

BAB II

KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1.KAJIAN LITERATUR

2.1.1. *Review Penelitian Sejenis*

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menemukan inspirasi baru untuk peneltiain selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagaian ini peneliti mencamtumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji.

Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan oleh penulis, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu untuk menjadikan referensi dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu tersebut adalah :

1. Penelitian Berjudul *Fenomena Korean Roleplayer* di Media Sosial Twitter (Studi Fenomenologi *Korean Roleplayer* Di Media Sosial Twitter) yang di teliti oleh Gina Gilang Gantina Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif. Peneliti Gina Gilang Gantina menggunakan Teori fenomenologi

dari Alfred Schuzt, dengan tujuan mengetahui makna, motif dan tindakan menggunakan media sosial Twitter dikalangan *Korean Roleplayer* .

2. Penelitian Berjudul Analisis Keterbukaan Diri melalui akun Twitter @MAHASISWAUMS yang diteliti oleh Millennia Ramadhani Jannati Saputri Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitatif, dengan Teori *Communication Privacy Manajemen* (CPM), dengan tujuan mengetahui motif pengungkapan diri pada mahasiswa di Twitter Mahasiswa UMS.
3. Penelitian Berjudul Motif Penggunaan *Second Account* Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau) di teliti oleh Nur Saputriyan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas UIN Suska Riau pada tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan yaitu Teori Dramaturgi dari Erving Goffman. Dengan tujuan untuk Mengetahui motif yang membuat Generasi Z khususnya mahasiswi mempunyai *Second Account* Instagram.

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis

NO	PENELITI	JUDUL	METODE/ TEORI	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Gina Gilang Gantina Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan pada tahun 2020.	Fenomena Korean <i>Roleplayer</i> di Media Sosial Twitter (Studi Fenomeno- logi Korean <i>Roleplayer</i> Di Media Sosial Twitter)	Deskriptif Kualitatif/ Teori fenomenolo -gi dari Alfred Schuzt	Hasil penelitian mengenai motif, makna dan tindakan dari para <i>Korean</i> <i>Roleplay</i> . Motif para <i>Korean</i> <i>Roleplay</i> dalam bermain <i>roleplay</i> untuk mengisi waktu luang mereka dan menghilangkan stress yang mereka rasakan. Dan makna dari <i>Roleplay</i> . Secara	Memakai Teori Fenomenologi dari Alfred Schuzt.	Peneliti sebelumnya meneliti tindakan pengguna twitter yang dilakukan oleh <i>Korean</i> <i>Roleplay</i> . Sedangkan peneliti yang sekarang ingin mengetahui keterbukaan diri seseorang pengguna Twitter.

				keseluruhan para <i>Korean Roleplay</i> memaknai <i>Roleplay</i> sebagai tempat untuk mencurahkan semua keluh kesah yang tengah mereka rasakan.		
2.	Millennia Ramadhani Jannati Saputri Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas	Analisis Keterbukaan Diri melalui akun Twitter @MAHASI SWAUMS	Deskriptif Kualitatif/ Teori <i>Communication Privacy Manajemen</i> (CPM)	Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat Batasan privat terdiri dari hal-hal yang tetap disimpan sedangkan	Persamaan dengan peneliti sebelumnya adalah membahas tentang keterbukaan diri pada Aplikasi Twitter.	Peneliti sebelumnya membahas akun base kampus yang dimana seseorang yang ingin meng- <i>Tweet</i> menggunakan akun twitter

	Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2022.			batasan kolektif merupakan informasi yang di bagikan ke autobase @MahasiswaU MS, antara lain perasaan yang sedang dirasakan, masalah yang sedang dihadapi, percintaan, pertemanan dan hal-hal mengenai kebutuhan mereka.		Kampus yang dikumpul dahulu sebelum di unggah kedalam akun Twitter base Kampus tersebut. Sedangkan peneliti ini melakukan penelitian pada informan yang menggunakan akun Pribadi atau akun milik sendiri.
3.	Nur Saputriyan	Motif Pengguna-	Deskriptif Kualitatif/	Hasil penelitian ini dapat	Persamaan dengan	Pada peneliti sebelumnya

	<p>Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas UIN Suska Riau pada tahun 2022</p>	<p>an <i>Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komuni- kasi UIN Suska Riau)</i></p>	<p>Teori Dramaturgi dari Erving Goffman</p>	<p>disimpulkan bahwa motif penggunaan second account untuk membagikan hal yang di senang sehingga memiliki kepuasan tersendiri, bebas dalam mengekspresika n diri dengan itu keinginan batinnya sedikit terpenuhi, Membuat orang terdekatnya tahu identitas perssonalnya,</p>	<p>penelitian sebelumnya yaitu ingin mengetahui apa motif penggunaan media sosial yang Private Pada Remaja</p>	<p>meneliti Second account Instagram dikalangan Generasi Z menggunakan Teori Dramaturgi. Sedangkan Peneliti sekarang ingin meneliti keterbukaan diri pada remaja pengguna Aplikasi Twitter di Wilayah Bekasi Timur menggunakan Teori Fenomenologi.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				menjalin komunikasi kepada orang terdekatnya, dan menjadi hiburan.		
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------	--	--

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi

2.2.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di keluarga, ditempat pekerjaan, sekolah, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Berkembangnya pengetahuan manusia dari hari ke hari karena komunikasi.

Dalam buku komunikasi dalam perspektif teori dan praktik Oleh Yetty Oktarina, Yudi Abdullah, Mulyana (2004) melengkapi dengan berbagai definisi komunikasi lainnya, antara lain :

- a. Komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang disebut komunikasi (*Bernad Berelson dan Gary A.Steiner*).
- b. Setiap Tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi Informasi, terdiri atas rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima (*Theodore M.Newcomb*).
- c. Komunikasi terjadi ketika suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (*Gerald R.Miller*).

