

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Review Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sekumpulan penelitian yang sejenis yang memiliki keterkaitan atau kesamaan dengan penelitian yang akan diteliti penulis. Penelitian terdahulu dibutuhkan oleh peneliti sebagai referensi serta perbandingan untuk penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu juga merupakan upaya yang dilakukan peneliti untuk mencari referensi serta perbandingan agar dapat mengkaji serta memperkaya teori dari penelitian tersebut.

Penelitian terdahulu merupakan sebuah kajian mendalam yang dilakukan untuk mengevaluasi dan menyintesis hasil-hasil penelitian yang sudah ada dalam suatu bidang tertentu. Tujuan utama dari review ini adalah untuk mengidentifikasi tren, pola, kekuatan, kelemahan, dan kesenjangan dalam literatur yang ada. Proses ini melibatkan pencarian literatur yang relevan, mengevaluasi metodologi dan hasil penelitian sebelumnya, serta menyusun temuan-temuan tersebut secara sistematis. Melalui review penelitian terdahulu, peneliti dapat memahami apa yang telah diketahui dalam bidang tersebut, apa yang masih perlu diteliti lebih lanjut, dan bagaimana penelitian baru dapat dibangun di atas dasar penelitian yang sudah ada. Ini tidak hanya membantu dalam membangun landasan teoretis yang kuat untuk

studi baru, tetapi juga memastikan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki relevansi dan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan.

Berikut terdapat beberapa penelitian sejenis yang berupa skripsi yang sudah ditentukan oleh peneliti sebagai acuan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Adapun penelitian tersebut adalah :

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Farah Futhitat Rizky, 2022 “Motif Penggunaan Second Account Instagram Di Kalangan Mahasiswa Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”	Menggunakan subjek penelitian yang sama yaitu mahasiswa.	Terdapat di fokus penelitian, dimana fokus penelitian nya mengetahui motif dan tujuan Mahasiswi Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat motif dan tujuan dari penggunaan second account. Pengalaman masa lalu yang kurang menyenangkan dalam menggunakan media sosial Instagram

			menggunakan second account di Instagram.	menjadi motif dalam menggunakan second account. Serta kebebasan dalam berekspresi dalam menggunakan Instagram tanpa rasa khawatir menjadi tujuannya.
2.	Rizky Dewi Ayu, 2021 “Self Disclosure melalui Fitur Instagram Stories (Studi pada Mahasiswa KPI UIN Jakarta)”	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kualitatif dan menggunakan Instagram sebagai Objek penelitian.	Fokus penelitiannya, fokus penelitian ini pada fitur Instagram Stories.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa self disclosure yang dilakukan mahasiswa KPI memiliki beberapa aspek besar yaitu (Open Area), area tersembunyi

				(Hidden Area), area buta (Blind Area), dan area tidak diketahui (Unknown Self). Dengan tujuan dapat mengekspresikan diri, memberikan motivasi, serta mengenal diri sendiri.
3.	Helvira Sabriana Rosa, 2019 “Analisis Penggunaan Instagram Di Kalangan Mahasiswa Universitas Bakrie Yang Memiliki Second Account	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kualitatif, menggunakan Instagram sebagai objek penelitian dan	Menggunakan Teori Communication Privacy Management (CPM) dan Dramatugi	Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa menggunakan second account untuk memfilter pertemanan agar dapat menentukan tingkat kepercayaan diri

Menggunakan Communication Privacy Management Theory”	subjek penelitiannya mahasiswa		untuk menyebarkan informasi pribadi yang bersifat privasi.
--	--------------------------------------	--	--

- 1) Penelitian yang berjudul *Motif Penggunaan Second Account Instagram Di Kalangan Mahasiswa Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* yang diteliti oleh, Farah Futhihat Rizky pada tahun 2022. Penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Perbedaannya yaitu terdapat di fokus penelitian, dimana fokus penelitiannya mengetahui motif dan tujuan Mahasiswa Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam menggunakan *second account* di Instagram. Sehingga persamaannya ialah menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian. Maka hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat motif dan tujuan dari penggunaan *second account*. Pengalaman masa lalu yang kurang menyenangkan dalam menggunakan media sosial Instagram menjadi motif dalam menggunakan *second account*. Serta kebebasan dalam berekspresi dalam menggunakan Instagram tanpa rasa khawatir menjadi tujuannya.
- 2) Penelitian yang berjudul *Self Disclosure melalui Fitur Instagram Stories (Studi pada Mahasiswa KPI UIN Jakarta)* yang diteliti oleh Rizki Dewi Ayu pada tahun 2021. Perbedaannya yaitu di fokus penelitiannya, fokus penelitian penelitian ini pada fitur Instagram *Stories*. Persamaannya ialah menggunakan metode

penelitian kualitatif dan menggunakan Instagram sebagai Objek penelitian. Maka hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *self disclosure* yang dilakukan mahasiswa KPI memiliki beberapa aspek besar yaitu (*Open Area*), area tersembunyi (*Hidden Area*), area buta (*Blind Area*), dan area tidak diketahui (*Unknown Self*). Dengan tujuan dapat mengekspresikan diri, memberikan motivasi, serta mengenal diri sendiri.

- 3) Penelitian yang berjudul Analisis Penggunaan Instagram Di Kalangan Mahasiswa Universitas Bakrie Yang Memiliki *Second Account* Menggunakan *Communication Privacy Management Theory* yang diteliti oleh, Helvira Sabriana Rosa pada tahun 2019. Perbedaannya yaitu menggunakan Teori *Communication Privacy Management* (CPM) dan Dramatugi. Persamannya ialah menggunakan metode penelitian yaitu kualitatif, menggunakan Instagram sebagai objek penelitian dan subjek penelitiannya mahasiswa. Maka hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa menggunakan *second account* untuk memfilter pertemanan agar dapat menentukan tingkat kepercayaan diri untuk menyebarkan informasi pribadi yang bersifat privasi.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

2.1.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah penghubung agar terciptanya interaksi antar individu dengan yang lain. komunikasi adalah aktivitas dasar manusia yang dapat saling berhubungan antara satu sama lain. baik dalam kehidupan sehari-hari di dalam masyarakat ataupun dimana saja manusia itu berada.

