan antarindividu dapat berkembang serta memunculkan keakraban. (O Sears, 1985)

2.3.3 Dimensi *Self Disclosure*

Self disclosure menurut Jourard (1964) memiliki 3 dimensi, diantaranya:

1. *Breadth* (Keluasan)

Keluasan adalah seberapa luas topik yang kemungkinan bisa diungkap, serta ada 6 keluasan yang dijabarkan dalam pengungkapan diri yaitu; sikap&pendapat; rasa&minat; pekerjaan/kuliah; uang; kepribadian; serta tubuh.

2. *Depth* (Kedalaman)

Kedalaman pengungkapan diri dibagi menjadi 4 tingkatan yaitu; tidak pernah bercerita kepada orang lain tentang aspek diri; berbicara secara umum; berbicara secara penuh serta detail; berbohong atau salah

mengartikan aspek diri sehingga apa yang disampaikan kepada orang lain adalah aspek diri yang salah.

3. Target atau sasaran

Dalam melakukan pengungkapan diri, tentu saja ditunjukkan kepada target, baik dari ibu, ayah, teman pria, teman wanita, ataupun pasangan. (Wibowo et al., 2021)

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran sendiri adalah sebuah dasar pemikiran yang berisi sekumpulan konsep penelitian yang dijadikan dasar oleh peneliti sebagai acuan dalam memecahkan permasalahan yang diteliti. Melalui kerangka pemikiran inilah, peneliti dapat menjelaskan serta mengidentifikasi variabel-variabel yang terdapat pada rumusan masalah. Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai aktivitas *self disclosure* pengguna *second account* Instagram pada mahasiswa kota Bandung di era disrupsi.

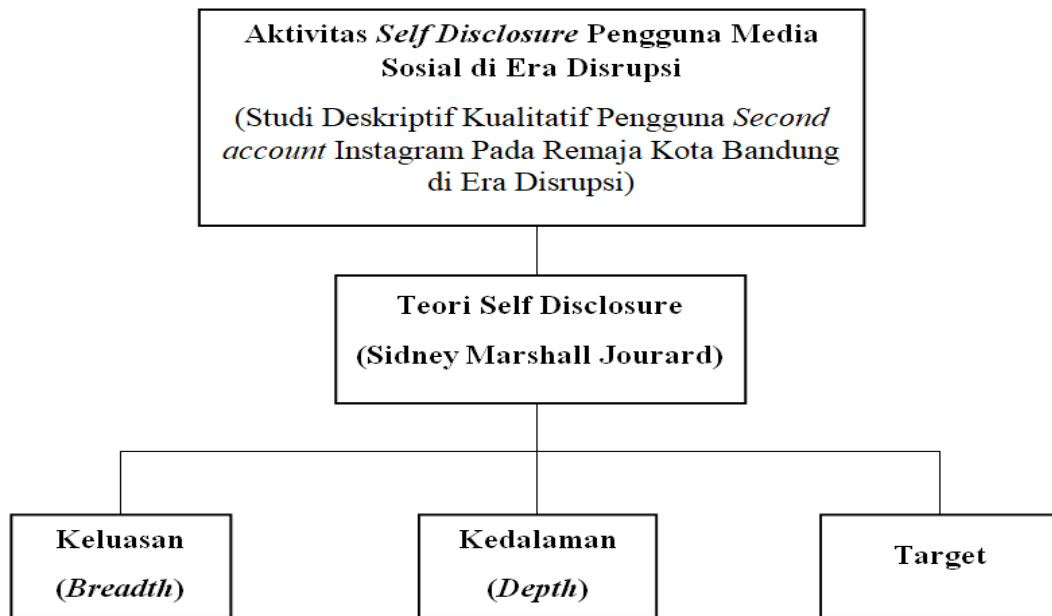
Kerangka pemikiran ini dimulai dengan ketertarikan peneliti mengenai aktivitas *self disclosure* atau pengungkapan diri pada mahasiswa kota Bandung melalui *second account* Instagram. Penelitian ini difokuskan mengenai apa saja aktivitas yang terjadi dan apa saja yang diungkapkan saat mahasiswa kota Bandung melakukan *self disclosure* atau pengungkapan diri melalui *second account* Instagram mereka. Maka dari itu, peneliti menggunakan teori *self disclosure* menurut **Sidney Marshall Jourard** yang dapat mendukung penelitian

ini. Yang dimana teori tersebut mencakup dengan apa yang peneliti ingin teliti, diantaranya apa saja topik yang mereka bagikan saat aktivitas pengungkapan diri sampai kepada siapa saja target yang dituju.

Self disclosure sendiri merupakan salah satu bentuk komunikasi interpersonal yang dimana satu individu dan individu lainnya mengungkap apa saja yang tidak bisa ia ungkapkan kepada sembarangan orang. Individu tersebut harus sudah terlebih dahulu membangun kepercayaan kepada individu lainnya sebelum ia melakukan pengungkapan diri. Di era disrupsi ini pula, para mahasiswa yang sudah hidup berdampingan dengan teknologi, memanfaatkan hal tersebut secara maksimal, salah satunya menggunakan media sosial Instagram sebagai ruang untuk aktivitas self disclosure mereka.

Kerangka pemikiran ini dibuat oleh peneliti dengan harapan guna mempermudah memahami penelitian ini yang berjudul “Aktivitas *Self Disclosure* Pengguna Media Sosial di Era Disrupsi. (Studi Dekriptif Kualitatif Pengguna *Second Account* Instagram Pada Mahasiswa Kota Bandung di Era Disrupsi.)

Gambar 2.2
Bagan Kerangka Pemikiran



(Sumber : Hasil Rancangan Peneliti dan Pembimbing, 2022)