Pengertian komunikasi menurut *Tubbs* dan *Moss* dalam buku *Deddy Malyana* yang berjudul *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* mengatakan "komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih" (2015, h64).

Proses komunikasi menurut *Effendy* dalam buku **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi** merupakan "proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan Bahasa sebagai alat penyalurnya" (2003, h.28). Beragam definisi mengenai komunikasi menuntun kita untuk lebih mengenal komunikasi secara konseptualisasi, dimana komunikasi terdiri dari tiga konseptualisasi seperti yang diungkapkan oleh *Wenburg* dan *Wilmot* yang dikutip oleh *Mulyana* dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, yaitu :

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah, penyampaian pesan satu arah dari komunikator ke komunikan.
2. Komunikasi sebagai interaksi komunikasi lebih bersifat interaktif dan menghasilkan feedback (timbang balik) dari komunikan
3. Komunikasi sebagai transaksi, komunikasi yang menghasilkan respon dan perubahan perilaku, komunikator bisa menjadi komunikan dan begitu juga sebaliknya (*Mulyana*, 2015, hal.67).

Definisi Komunikasi menurut *Wilbur Schramm* yang dikutip oleh *Suprpto* dalam bukunya *Pengantar Teori Komunikasi* yaitu: Komunikasi berasal dari kata-kata

(bahasa) Latin *communis* yang berarti umum atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonnes*) dengan seseorang. Yaitu kita berusaha berbagi informasi, ide atau sikap. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu. (2006: 2-3). Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh para pakar komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dan informasi yang berupa interaksi dengan seseorang atau kelompok dengan tujuan mendapatkan *feedback* (umpan balik).

2.2.1.2. Proses Komunikasi

Komunikasi dikatakan suatu proses yaitu suatu kegiatan yang berlangsung secara terus-menerus. Maksudnya, komunikasi itu berlangsung melalui tahap-tahap tertentu secara terus-menerus, berubah-ubah dan tidak ada henti-hentinya. Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat penciptaan pesan sampai pesan tersebut dipahami oleh komunikan sehingga komunikan mampu memberikan responnya.

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni secara primer dan sekunder:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada oranglain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses Komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Pikiran dan atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan aka nada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media primer tersebut, yakni lambanglambang. Media primer atau lambang yang paling banyak dalam komunikasi adalah bahasa, jelas karena hanya bahasalah yang mampu atau menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada oranglain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi adalah surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi. Pentingnya peranana media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiennya dalam mencapai komunikan. (Effendy, 2005:11-17).

2.2.1.3. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur komunikasi dapat dilihat dari pengertian komunikasi menurut Harold Laswell dalam bukunya Ilmu Komunikasi sebagai Suatu Pengantar karya Deddy Mulyana adalah:

“Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut) *Who Say: What In Which Channel To Whom With What Effect*" Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?" (2015.69)

Penjelasan diatas sudah menjelaskan unsur-unsur yang ada dalam komunikasi. Setiap peristiwa komunikasi pasti akan melibatkan elemen- elemen komunikasi, melibatkan dimana setiap elemen memiliki peran penting dalam mendukung dan menentukan tingkat keefektifan dalam komunikasi.

a. Sumber (komunikator)

Komunikator menquakan pihak yang memiliki gagasan untuk berkomunikasi dimana kommunikator adalah seseorang yang memulai kegiatan komunikasi denganmemberikan pesan kepada komunikan agar komunikasi dapat berjalan lancar Dalam komunikat antar manusia, komunikator dapat terdiri dari satu orang, akan tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok seperti misalnya, organsan, partai dan lembaga.

b. Pesan

Pesan merupakan sekumpulan simbol verbal maupun non-verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dan komunikator kepada komunikan. Pesan dapat disampaikan melalui tatap muka atau media komunikasi. Isinya dapat berupa informasi, hiburan, ilmu pengetahuan maupun propaganda.

c. Media

Media merupakan alat atau wadah yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang berpendapat bahwa media dapat berbagai macam bentuknya, misalnya komunikasi intrapersonal dimana penggunaan Bahasa atau pikiran dianggap sebagai media komunikasi.

d. Penerima (Komunikan)

Penerima merupakan pihak yang dipilih oleh komunikator untuk menerima pesan. Penerima biasa disebut khalayak, sasaran atau komunikan.

e. Pengaruh

Pengaruh atau efek merupakan apa yang terjadi pada komunikan setelah dirinya menerima pesan dari komunikan. Pengaruh ini dapat dilihat melalui sikap dan tingkah laku seseorang.

f. *Feedback* (Umpan balik)

Feedback/Umpan balik merupakan salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari komunikasi. Umpan balik juga dapat berasal dari unsur lain seperti pesan dan media meskipun pesan belum sampai pada penerima.

g. Lingkungan

Lingkungan Komunikasi merupakan faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan menjadi empat macam, yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu

2.2.1.4. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku (Riant Nugroho - 2004). Sedangkan menurut *Katz and Robert Kahn* yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu sistem sosial atau organisasi.

Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya (Rosadi Ruslan, 2003). Dengan demikian komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan.