Secara etimologi kata “komunikasi” berasal dari bahasa latin yaitu *communication* yang berawal dari kata *communis*. Dengan arti “sama” dalam konteks kesamaan makna. Namun ada pula yang menyebut komunikasi dari akar kata *communico* yang berarti berbagi.

Secara umum komunikasi adalah kegiatan penyampaian pesan yang dilakukan komunikator kepada komunikan untuk saling memahami dan mengerti terhadap pesan yang disampaikan. Komunikasi dapat dikatakan sebagai proses penyaluran pesan dari individu ke individu lain serta dari kelompok kecil ke kelompok besar. Komunikasi memiliki banyak definisi atau pengertian lain dari para ahli, berikut beberapa pengertian komunikasi menurut ahli :

Menurut Louis Forsdale (1981) sebagai ahli komunikasi dan Pendidikan, “*communication is the process by which a system is established, maintained, and altered by means of shared signal that operate according to rules*”. Komunikasi adalah suatu proses untuk memberikan signal dengan aturan tertentu, sehingga cara ini menjadi suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah.

Brent D. Ruben (1988) mengatakan komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dengan orang lain.

Untuk memahami pengertian dari komunikasi dijabarkan secara efektif oleh Effendy bahwa para ahli mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Laswell dalam karyanya yaitu *The structure and function of communication in society*. Terdapat lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam proses

komunikasi yaitu *who* (siapa), *says what* (mengatakan apa), *in which chanel* (melalui saluran apa), *to whom* (kepada siapa), *what effect* (efeknya apa).

Sehingga berdasarkan paradigma Laswell secara sederhana dari proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk pesan dan menyampaikannya melalui sebuah saluran tertentu kepada pihak penerima dan memberikan efek tertentu.

2.1.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Setelah pembahasan tentang definisi komunikasi maka terdapat unsur-unsur dalam komunikasi. Unsur-unsur komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam buku Arni Muhammad Komunikasi Organisasi, dalam melihat proses komunikasi terdapat lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab “*who says what in which medium to whom what effect*”.

1) Sumber (*Source*)

Arti lain dari sumber adalah *sender, communicator* ataupun *sender*. Menunjukkan kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi.

2) Pesan (*Message*)

Pesan atau pertanyaan ini berhubungan dengan isi komunikasi atau seperangkat symbol verbal dan non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau pesan yang berasal dari sumber (*source*).

3) Saluran (*Channel*)

Media yang digunakan sebagai alat komunikasi yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran menunjukkan dari bentuk pesan dari cara penyajian pesan.

4) Penerima (*Receiver*)

Nama lain dari penerima adalah *audience*, *communicant* dan *listener* atau dengan kata lain kepada siapa komunikator berbicara atau kepada siapa pesan yang ingin disampaikan diberikan.

5) Efek (*Effect*)

Merupakan unsur-unsur komunikasi yang memiliki definisi hasil akhir yang dicapai dari suatu komunikasi tersebut.

2.1.1.3 Bentuk-bentuk Komunikasi

Ada beberapa kategori pengelompokan dalam komunikasi yang dibuat oleh pakar ilmu komunikasi. Sebagaimana dijelaskan oleh Deddy Mulyana bahwa komunikasi dikelompokkan sesuai dengan peserta komunikasinya. Komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1) Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi yang dilakukan secara sadar maupun tidak. Proses komunikasi *interpersonal* terjadi ketika seseorang berkomunikasi dengan dirinya sendiri untuk berpikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenungkan. Dalam komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) komunikator dan

komunikannya adalah diri sendiri. Fungsi dari komunikasi antarpribadi adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan pemahaman, kreativitas, dan pengendalian diri serta kematangan dalam berpikir sebelum mengambil Keputusan.
- b. Membantu seseorang meningkatkan rasa kepedulian dan kesadaran akan kejadian atau peristiwa yang terjadi disekitarnya.

. Komunikasi Interpersonal dapat dilakukan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal tidak saja membahas mengenai apa yang dikatakan dan apa yang diterima. Namun juga membahas mengenai bagaimana cara hal tersebut dikatakan, bahasa tubuh yang digunakan serta ekspresi yang diberikan. Berikut ini beberapa aspek-aspek mengenai komunikasi interpersonal :

1. **Kesesuaian Konteks:** Penting untuk menggunakan bahasa yang sesuai dengan konteks dan situasi. Misalnya, saat berbicara dengan teman dekat di lingkungan santai, bahasa yang digunakan bisa lebih santai dan informal dibandingkan saat berbicara dengan atasan di tempat kerja.
2. **Keterbukaan dan Kejujuran:** Komunikasi interpersonal yang efektif membutuhkan keterbukaan dan kejujuran. Berbicara dengan jujur dan terbuka membantu membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan.
3. **Keterampilan Mendengarkan:** Mendengarkan dengan aktif adalah kunci utama dalam komunikasi interpersonal. Hal ini melibatkan tidak hanya

mendengarkan apa yang dikatakan orang lain, tetapi juga memahami perasaan dan maksud di balik kata-kata mereka.

4. **Penggunaan Bahasa Tubuh:** Bahasa tubuh seperti kontak mata, ekspresi wajah, dan gerakan tubuh juga memainkan peran penting dalam komunikasi interpersonal. Ini dapat menambah makna dari apa yang kita katakan.
5. **Menjaga Resepsi:** Penting untuk memperhatikan respon dan tanggapan orang lain terhadap apa yang kita sampaikan. Jika ada kebingungan atau ketidakjelasan, penting untuk mengklarifikasi dengan bertanya lebih lanjut.
6. **Menghindari Konflik:** Komunikasi interpersonal yang baik juga mencakup keterampilan untuk menghindari atau menyelesaikan konflik dengan cara yang konstruktif. Ini melibatkan kemampuan untuk mengelola perbedaan pendapat tanpa memicu pertengkaran atau keretakan hubungan.
7. **Empati dan Penghargaan:** Berusaha untuk memahami sudut pandang orang lain dan menghargai perasaan mereka merupakan bagian penting dari komunikasi interpersonal yang efektif. Ini membantu membangun hubungan yang kuat dan saling mendukung.
8. **Penggunaan Bahasa yang Tepat:** Memilih kata-kata dengan hati-hati untuk menghindari salah paham atau kebingungan adalah hal yang sangat penting dalam komunikasi interpersonal.

Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, kita dapat meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal kita dalam kehidupan sehari-hari, memperkuat hubungan dengan orang lain, dan menciptakan lingkungan yang

lebih harmonis dan produktif baik di tempat kerja, keluarga, atau dalam lingkungan sosial lainnya.

2) Komunikasi antarpersonal

Komunikasi antarpersonal adalah jenis komunikasi yang terjadi antara dua individu atau lebih. Di dalamnya terdapat pertukaran informasi, ide, atau emosi antara orang-orang dalam lingkungan yang lebih pribadi atau informal. Komunikasi *antepersonal* bersifat dua arah, dan dapat dilakukan secara langsung atau melalui media sebagai sarana komunikasi. Kemampuan komunikator dalam mengambil peran orang lain sangat diperlukan dalam proses komunikasi antarpribadi. Melakukan komunikasi secara langsung membutuhkan dukungan dengan menggunakan komunikasi kebahasaan, bahasa tubuh dan bahasa sikap. Penjelasan ketiga peran bahasa tersebut sebagai berikut :

- a. Komunikasi kebahasaan : “Saya senang bisa berkenalan dengan anda”.
- b. Bahasa kias (tubuh) : komunikator berjabat tangan dengan komunikan atau membungkukkan badan.
- c. Bahasa sikap : komunikator mengekspresikan perasaan senang dengan melakukan *eyecontact* dan senyum.

Selain itu dalam komunikasi antepersonal terdapat beberapa aspek-aspek yang harus dipahami saat berkomunikasi. Berikut ini adalah beberapa aspek-aspek yang dapat dipahami mengenai komunikasi antarpersonal :

1. **Keterbukaan dan Kejujuran:** Komunikasi antarpersonal yang efektif sering kali dimulai dengan keterbukaan dan kejujuran. Ini berarti kita dapat mengungkapkan pikiran, perasaan, atau opini secara terbuka kepada orang lain tanpa takut untuk dievaluasi.
2. **Mendengarkan Aktif:** Mendengarkan dengan aktif adalah kunci dalam komunikasi antarpersonal. Ini melibatkan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, mencerna apa yang mereka katakan, dan merespons secara sesuai.
3. **Kesesuaian Bahasa:** Bahasa yang digunakan harus sesuai dengan konteks dan situasi. Misalnya, dalam percakapan informal dengan teman dekat atau anggota keluarga, kita mungkin menggunakan bahasa yang lebih santai dan tidak formal. Namun, dalam situasi yang lebih resmi atau profesional, kita harus menggunakan bahasa yang lebih sopan dan terstruktur.
4. **Empati dan Penghargaan:** Membangun komunikasi yang baik antarpersonal juga melibatkan kemampuan untuk berempati terhadap perasaan dan pengalaman orang lain. Ini membantu menciptakan ikatan emosional dan memperkuat hubungan.
5. **Penggunaan Bahasa Tubuh:** Bahasa tubuh seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan kontak mata juga berperan penting dalam komunikasi antarpersonal. Ini dapat menambah makna dari apa yang kita katakan dan membantu menghindari kebingungan atau salah paham.

6. **Menjaga Resepsi:** Penting untuk memperhatikan bagaimana orang lain merespons atau bereaksi terhadap apa yang kita komunikasikan. Jika ada kebingungan atau ketidakjelasan, penting untuk mengklarifikasi lebih lanjut.
7. **Menghindari Konflik:** Keterampilan untuk mengelola konflik secara positif juga merupakan bagian dari komunikasi antarpersonal yang baik. Ini melibatkan pendekatan yang tidak defensif, mendengarkan dengan hati-hati, dan mencari solusi bersama.
8. **Penggunaan Bahasa yang Tepat:** Memilih kata-kata dengan hati-hati dan menghindari penggunaan bahasa yang bisa menyinggung atau menyebabkan salah paham adalah kunci untuk mempertahankan komunikasi yang baik.

Komunikasi antarpersonal yang efektif memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang sehat dan saling mendukung. Dengan memperhatikan aspek-aspek di atas, kita dapat meningkatkan kemampuan komunikasi kita dalam interaksi sehari-hari dengan orang lain, baik itu dalam lingkungan pribadi, profesional, atau sosial.

3) Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah proses interaksi antara beberapa individu dalam suatu kelompok yang dilakukan secara langsung dan dilakukan oleh tiga orang atau lebih yang memiliki tujuan yang sama. Contoh dari komunikasi kelompok seperti rapat, seminar dan workshop, yang melibatkan interaksi antar anggota kelompok untuk dapat memahami dan merespon pesan yang diterima. Pesan

yang disampaikan memiliki kepentingan seluruh anggota kelompok bukan kepentingan pribadi.