2.2.1.5. Macam-macam Komunikasi

Komunikasi selalu muncul dalam konteks, yakni dalam situasi tertentu. Secara teoritis komunikasi dapat dibagi dengan berbagai cara, tergantung kategori yang kita gunakan Misalnya, konteks fisik, konteks sosial, konteks historis, konteks psikologis, kontek scultural. Berdasarkan sifatnya, komunikasi terdiri dari komunikasi tatap muka (*face to face*), komunikasi bermedia, komunikasi verbal, komunikasi non-verbal.

1. Komunikasi Tatap muka (*face-to-face*), merupakan komunikasi yang berlangsung secara dialogis sambil saling menatap sehingga terjadi kontak pribadi (*personal contact*).
2. Komunikasi Bermedia merupakan komunikasi dengan menggunakan alat, seperti telepon, memorandum, Karena melalui alat, maka antara kedua orang tersebut tidak terdapat kontak pribadi.
3. Komunikasi Verbal, Sifat ketiga ini juga biasa disebut bahasa lisan, Bahasa lisan itu terdiri dari dua jenis, yakni dalam bentuk lisan (*oral*) dan tulisan (*written/printed*), Sifat verbal dalam bentuk lisan dapat ditemui dalam komunikasi personal maupun komunikasi kelompok, Sedangkan yang berbentuk tulisan yang sering kita ketahui pada komunikasi massa dan komunikasi media.
4. Komunikasi *Non-verbal*, Sifat nonverbal, dari sudut pandang psikologis mencakup pengertian segala ungkapan yang tidak disadari seseorang dalam

bentuk gerak isyarat, gerak tubuh, kontak mata, nada/getaran suara, dan tarikan nafas.

2.2.2. Media Baru (*New Media*)

Media baru merupakan media yang berbasis internet dengan menggunakan teknologi berbasis komputer dan juga telepon genggam terbaru yang canggih. Kemunculan media baru sebagian dari percepatan akses teknologi informasi yang begitu luas dan cepat. Kemudahan akses yang ditawarkan media baru memungkinkan pengguna media baru jauh lebih bisa adaptif dan bersosialisasi dengan begitu masiv. Media baru sangat memengaruhi masyarakat dalam preferensi sumber informasi mereka.

Menurut *Denis McQuail* dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet.

Didalam terminologi *New media* ada beberapa konsep yang membawa lahirnya Media, dalam buku yang ditulis oleh *Nicholas Gane* dan *David Beer* yang berjudul *New media: The Key Concepts* mengatakan bahwa setidaknya ada enam konsep dalam *New media* atau Media Baru (Gane, Nicholas; Beer, 2008) diantaranya adalah:

1. *Network*

Network/Jaringan Network dalam ilmu komputer banyak bentuknya. Sebuah jaringan komputer (*local area network* (LAN) atau *Ethernet*), yang mencakup wilayah geografis yang kecil dan menghubungkan perangkat dalam satu gedung atau kelompok bangunan atau dapat mencakup wilayah yang lebih luas seperti sebagai kota, negara bagian, negara, atau dunia (jaringan yang luas daerah atau WAN). Kemudian dapat kita ketahui bahwa peran *network* dalam konsep media baru adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer satu sama lain dan untuk berbagai perangkat eksternal, dan dengan demikian memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan bertukar informasi.

2. Informasi

Definisi informasi memiliki gambaran dan deskripsi yang beragam, secara sederhana menurut Manuel Castell mengatakan bahwa, masyarakat informasi berpusat pada produksi, distribusi dan konsumsi informasi, yang pada gilirannya menjadi komoditas berharga dari bentuk kapitalisme baru namun kemudian istilah masyarakat informasi masuk dalam bahasa yang lebih umum, konsep “informasi” hanya mendapat sedikit perhatian dari disiplin sosiologi, tidak ada definisi “informasi” yang sebenarnya dalam masyarakat informasi yang diungkapkan oleh *Castells*. Dan menurut *Lash*, informasi didefinisikan sebagai bentuk yang harus yang bisa mengalir dan diproduksi oleh media komunikasi digital, dapat kita ketahui bahwa *Lash* menyarankan untuk merumuskan kembali teori kritis di era informasi.

3. *Interface*

Interface adalah sebuah alat koseptual penting yang memungkinkan kita untuk berfikir melampaui dualisme batasan umum, kemudian Beer mengatakan *Interface* adalah perangkat konseptual didalam jaringan untuk memahami media baru beroperasi dan efek yang dihasilkan (Illingworth dan Pyle). Kemudian dapat dikatan bahwa interface media baru adalah pertemuan titik dari sejumlah dinamika sosial dan budaya yang penting, untuk itu memungkinkan dan menengahi struktur kekuasaan informasi, merestrukturisasi praktek sehari-hari dalam berbagai suatu cara, dan mengubah hubungan antara tubuh dan lingkungan mereka.

4. *Archive*

Essay Jarques Derrida yang berjudul “*Archive Fever*” pada tahun 1996 merupakan referensi utama untuk analisis-analisis kontemporer tentang teknologi pengarsipan, Derrida melihat adanya relasi antara arsip-kuasa. Media Teknologi memberikan perubahan cara mengolah arsip, yang semula arsip berbentuk kertas dan banyak memakan ruang dalam penyimpanan, kini arsip pun bisa dikelola secara digital oleh media teknologi, Individualisme dalam artian disini adalah seseorang bisa menyimpan dan memanggil arsip mereka tanpa mengganggu aktivitas orang lain, Perubahan ke arsip digital merupakan sesuatu yang tidak terelakkan lagi, media teknologi memungkinkan adanya perubahan sistem pengelolaan hingga penyimpanan arsip dan memungkinanya terjadi pendangkalan ruang publik dan politik (Derrida, 2009).