Menurut Deddy Mulyana dalam (Mukarom , 2020 hlm 92) mendefinisikan kelompok sebagai sekumpulan orang yang memiliki tujuan bersama,saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, saling mengenal satu sama lain, dan menganggap satu sama lain sebagai bagian dari kelompok. Dalam komunikasi kelompok ada aspek-aspek yang dapat dipahami. Berikut adalah beberapa aspek-aspek mengenai komunikasi kelompok :

1. **Kolaborasi dan Kerjasama** : Komunikasi kelompok melibatkan kolaborasi dan kerjasama antara anggota kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Ini melibatkan berbagi ide, informasi, dan dukungan satu sama lain.
2. **Pembagian Peran dan Tanggung Jawab**: Dalam komunikasi kelompok, penting untuk membagi peran dan tanggung jawab secara jelas. Ini membantu mengatur proses komunikasi dan memastikan bahwa setiap anggota berkontribusi sesuai dengan keahlian dan tanggung jawab mereka.
3. **Mengelola Perbedaan Pendapat** : Komunikasi kelompok seringkali melibatkan berbagai pendapat dan sudut pandang. Penting untuk dapat mengelola perbedaan pendapat dengan mendengarkan dengan baik, menghargai pandangan setiap anggota, dan mencari solusi yang dapat diterima bersama.

4. **Pengambilan Keputusan Bersama** : Salah satu tujuan komunikasi kelompok adalah untuk mencapai keputusan yang disepakati bersama. Ini membutuhkan proses komunikasi yang terbuka dan transparan untuk memastikan semua masukan dan pertimbangan dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan.
5. **Kesepahaman dan Koordinasi** : Komunikasi kelompok memerlukan kesepahaman yang jelas tentang tujuan, strategi, dan langkah-langkah yang akan diambil. Koordinasi antara anggota kelompok dalam menjalankan tugas-tugasnya juga sangat penting untuk mencapai hasil yang diinginkan.
6. **Penggunaan Bahasa yang Jelas dan Sopan** : Penting untuk menggunakan bahasa yang jelas, terstruktur, dan sopan dalam komunikasi kelompok. Hal ini membantu meminimalkan kebingungan dan memastikan semua anggota kelompok memahami informasi dengan benar.
7. **Pengelolaan Waktu** : Komunikasi kelompok juga melibatkan pengelolaan waktu yang efektif, termasuk waktu untuk diskusi, pengambilan keputusan, dan pelaksanaan tindakan. Mematuhi jadwal dan menghargai waktu setiap anggota kelompok sangat penting untuk produktivitas dan efisiensi.
8. **Evaluasi dan Umpan Balik** : Setelah mencapai tujuan atau melakukan kegiatan tertentu, penting untuk melakukan evaluasi bersama dan memberikan umpan balik. Ini membantu dalam meningkatkan kinerja kelompok dan mempersiapkan untuk tugas atau proyek selanjutnya.

Dengan memperhatikan aspek-aspek di atas, komunikasi kelompok dapat menjadi lebih efektif dan efisien. Ini tidak hanya memungkinkan pencapaian

tujuan yang lebih baik, tetapi juga memperkuat kolaborasi antar anggota kelompok dan membangun hubungan yang lebih baik secara timbal balik.

4) Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian pesan yang terjadi di dalam suatu organisasi baik dilakukan kepada kelompok formal ataupun informal yang berupa pertukaran dan penyampaian informasi untuk mencapai tujuan yang sudah disepakati bersama. Komunikasi organisasi terjadi dalam organisasi maupun perusahaan. Dalam Perusahaan komunikasi tersebut dilakukan oleh atasan dengan atasan, bawahan kepada bawahan, atau atasan dengan bawahan. Komunikasi organisasi ditandai dengan adanya struktur yang jelas sehingga terdapat batasan-batasan yang dapat dipahami oleh anggota perusahaan atau organisasi. Ada beberapa aspek-aspek di dalam komunikasi organisasi sebagai berikut :

1. **Transparansi dan Keterbukaan** : Komunikasi organisasi yang efektif dimulai dengan transparansi dan keterbukaan. Ini berarti menyampaikan informasi dengan jelas kepada semua anggota organisasi tanpa menyembunyikan hal-hal yang penting atau relevan.

2. **Tujuan Bersama** : Komunikasi organisasi bertujuan untuk mencapai tujuan bersama. Ini melibatkan menyampaikan visi, misi, dan tujuan organisasi kepada seluruh anggota agar semua memiliki pemahaman yang sama dan bergerak menuju arah yang diinginkan.

3. **Hierarki dan Struktur** : Dalam komunikasi organisasi, hierarki dan struktur organisasi harus diperhatikan. Pesan atau informasi disampaikan sesuai dengan

rantai komando atau hierarki yang ada agar proses komunikasi berjalan lancar dan efisien.

4. Kolaborasi dan Tim Kerja : Komunikasi organisasi melibatkan kolaborasi dan kerja sama antar departemen atau tim kerja. Ini penting untuk mencapai sinergi antar bagian-bagian organisasi dalam mencapai tujuan bersama.

5. Kesempatan untuk Berpartisipasi : Komunikasi organisasi yang baik juga memberikan kesempatan kepada anggota untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan atau memberikan masukan. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan rasa memiliki terhadap organisasi.

6. Klarifikasi dan Penjelasan : Penting untuk menjelaskan informasi dengan jelas dan memberikan klarifikasi jika diperlukan. Ini membantu menghindari kesalahpahaman dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan benar oleh penerima.

7. Kultur Organisasi : Komunikasi organisasi juga mencerminkan budaya atau nilai-nilai yang dianut oleh organisasi. Ini mencakup cara berbicara, gaya komunikasi, dan norma-norma yang diterapkan di dalam organisasi.

8. Umpan Balik dan Evaluasi : Komunikasi organisasi juga melibatkan umpan balik dari anggota organisasi untuk mengevaluasi kinerja, mencari solusi atas masalah yang muncul, dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Dengan memperhatikan aspek-aspek di atas, komunikasi organisasi dapat menjadi lebih efektif dan mendukung pencapaian tujuan organisasi dengan

lebih baik. Hal ini juga membantu membangun budaya kerja yang positif dan memperkuat ikatan antar anggota organisasi.

5) Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media cetak (koran, majalah) media elektronik (radio, televisi) sebagai saluran media yang dikendalikan oleh suatu organisasi atau individu yang terorganisir yang ditujukan untuk menyampaikan informasi atau isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan secara massal dan ditujukan dalam jumlah besar di berbagai lokasi. Mengenai komunikasi massa tentu kita harus memahami karakteristik sekaligus implikasi komunikasi massa sebagai berikut :

1. **Tujuan Menjangkau Banyak Orang:** Komunikasi massa bertujuan untuk menyampaikan informasi, pendapat, atau pesan kepada khalayak yang luas. Ini bisa mencakup berita, hiburan, pendidikan, atau kampanye sosial yang ditujukan kepada masyarakat secara umum.
2. **Media Sebagai Alat Utama:** Komunikasi massa menggunakan media sebagai alat utama untuk menyebarkan pesan. Contohnya meliputi siaran televisi, siaran radio, publikasi surat kabar, artikel online, atau posting di media sosial yang dapat diakses oleh banyak orang.
3. **Pengaruh dalam Opini Publik:** Komunikasi massa memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik dan perilaku masyarakat. Pesan yang disampaikan melalui media massa dapat mempengaruhi sikap, keyakinan, dan tindakan individu atau kelompok besar.

4. **Dampak Visual dan Audio:** Media massa tidak hanya menyampaikan informasi secara verbal, tetapi juga menggunakan elemen visual dan audio untuk menarik perhatian audiens. Hal ini termasuk gambar, grafik, video, musik, dan elemen-elemen lain yang dapat memperkuat pesan yang disampaikan.
5. **Cakupan Luas dan Jangkauan Global:** Salah satu keunggulan utama komunikasi massa adalah kemampuannya untuk mencapai khalayak yang sangat luas, termasuk di tingkat nasional atau bahkan internasional. Ini memungkinkan pesan atau informasi untuk disampaikan secara efisien dan efektif kepada banyak orang sekaligus.
6. **Diversifikasi Platform Media:** Dengan perkembangan teknologi, komunikasi massa semakin banyak menggunakan berbagai platform media. Ini termasuk platform tradisional seperti televisi dan radio, serta platform digital seperti situs web berita, aplikasi berbagi video, dan media sosial yang memungkinkan interaksi langsung dengan audiens.
7. **Konteks Budaya dan Sosial:** Komunikasi massa juga harus mempertimbangkan konteks budaya dan sosial dari audiens yang dituju. Pesan yang disampaikan harus sesuai dengan nilai-nilai budaya dan norma sosial dari masyarakat target agar dapat diterima dan dipahami dengan baik.
8. **Keterlibatan dan Respons Audiens:** Komunikasi massa juga melibatkan interaksi dan respons dari audiens. Melalui media sosial dan platform lainnya, audiens dapat memberikan tanggapan, komentar, atau berpartisipasi dalam diskusi yang berkaitan dengan pesan yang disampaikan.

Komunikasi massa memiliki peran penting dalam membentuk informasi yang tersebar luas dan memengaruhi pandangan serta perilaku masyarakat secara keseluruhan. Dengan memahami karakteristik dan implikasi komunikasi massa, kita dapat lebih bijaksana dalam memahami dan menafsirkan pesan yang disampaikan melalui media massa dalam kehidupan sehari-hari.

2.1.1.4 Fungsi Komunikasi

Berdasarkan penjelasan unsur-unsur dan bentuk komunikasi yang sudah dijelaskan diatas, komunikasi juga memiliki tujuan yang baik bagi manusia. Menurut Gordon dalam () tujuan dalam komunikasi yang hendak dicapai adalah sebuah kualitas dalam komunikasi tersebut. Seperti adanya “motivasi” yang mencakup seluruh tingkah laku manusia sepanjang komunikasi berlangsung. Maka tujuan utama dari komunikasi adalah dapat memberikan pengaruh, menimbulkan empati, menyampaikan informasi, menarik perhatian untuk hiburan. Secara universal tujuan dari komunikasi dapat dikelompokkan menjadi :

1. Perubahan sosial (*Social Change*), memberikan informasi kepada masyarakat untuk melakukan perubahan sosial yang relevan sehingga terjadinya perubahan sosial yang positif. Proses komunikasi dapat memberikan efek mengubah pola pikir dan tindakan masyarakat.
2. Perubahan sikap (*Attitude Change*), proses komunikasi yang efektif serta strategi komunikasi yang tepat bisa memicu perubahan sikap serta membentuk sikap seseorang dalam menghadapi suatu masalah.

3. Perubahan opini (*Opinion Change*), komunikasi yang efektif dapat mengubah sudut pandang masyarakat melalui informasi-informasi yang disampaikan, adanya argumen yang kuat serta naratif yang bersifat persuasif.
4. Perubahan perilaku (*Behaviour Change*), komunikasi berperan sebagai alat yang dapat mengubah perilaku masyarakat. Pada tahap ini informasi yang disampaikan harus sesuai dengan tahapan perubahan perilaku masing-masing individu. Sehingga dapat menggerakkan atau merangsang perubahan perilaku ke hal positif.

2.2.2 New Media

Dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang, maka hadirilah media yang berbasis internet sebagai media baru. Media baru (*new media*) adalah sebuah istilah dari perkembangan teknologi komunikasi yang canggih dan berbasis internet. Proses komunikasi menggunakan media baru dapat berubah dari *one way flow* menjadi *two way flow* hingga *mutli way flow*. Media baru merupakan media yang menggunakan internet, media yang berkarakter fleksibel, berbasis teknologi, penyebaran informasi yang luas serta dapat digunakan secara pribadi maupun public.

Media baru memberikan dampak yang besar bagi manusia, sehingga perkembangan teknologi yang semakin maju manusia harus bisa beradaptasi dengan perkembangan tersebut. Media baru muncul untuk memberikan kemudahan manusia salah satunya dalam proses berkomunikasi. Manusia bisa dengan mudah

bertukar informasi kepada satu sama lain walaupun jarak jauh dan perbedaan waktu, dengan menggunakan *smartphone*, *tablet* atau *handphone*.