5. *Interactivity*

Manovich mengatakan bahwa Interaktivitas era digital adalah sebuah mitos karena teknologi media baru sering tidak sepenuhnya interaktif. *interactivity* adalah seberapa jauh dua pihak atau lebih dapat berkomunikasi satu sama lain terkait dengan *medium*/bisa komunikasi, konten dari sebuah pesan, dan bagaimana kedua elemen tersebut di sinkronisasikan.

6. Simulasi

Simulakra adalah sesuatu yang bersifat imajinatif, *representatif* menjadi suatu keniscayaan. Baudrillard menunjukkan sebuah fenomena untuk menjelaskan hilangnya perbedaan antara realitas dan maya yakni disebut dengan simulakra dalam *Simulacra* yang pertama diketahui tidak lagi memperhatikan nilai guna dari sebuah objek namun lebih memperhatikan nilai komoditas dari sebuah objek (Baudrillard 1988). Kemudian *Simulacra* kedua diketahui mengaburkan batas nyata dan batas maya. Dalam buku yang ditulis oleh Nicholas Gane ini menyebutkan bahwa menurut baudrillard, simulakra memungkinkan teknologi sebagai media yang dimana tidak hanya menghasilkan barang tetapi juga tanda dan objek yang ingin dilihat dalam hal ini *Software* dan *Hardware*, teknologi sebagai media yang memungkinkan interaktifitas kepada penggunanya lainnya.

New Media dapat berpengaruh positif maupun negatif. Positifnya berbagai informasi dari media dapat dengan mudah dan cepat diakses dimanapun dan kapanpun. Dan bisa menjadi negatif ketika informasi dari media sulit di filter karena tanpa batas.

New Media memiliki banyak manfaat dalam konteks kehidupan manusia seperti didalam bidang sosial, industri/dagang, bidang pendidikan dan sebagainya.

2.2.3. Media Sosial

Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi tak terbatas jarak, waktu, ruang. Bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka. Bahkan media sosial mampu meniadakan status sosial, yang sering kali sebagai penghambat komunikasi. Dengan hadirnya Twitter, Facebook, Instagram dan sejenisnya, orang-orang tanpa harus bertemu, bisa saling berinteraksi.

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*).

1. Fungsi Media Sosial

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar, Berikut Fungsi Media Sosial :

- a. Media sosial berfungsi mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi.
 - Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

- b. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- c. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.

2.2.4. Remaja

Masa remaja adalah masa peralihan atau masa transisi dari anak menuju masa dewasa. Pada masa ini begitu pesat mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik itu fisik maupun mental. Sehingga dapat dikelompokkan remaja terbagi dalam tahapan berikut ini :

1. Pra Remaja (11 atau 12-13 atau 14 tahun) Pra remaja ini mempunyai masa yang sangat pendek, kurang lebih hanya satu tahun; untuk laki-laki usia 12 atau 13 tahun - 13 atau 14 tahun. Dikatakan juga fase ini adalah fase negatif, karena terlihat tingkah laku yang cenderung negatif. Fase yang sulit untuk hubungan komunikasi antara anak dengan orang tua. Perkembangan fungsi-fungsi tubuh juga terganggu karena mengalami perubahan-perubahan termasuk perubahan hormonal yang dapat menyebabkan perubahan suasana hati yang tak terduga.
2. Remaja Awal (13 atau 14 tahun - 17 tahun) Pada fase ini perubahan-perubahan terjadi sangat pesat dan mencapai puncaknya. Ketidakseimbangan emosional dan ketidakstabilan dalam banyak hal terdapat pada usia ini. Ia mencari identitas diri karena masa ini, statusnya tidak jelas. Pola-pola hubungan sosial mulai berubah.

Menyerupai orang dewasa muda, remaja sering merasa berhak untuk membuat keputusan sendiri. Pada masa perkembangan ini, pencapaian kemandirian dan identitas sangat menonjol, pemikiran semakin logis, abstrak dan idealistis dan semakin banyak waktu diluangkan diluar keluarga.

3. Remaja Lanjut (17-20 atau 21 tahun) Dirinya ingin menjadi pusat perhatian; ia ingin menonjolkan dirinya; caranya lain dengan remaja awal. Ia idealis, mempunyai cita-cita tinggi, bersemangat dan mempunyai energi yang besar. Ia berusaha memantapkana identitas diri, dan ingin mencapai ketidak ketergantungan emosional.

2.2.5. Twitter

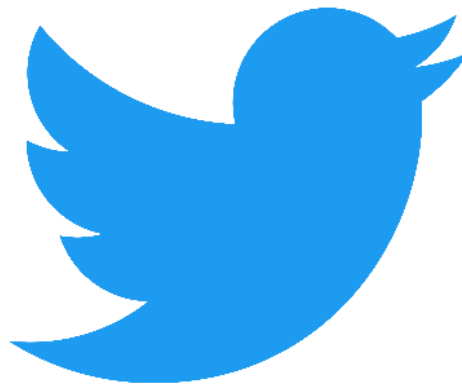
2.2.5.1. Definisi Twitter

Dari sekian banyak media sosial yang paling cepat pertumbuhannya adalah twitter, dengan cepat mengambil perhatian masyarakat Indonesia, remaja khususnya, kebanyakan isi dalam twitter adalah hal-hal pribadi dimana seorang berbagi cerita, opini, aktivitasnya, kepada orang-orang pilihan.

Twitter merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang menarik perhatian pengguna internet. Hal tersebut disebabkan penggunaannya yang mudah guna saling bertukar informasi sehingga setiap individu di planet ini dapat saling terhubung (*Madcoms,2010:121*).