Terdapat beberapa kategori media baru yang dikelompokkan oleh McQuail yaitu :

- 1) Media komunikasi antarpribadi (*communication interpersonal media*), media komunikasi yang terdiri telepon, *handphone* dan surat elektronik (*email*).
- 2) Media permainan interaktif (*interactive play media*), media yang berbasis utama komputer dan video game.
- 3) Media pencarian informasi (*information search media*), media yang memiliki fungsi untuk mencari informasi dengan mudah dan cepat. menjadi salah satu media yang paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat.
- 4) Media partisipatif kolektif (*collective participatory media*), media yang menjadi wadah pengguna internet untuk bertukar informasi, ide atau gagasan serta mengembangkan relasi melalui perantara komputer.
- 5) Substitusi media penyiaran (*substitution of broadcasting*), media dengan fungsi utama mempermudah pengguna untuk menerima, menonton, mendengarkan siaran film, music hingga berita.

Dengan adanya media baru ini memberikan banyak manfaat bagi manusia khususnya dalam mencari informasi yang sudah lama, konten hiburan yang bisa diakses dengan mudah melalui perangkat digital.

2.2.3 Media Sosial

Media sosial merupakan media yang saat ini banyak digunakan manusia untuk bertukar informasi dan membangun relasi di dunia maya. Saat ini media sosial menjadi media komunikasi massa yang banyak digunakan dikalangan milenial dan generasi z termasuk mahasiswa. Media sosial banyak digunakan sebagai media informasi, media hiburan, dan media pembelajaran. Media sosial juga didefinisikan sebagai alat komunikasi yang dapat memberikan pengaruh membentuk perilaku, sikap serta opini penggunanya dan menjadi wadah untuk mengekspresikan diri. Mengekspresikan diri di media sosial dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri dan menunjukkan informasi mengenai diri pengguna tersebut.

Pada intinya definisi dari media sosial adalah suatu media baru yang memakai akses jaringan internet untuk melakukan sebuah aktivitas seperti bertukar informasi, bertukar kabar berinteraksi sosial, mendapatkan informasi tanpa terbatas ruang dan waktu. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam Arafiq (2020) media sosial didefinisikan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang diciptakan atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 sehingga memungkinkan para pengguna menciptakan dan saling bertukar konten.

Dalam Andrias (2021) Carr dan Hayes menggambarkan bahwa media sosial sebagai saluran berbasis jaringan internet yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi secara selektif dalam menampilkan dirinya dengan audiens yang luas maupun sempit, dan mendapatkan penilaian dari konten yang pengguna buat hingga mendapatkan penilaian dari sudut pandang interaksi dengan orang lain.

Ada beberapa karakteristik yang dimiliki media sosial antara lain :

1. Jaringan (*network*), adalah sistem perangkat yang saling menghubungkan antar komputer dengan perangkat keras lainnya. Jaringan diperlukan dalam mengakses media sosial untuk memudahkan berkomunikasi secara online.
2. Informasi (*information*), media sosial menjadi media baru yang kerap digunakan berbagai hal salah satunya sebagai media informasi. Penyebaran informasi baru lebih cepat tersebar di media sosial seperti Instagram, twitter, tiktok dan media sosial lainnya. Pengguna media sosial dengan mudah dapat menyebarkan informasi baik dalam bentuk konten hingga melakukan interaksi antar satu sama lain membahas informasi yang sudah diterima tersebut.
3. Arsip (*archived*), adalah penyimpanan informasi atau konten yang pernah dibagikannya dan fitur arsip tersedia di media sosial agar dapat tersimpan serta diakses tanpa batasan waktu. Seperti Instagram, memiliki arsip untuk melihat postingan ulang *instastory* yang sudah pernah dibagikan.
4. Interaksi (*interactivity*), media sosial dapat membentuk jaringan untuk berinteraksi antar pengguna. Dengan tujuan berinteraksi dan membangun relasi atau memperluas hubungan antar pengguna.
5. Simulasi sosial (*simulation of society*), media sosial menjadi media yang dapat menggambarkan sesuatu hal secara tidak nyata atau biasanya hanya ada di dunia virtual. Contohnya pengguna dapat memalsukan informasi atau membuat gambaran kejadian yang tidak nyata untuk menarik simpati para pengguna lainnya.

6. Konten oleh pengguna (*user generated content*), adalah konten yang dibuat oleh pengguna sepenuhnya milik pengguna. Dengan adanya media sosial pengguna bebas dan berkesempatan untuk bisa berpartisipasi dalam pembuatan konten.
7. Penyebaran (*sharing*), selain berpartisipasi dalam pembuatan konten media sosial, pengguna dapat mengembangkan konten tersebut. Karakter media ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki ciri khas yang berbeda dengan media lama.

2.2.4 Instagram

Instagram berasal dari kata “*insta*”, sejenis kamera polaroid yang menghasilkan foto secara instan, maka dari itu logo Instagram berbentuk kamera polaroid. Sedangkan kata “*gram*” berasal dari kata “telegram” yang mana dengan mudahnya mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah. Instagram menjadi media sosial dengan menggunakan jaringan internet yang memudahkan pengguna untuk mengakses informasi hingga membagikan foto atau video. Oleh karena itu Instagram dikenal sebagai “Instan-Telegram” atau disingkat IG.

Dalam Wikipedia, Instagram dikembangkan di San Francisco yang diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan pertama kali diluncurkan pada tanggal 06 Oktober 2010 oleh perusahaan Burbn Inc. Popularitas Instagram meningkat dengan cepat dan menjadi jejaring sosial yang populer pada saat itu. Namun pada bulan April 2012 Instagram mendapat tawaran dari Facebook untuk diakuisisi Instagram. Penawaran tersebut bernilai US\$1 miliar dalam bentuk uang tunai dan saham. Kesepakatan tersebut resmi pada tanggal 6 September 2012.

Menurut Wikipedia Instagram adalah jejaring sosial untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk memposting konten yang dapat di edit dengan *effect* atau filter. Dengan perkembangannya Instagram juga menambahkan fitur perpesanan, untuk memudahkan pengguna bertukar pesan secara lebih *private* ke pengguna lainnya, menambahkan fitur *stories* seperti saingannya yaitu *Snapchat*.

Instagram merupakan salah satu media sosial untuk membagikan hasil foto maupun video dengan fitur yang tersedia. Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat, dengan memiliki fitur yang baru mendukung pengguna untuk bisa meningkatkan kreatifitas dalam membuat konten Instagram. Dengan fitur yang mendukung pengguna dapat menelusuri konten pengguna lain berdasarkan dengan tag atau lokasi, menyukai foto, berkomentar dan mengikuti pengguna lain.

Gambar 2. 1 Logo Instagram



(Sumber : Laman Wikipedia)

Fasilitas yang dimiliki Instagram menjadi nilai unggul dibandingkan dengan jejaring sosial yang lainnya. Fitur yang tersedia belum pernah dimiliki oleh media

sosial yang lain. Sehingga menjadikan Instagram sebagai media yang popularitasnya meningkat lebih cepat. Di zaman sekarang pengguna media sosial semakin meningkat dengan cepat khususnya para remaja. Selain menjadi media untuk informasi dan membagikan moment, Instagram menjadi media untuk pengungkapan diri, mengekspresikan diri hingga membuat *personal branding* atau sekedar mencari kesenangan untuk mengisi waktu luang disaat jenuh. Berikut ada beberapa fitur yang dimiliki Instagram untuk mendukung pengguna dalam mengakses yaitu :

1. *Username*

Fitur ini dimanfaatkan pengguna untuk memberi nama atau username di akun pengguna dengan tujuan memudahkan pengguna lain untuk dapat mencari akun tersebut.

2. *Feeds*

Manfaat fitur ini untuk mengunggah foto atau video yang dapat diperoleh melalui *in-app camera* atau foto dari album *handphone* dan diunggah di laman Instagram pengguna. Dengan fitur lengkap lainnya pengguna dapat memberikan *caption*, menambah lagu, menambahkan tagar, lokasi dan menandai orang lain dalam postingan tersebut.

3. *Follow, unfollowing* atau *remove*

Fitur ini dimanfaatkan pengguna untuk menentukan siapa yang diikuti dan pengikut. *Follow* artinya yang mengikuti, pengguna dapat mengikuti akun atau orang yang hendak diikuti guna mendapatkan informasi atau sekedar terhubung membangun relasi. *Followers* adalah pengikut sedangkan *unfollowing* atau *remove*

adalah berhenti atau menghapus suatu akun penemperluas jangkauan terhadap postingan yang diunggah. Tanpa disadari konten yang diposting hanya semata menciptakan *branding* yang baik tanpa menunjukkan diri yang sebenarnya.

Maka dari itu pengguna membuat akun lain yang biasa disebut *second account* agar dapat mengunggah konten yang berbeda. Sehingga terdapat perbedaan antara *main account* dan *second account*.

2.2.4.1 Main Account

Main account atau akun pertama di media sosial Instagram adalah akun dengan identitas yang berkaitan dengan diri sendiri seperti menggunakan nama asli. Akun pertama digunakan untuk mengunggah foto atau video yang menunjukkan citra diri pengguna tersebut dengan tujuan menciptakan *branding* dalam bersosial media, sehingga pengguna memiliki citra yang baik. Akun pertama biasanya digunakan untuk memperluas relasi baik dengan rekan yang sudah dikenal, orang baru hingga orang yang tidak dikenal. Beberapa ciri-ciri akun pertama adalah menggunakan nama asli, foto diri sendiri, pengikut dengan jumlah banyak, akun bersifat public.

2.2.4.2 Second Account

Dengan fitur yang mendukung pengguna Instagram dapat membuat akun lebih dari satu dalam satu perangkat. Berdasarkan pemahaman tentang *main account* terdapat perbedaan dengan *second account*. *Second account* merupakan akun dengan identitas yang berbeda dengan *main account* bahkan tidak memiliki keterkaitan dengan identitas diri sendiri. Hal ini cukup lumrah dikalangan pengguna media sosial. *second account* dibuat dengan tujuan dapat menunjukkan keterbukaan diri dalam mengekspresikan diri yang sebenarnya.

Dalam *second account* pengguna dibebaskan untuk memposting apa saja yang ingin mereka posting. Tidak ada keterbatasan yang menghalangi dan tidak perlu menjaga *image* atau citra seperti yang dilakukan di *main account*. *Second account* biasanya dimanfaatkan sebagai tempat berkeluh kesah seseorang untuk mengungkapkan ekspresi yang sebenarnya atau sekedar membagikan momen-momen yang ingin dibagikan kepada pihak-pihak tertentu karena bersifat *private*.

Second account biasanya bersifat *private* yang dimana pengikut ditentukan oleh pengguna. Pengikut dapat mengikuti *account* tersebut jika pengguna Instagram menyetujui permintaan mengikuti. Pengikut *second account* adalah orang-orang terpercaya atau orang terdekat dan biasanya *followers* serta *following* yang ada merupakan sesama *second account*.

Menjadi trend dikalangan pengguna media sosial, *second account* menjadi hal yang biasa dan wajib dimiliki. *Account* tersebut menjadi tempat pengungkapan diri yang sebenarnya, maka pengguna menggunakan identitas yang jauh berbeda dengan identitas aslinya. *Self disclosure* atau pengungkapan diri yang dilakukan melalui *second account* berupa membagikan moment sehari-hari, keluh kesah, menyatakan opini atau melakukan diskusi, hingga memposting peristiwa yang sudah lalu atau hal lain yang tidak bisa diposting di *main account*.