Twitter merupakan sebuah media yang dapat digunakan setiap orang untuk mengekspresikan diri, berbisnis, mencari informasi, atau sekedar mencari teman baru.

Twitter mempunyai beberapa istilah dalam penggunaannya yaitu *Tweets* yang dimaksud dengan pemberitaan yang kita *ekspose* dan upload didalam twitter, yang dimana *followers* dapat melihat hal tersebut, sama halnya dengan instagram dan facebook. Sedangkan *followers* merupakan orang-orang yang mengikuti jejak digital kita dan dapat melihat postingan yang kita upload kedalam Twitter atau media sosial.



Gambar 2.2.4 Logo Twitter

2.2.5.2. Sejarah Twitter

Twitter pertama kali digagas oleh *Jack Dorsey*, mahasiswa sarjana Universitas New York ketika berdiskusi pada sebuah acara yang diselenggarakan perusahaan podcast bernama Odeo. Jack Dorsey mengemukakan sebuah gagasan penggunaan pesan singkat untuk berkomunikasi. Awalnya, nama proyek ini bernama **twtr** setelah diungkapkan oleh Evan *Williams* yang kemudian dikemukakan oleh *Noah Glass*.

Pengembangan proyek terinspirasi dari **Flickr** dan kode singkat SMS Amerika yang jumlahnya hanya lima digit. Proyek pengembangan Twitter dimulai pada tanggal 21 Maret 2006, *Jack Dorsey* membuat pesan singkat yang berbunyi “*just setting up my*

twtr”, untuk pertama kalinya pukul 9:50 *PM PST*. Definisi arti dari Twitter sendiri adalah ‘*a short burst of inconsequential information,*’ (ledakan singkat informasi tidak penting) dan ‘*chirps from birds*’ (celotehan burung).

Logo Twitter diluncurkan pada saat Twitter mendesain ulang situsnya untuk pertama kali. Pada 27 Februari 2012, seorang karyawan Twitter yang menangani platform dan API perusahaan berkicau mengenai evolusi logo Twitter "*Larry The Bird*" mengungkapkan bahwa logo tersebut dinamai berdasarkan *Larry Bird*, pemain NBA dari Boston Celtics, pada 5 Juni 2012, Twitter meluncurkan logo ketiga yang di desain menggantikan "*Larry the Bird*" dengan logo baru yang dinamakan "*Twitter Bird*". Pada revisi logo ini, kata "Twitter" dengan huruf "t" kecil, tidak lagi digunakan dan burung menjadi satu-satunya simbol yang digunakan sebagai logo perusahaan Menurut Douglas Bowman, desain grafis Twitter, logo baru ini terinspirasi dari gunung Bluebird Ada banyak layanan dan aplikasi klien Tiwtter yang bisa digunakan untuk menambahkan dan memantau konten ataupun untuk mengirim dan membalas kicauan.

Menurut (Juju & Studio, 2009) Secara garis besar Twitter mempunyai fungsi sebagai :

1. Mencari dan menambah teman di dunia Maya
2. Sebagai tempat membagikan momen-momen setiap individu baik foto maupun video yang dapat dilihat oleh teman (*Followers*)
3. Media untuk mengetahui kebiasaan yang digunakan oleh orang lain
4. Mempromosikan *web* atau blog yang dimiliki

5. Sebagai media periklanan sebuah produk
6. Dapat digunakan sebagai media kampanye baik politik maupun sosialisasi kemasyarakatan
7. Untuk mencari informasi secara cepat.

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Teori Konvergensi Media

Teori Konvergensi Media diperkenalkan *Henry Jenkins* dalam bukunya *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* tahun 2006. Teori tersebut menyebutkan, teknologi baru membawa media yang berbeda secara bersamaan untuk menjalankan fungsi baru. Konvergensi media tidak hanya proses teknologi atau pergeseran di dalam bidang industri, budaya dan sosial yang mengajak konsumen untuk memperoleh informasi baru tetapi juga untuk melihat seperti apa reaksi dari individu dalam berinteraksi dengan orang lain dalam tingkat sosial dan memanfaatkan beberapa macam platform media agar terciptanya pengalaman baru dan bentuk media baru.

Jenkins juga memberikan contoh yaitu konvergensi teknologi, dimana konten berupa suara, gambar dan kata telah bertransformasi dalam bentuk digital yang memungkinkan untuk masyarakat dalam mengaksesnya dalam satu *platform*. Kini tidak perlu lagi televisi atau radio untuk mengakses konten tersebut, cukup dengan laptop atau smartphone kita dapat menikmati semua konten yang telah disajikan.

Konvergensi media memiliki konsep yaitu penyatuan dari berbagai layanan informasi dalam satu piranti informasi yang membuat satu gebrakan digitalisasi yang arus informasinya tidak dapat dibendung lagi. Konvergensi menyebabkan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan seluruh bentuk informasi, baik berupa *visual*, *audio*, data dan sebagainya. (Prihartono 2016:108).

Menghubungkan kita dengan konsumen yang lain tetapi juga kepada pemilik perusahaan media. Dalam bukunya yang berjudul “*Technology Review: Convergence? I Diverge.*” Jenkins mengatakan bahwa saat ini kita tengah berada di era di mana terdapat media yang tersebar dimana-mana. Manusia akan memanfaatkan media yang saling memiliki keterhubungan anantara satu sama lain dan tidak ada satu jenis media yang akan memegang kontrol.

Konten atau isi media akan tersebar secara fleksibel ke dalam berbagai macam *platform* media. Manusia juga akan mengembangkan teknik dan struktur yang baru dalam memperoleh dan mengakses informasi dengan cara yaitu memanfaatkan berbagai jenis media yang dikolaborasikan. Konvergensi media juga mengarah ke perilaku ekonomi, sosial, dan budaya yang terjadi di masyarakat.

Menurut *Deuze* (dalam Erdal, 2011), dapat diambil kesimpulan bahwa konvergensi media harus dilihat sebagai “kerjasama dan kolaborasi” antara bentuk media yang sebelumnya dan yang ada sekarang”. Burnett dan Marshall (dalam *Grant dan Wilkinson*, 2008: 5) menjelaskan konvergensi sebagai campuran media, telekomunikasi dan industri komputer atau dengan katalain, sebagai proses mengaburkan batas-batas antara platform media yang berbeda dan menyatukan mereka

dalam satu digital. Dapat dikatakan bahwa salah satu cara memahami konvergensi media adalah dalam hal interaksi antara bentuk-bentuk lama dan baru media. Konsep ini dapat dijelaskan dengan menggunakan contoh industri televisi dan pengembangan selama bertahun-tahun. Ide transisi dari media analog ke media digital berdiri di inti perdebatan konvergensi media. Istilah “analog” digunakan untuk menjelaskan sesuatu “yang menyerupai sesuatu yang lain” (Dewdney dan Ride, 2006: 227).

Konvergensi Media di Indonesia Menurut Priyambodo (dalam Nastiti, 2012) Penerapan konvergensi media di Indonesia berjalan seiring dengan pertumbuhan pengguna internet dan ditandai dengan munculnya situs media cetak. Pelopornya adalah Harian Republika (www.republika.co.id) dan Harian Kompas (www.kompas.com) yang pada tahun 1995 merilis website. Namun, *website* tersebut hanya berfungsi sebagai ekstensi publikasi berita karena kontennya adalah digitalisasi format teks dari versi cetaknya atau menempatkan ulang produk yang sama dari versi cetak ke versi *web*.

2.3.2. Teori *Self Disclosure* dari Johari Window

Teori *Self Disclosure* dari Johari Window merupakan salah satu model inovatif untuk memahami tingkatan-tingkatan pengungkapan diri dalam komunikasi. “Johari” berasal dari nama depan dua Psikolog yang mengembangkan konsep ini, *Joseph Luft* dan *harry Ingham*. Model ini menawarkan suatu cara melihat kesaling bergantung hubungan antarpersonal. Model ini menggambarkan seseorang dalam bentuk suatu jendela yang mempunyai 4 Kaca tersebut (DeVito, 2011:57). Yaitu :

1. Daerah Terbuka (*Open Self*)

Berisikan semua informasi perilaku sikap perasaan, keinginan, motivasi, gagasan dan sebagainya terbuka masing-masing orang yang berbeda-beda besarnya bergantung pada siapa individu tersebut berkomunikasi.

2. Daerah Buta (*Blind Self*)

Berisikan informasi tentang diri kita yang diketahuai orang lain, tetapi kita sendiri tidak mengetahuinya. Sebagian orang mempunyai daerah buta yang luas dan tampaknya tidak menyadari berbagai keliruan yang dibuatnya.

3. Daerah Tidak Diketahui (*Unknown self*)

Daerah gelap atau unknown self adalah bagian dari diri kita yang tidak diketahui baik oleh orang lain maupun diri kita sendiri. Ini adalah informasi yang tenggelam dalam bawah sadar atau sesuatu yang luput dari perhatian. Eksplorasi daerah gelap melalui interaksi yang terbuka, jujur, empatik, dengan rasa saling percaya dengan orang lain merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan gambaran diri.

4. Daerah tersembunyi (*hidden self*)

Mengandung semua hal yang kita ketahui tentang diri sendiri dan tentang orang lain, tetapi kita hanya menyimpannya untuk diri kita sendiri. Ini adalah daerah dimana kita merahasiakan segala sesuatu tentang diri dan tentang orang lain.

2.3.2.1. Dimensi keterbukaan diri (self disclosure)

Menurut DeVito (1997) Ada 5 Dimensi dari *self disclosure*, Yaitu :

1. *Amount*, kuantitas dari pengungkapan diri dapat diukur dengan mengetahui frekuensi dengan siapa individu mengungkapkan diri dan durasi dari pesan *self-disclosing* atau waktu yang diperlukan untuk mengutarakan statemen *self disclosure* individu tersebut terhadap orang lain.
2. *Valence Self-Disclosure*, Valensi merupakan hal yang positif atau negatif dari penyingkapan diri. Individu dapat menyingkapan diri mengenai hal-hal yang menyenangkan atau tidak menyenangkan mengenai dirinya, memuji hal-hal yang ada dalam dirinya atau menjelek-jelekan diri individu sendiri. Faktor nilai juga mempengaruhi sifat dasar dan tingkat dari pengungkapan diri.
3. *Honesty*, Ketepatan dan kejujuran individu dalam mengungkapkan diri. Ketepatan dari pengungkapan diri individu dibatasi oleh tingkat dimana individu mengetahui dirinya sendiri. Pengungkapan diri dapat berbeda dalam hal kejujuran. Individu dapat saja jujur secara total atau dilebih-lebihkan, melewatkan bagian penting atau berbohong.
4. *Accuracy / Intention*, seluas apa individu mengungkapkan tentang apa yang ingin diungkapkan, seberapa besar kesadaran individu untuk mengontrol informasi-informasi yang akan dikatakan pada orang lain.

5. Keakraban / *Intimacy*, individu dapat mengungkapkan detail yang paling intim dari hidupnya, hal-hal yang dirasa sebagai periperal atau impersonal atau hal yang hanya bohong.

2.4. Kerangka Pemikiran

Sebagai landasan dan dukungan dasar teori, maka peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang relevan dengan fenomena yang akan diteliti, memiliki kemampuan untuk lebih memahami, menerangkan dan menjelaskan perspektif yang telah difokuskan dalam penelitian.

Fenomenologi mempelajari kesadaran pengalaman manusia sebagai pengalaman subjektif atau pengalaman dari sudut pandang orang pertama. Bidang disiplin fenomenologi kemudian dibedakan dan berhubungan dengan bidang utama filsafat yaitu ontologi, epistemologi, logika, dan etika.

Fenomenologi menurut Alfred Schutz yang mengemukakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasi masalah dari dunia pengalaman indrawi yang bermakna, suatu hal yang semula terjadi didalam kesadaran diri individual kita secara terpisah dan kemudian secara kolektif, didalam interaksi antara kesadaran-kesadaran.

Menurut Schutz cara mengidentifikasikan makna luar dari arus utama pengalaman adalah melalui proses tipikasi, yaitu proses pemahaman dan pemberian makna terhadap tindakan akan membentuk tingkah laku. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman dengan melihat keserupaannya. Maka dalam arus pengalaman dilihat dari objek tertentu pada

umumnya memiliki ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, sementara lingkungan sendiri mungkin tetap diam.

Kerangka pemikiran ini berguna dalam melihat jalannya tahapan penelitian yang dilakukan dengan berdasarkan pada teori, konsep serta pemahaman-pemahaman dari para ahli. Dengan menggunakan teori fenomenologi menjadi alat bagi peneliti untuk mendalami serta mencari hakikat dari bagaimana sebuah fenomena yang telah terjadi yakni fenomena Keterbukaan diri di Media sosial Twitter. Berorientasi pada keangka konseptual dan kerangka teoritis yang telah peneliti paparkan berikut bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat.

2.4.1. Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Alfred Schutz sering dijadikan pusatnya dalam penerapan penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. *Schutz* dikenal sebagai seorang filsuf dengan istilah “*Phenomenological Sociologist*”. Selain itu *Schutz* juga mengajar filsafat, penting untuk mengetahui bahwa filsafat ilmu sosial *Schutz* adalah Fenomenologis. Menandakan bahwa ia secara reflektif menganalisis bagaimana objek sosiokultural dibangun dengan makna dalam kehidupan sehari-hari, sebagian besar terlihat dari konsep-konsep yang ditemukan oleh *Schutz* yang menapakkan pemikirannya juga eksistensi yang mungkin sedikit berbeda dari Sastre.

Schutz membentuk fenomenologi sebagai bagian yang pragmatis dan lebih condong pada interaksionis dalam membentuk interpretasi, pada titik ini bahwa *Schutz* mengarakterisasikan pendekatannya dalam hal apa yang disebut Husserl “*Consutitive*

Phenomenology of the natural attitude” yang di artikan sebagai Fenomenologi konstitutif dari sikap alamiah.

Sobur dalam bukunya Filsafat Komunikasi menjelaskan bahwa : “Sejak awal penulisannya Schutz sudah menegaskan jika dunia sosial diinterpretasikan berdasarkan kategori-kategori akal sehat dan kontruksi –kontruksi yang kebanyakan berakan didunia sosial. Kontruksi-kontruksi tersebut adalah sumber perilaku sosial yang menginterpretasikan berbagai situasi tindakan mereka, memahami maksud dan motivasi orang lain, mencapai pemahaman subjektif serta tindakan-tindakan yang terkoordinasikan dan yang lebih umum, menuntun jalannya dunia sosial”. (Sobur, 2009).

Bagi Schutz tindakan manusia adalah bagian dari posisi dalam masyarakat. Sehingga tindakan orang lain yang ada di sekelilingnya. Dari pemikiran ini, dapat dibuat sebuah “model tindakan manusia”, yang merincikan, sebagai berikut :

1. Konsistensi logis, digunakan sebagai jalan untuk pembuatan validitas objektif dari konstruk yang dibuat oleg peneliti. Validitas ini perlu untuk keabsahan data, dan pemisahan konstruk penelitian dari konstruk sehari-hari.
2. Interpretasi subjektif, digunakan peneliti untuk merujuk semua bentuk tindakan manusia dan makna dari tindakan tersebut.
3. Kecukupan, yang dimaksud kecukupan yaitu konstruk yang telah dibuat oleh peneliti sebaiknya dapat dimengerti oleh orang lain, atau oleh penerus penelitiannya.

Schutz juga mengatakan untuk meneliti fenomena sosial, peneliti harus merujuk pada 4 tipe ideal yang terkait dengan interaksi sosial. Karena interaksi sosial berasal dari pemikiran diri pribadi yang berhubungan dengan orang lain atau lingkungan. Berikut 4 tipe ideal, sebagai berikut :

1. *The eyewitness* (saksi mata), yaitu seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah di amati di dunia dalam jangkauan orang tersebut.
2. *The insider* (orang dalam), seseorang yang berhubungan dengan kelompok atau lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan peristiwa, atau pendapat orang lain dengan otoritas berbagai sistem yang dimiliki relevansi yang sama sebagai anggota lain dari kelompok itu sendiri, peneliti menerima informasi orang dalam sebagai “Benar”.
3. *The analyst* (Analis), seseorang yang dimiliki berbagai informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan sistem relevansi.
4. Pokok Fenomenologi sosial, Berikut :
 - a. Perhatian terhadap pemeran/aktor
 - b. Perhatian terhadap kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (nature/natural attitude).
 - c. Memusatkan perhatian kepada masalah mikro

- d. Memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

2.4.2. Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*)

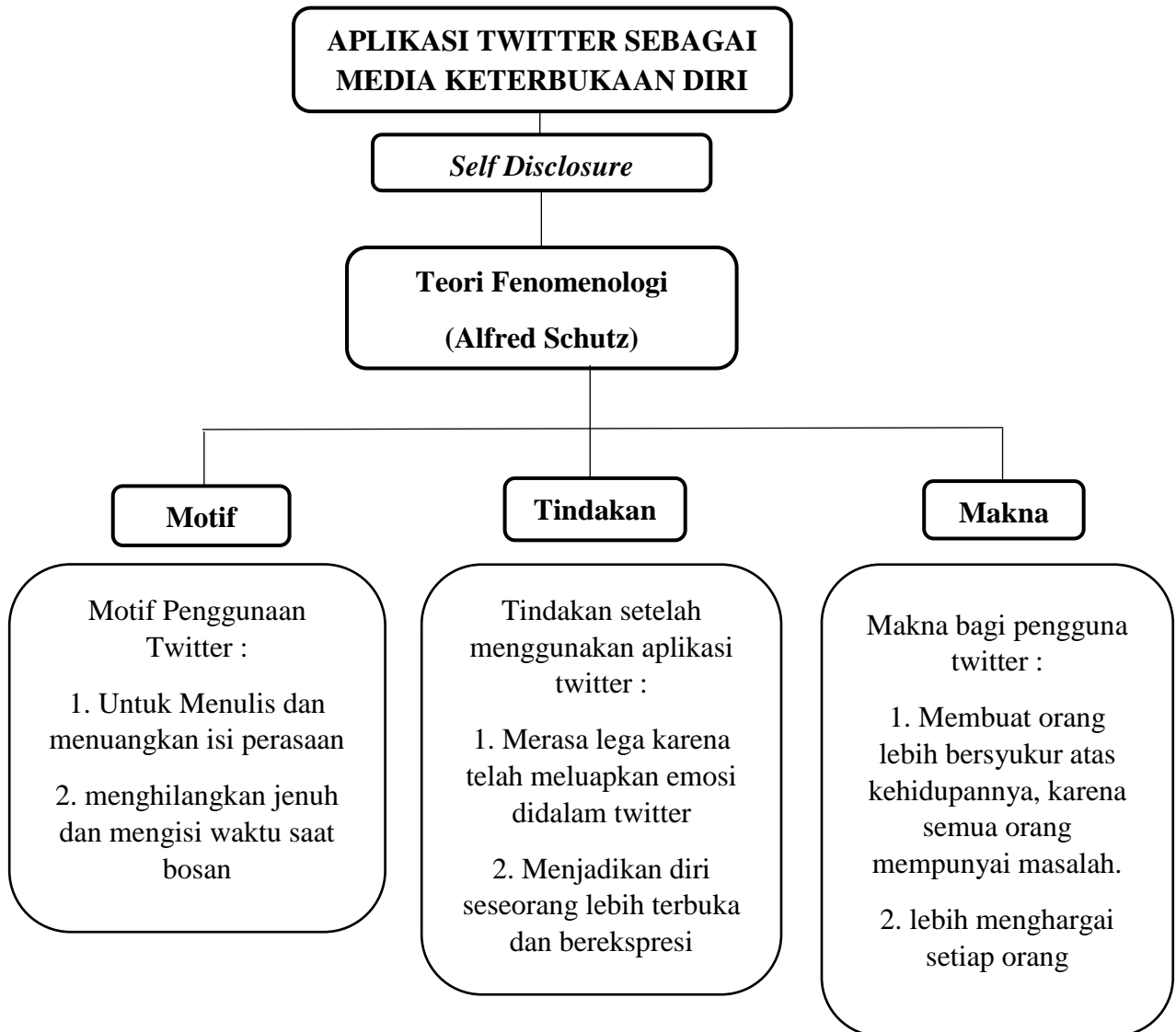
Komunikasi terbagi dalam beberapa jenis diantaranya komunikasi Interpersonal dan komunikasi intrapersonal. Keterbukaan diri ini termasuk dalam jenis komunikasi Interpersonal dimana seseorang memberikan informasi tentang dirinya berupa ide, gagasan dan mengungkapkan perasaan serta reaksi atau tanggapan suatu yang umumnya disembunyikan kepada orang lain.

Pengungkapan atau keterbukaan diri biasanya dilandaskan dengan kejujuran dan keterbukaan dalam memberikan informasi. Keterbukaan diri bersifat deskriptif dan evaluatif. Keterbukaan diri deskriptif adalah kegiatan melukiskan berbagai fakta mengenai diri individu yang belum diketahui oleh orang lain yang berada dilingkungan sekitarnya. Keterbukaan diri evaluatif adalah kegiatan mengungkapkan pendapat atau perasaan individu seperti mengungkapkan perasaan mengenai orang-orang yang disukai maupun tidak disukai.

Menurut Lumsden (1996) *self disclosure* bisa membantu seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain, meningkatkan kepercayaan diri serta membuat hubungan lebih akrab. Tanpa *self disclosure*, individu biasanya menerima penerimaan sosial yang kurang baik sehingga dapat mempengaruhi perkembangan kepribadiannya. Sedangkan menurut Altman dan Taylor (1973) mengemukakan bahwa *self disclosure*

merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menyatakan informasi tentang dirinya kepada orang lain yang tujuannya untuk mencapai hubungan yang akrab.

Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran



Sumber : Fenomenologi Alfred Schutz, Modifikasi peneliti dan Pembimbing

2022