2.2.5 Mahasiswa

Dalam blog Aris (2024) Mahasiswa terbagi menjadi dua suku kata yaitu maha dan siswa. “maha” memiliki arti “ter” sedangkan siswa artinya “pelajar”, secara lebih jelas mahasiswa memiliki arti terpelajar.

Mahasiswa adalah sebutan seseorang yang sedang menempuh pendidikan baik di perguruan tinggi, akademik, politeknik, atau sekolah tinggi lainnya. Mahasiswa dipandang sebagai seseorang yang memiliki intelektual yang tinggi dari individu lain, memiliki pemikiran lebih kritis, serta dapat memikirkan *problem solving* yang matang sebelum bertindak. Mahasiswa adalah individu yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi. Rentang usia mahasiswa 18-25 tahun, yang dimana perubahan dari fase remaja ke fase dewasa. Dalam fase ini mahasiswa mulai memikirkan langkah selanjutnya untuk menentukan masa depan yang akan dituju.

Fase remaja ke fase dewasa menunjukkan banyak perubahan yang terjadi seperti perubahan pola berpikir fisik, dan emosional. Pada fase ini individu mulai mencari jati dirinya atau identitas diri. Kehidupan mahasiswa berada di masa perkembangan, dalam fase ini seseorang mengalami tuntutan dari segala sisi terhadap perubahan ke fase dewasa. Seperti tuntutan dari keluarga yang mengharuskan sesuai dengan ekspektasi mereka, tanpa disadari hal tersebut menjadi tekanan.

Dalam fase ini ada kalanya mahasiswa ingin berkeluh kesah agar perasaan mereka terlepas. Berkeluh kesah merupakan salah satu bentuk pengungkapan diri, pengungkapan diri bisa secara langsung. Namun banyak yang kurang merasa nyaman akan hal tersebut, sehingga dilakukan di media sosial salah satunya di Instagram. Kehidupan mahasiswa sangat bergantung dengan media sosial, yang dimana mahasiswa dituntut untuk memahami perkembangan teknologi yang terus berkembang.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Self disclosure

2.3.1.1 Definisi *Self disclosure*

Terdapat dua jenis komunikasi yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi intrapersonal. *Self disclosure* atau pengungkapan diri adalah bentuk dari komunikasi interpersonal, yang dimana dapat membagi informasi mengenai diri sendiri atau mengekspresikan ide, emosi serta reaksi terhadap sesuatu situasi yang biasanya disembunyikan dari orang lain.

Menurut Jourard (1971) *self disclosure* adalah pembahasan mengenai diri sendiri yang diungkapkan kepada individu lain, sehingga individu tersebut memahami apa yang dipikirkan, dirasakan dan diinginkan oleh seseorang. *Self disclosure* atau keterbukaan diri adalah sebuah proses memberi kesempatan kepada orang lain untuk mengetahui lebih dalam siapa kita, bagaimana cara kita berpikir, apa yang kita rasakan, dan apa yang kita inginkan. Secara singkatnya keterbukaan diri termasuk kemudahan seseorang dalam memberikan informasi tentang kehidupannya dengan orang lain.

Pengungkapan diri dapat bersifat deskriptif atau evaluatif. Pengungkapan diri deskriptif menceritakan fakta tentang dirinya yang mungkin tidak diketahui orang lain, seperti tempat tinggal atau pekerjaan. Pengungkapan diri evaluatif menceritakan pendapat atau perasaan pribadinya, contohnya seperti memberikan pendapat mengenai suatu hal-hal tertentu, membagikan perasaan sedih, senang atau kecewa, atau membagikan pengalaman atau kebiasaan dirinya. *Self-disclosure* dapat sangat membantu dalam membangun hubungan yang lebih dekat dan saling

mengerti antara individu. Namun, itu juga harus dilakukan dengan hati-hati dan sesuai dengan kebutuhan hubungan.

Pemahaman mengenai *self disclosure* menurut Karina dan Suryanto (2012) adalah kesiapan seseorang untuk mengungkapkan informasi yang bersifat pribadi tentang dirinya kepada orang lain agar terciptanya hubungan yang lebih dekat dengan lawan interaksinya.

Menurut Hargie dalam (Elintia dan Rini 2020) definisi dari *self disclosure* adalah proses individu berkomunikasi baik secara verbal atau secara non verbal mengenai informasi tentang dirinya yang sebelumnya tidak diketahui oleh individu lain.

2.3.1.1 Fungsi *Self disclosure*

Menurut Derlega dan Grzelak pengungkapan diri terdapat lima fungsi seperti berikut ini :

1. Ekspresi (*expression*), yaitu keterbukaan diri individu agar dapat membicarakan atau mengekspresikan perasaan diri kepada individu lainnya.
2. Penjernihan diri (*self-clarification*), yaitu dengan mengungkapkan perasaan dan masalah, individu dapat memahamai serta menjelaskan masalah yang dihadapinya kepada orang lai. Sehingga pikiran tersebut akann lebih jernih dan dapat melihat masalah dengan lebih baik.
3. Keabsahan sosial (*sosial validation*), yaitu mendapatkan tanggapan terkait dengan permasalahan yang dihadapi, setelah menceritakan permasalahan tersebut kepada orang lain. pendapat terseebut bisa berupa saran maupun dukungan.

4. (*social control*), individu dapat mengatur suatu hal yang berkaitan dengan informasi tentang dirinya untuk kontrol sosial)
5. Perkembangan hubungan (*relationship development*), yaitu individu membangun hubungan dengan membagi perasaan atau informasi diri kepada orang yang memiliki kepercayaan satu sama lain, sehingga hubungan tersebut berkembang terus dan semakin dekat.

2.3.1.2 Aspek-aspek *Self Disclosure*

Menurut Jourard (1964) terdapat tiga aspek dalam teori *self disclosure* diantaranya :

1) *Breath* (keluasan)

Seberapa luas pembahasan atau topik yang berkaitan dengan informasi pribadi yang dapat diungkapkan kepada orang lain. Keluasan (*breath*) biasanya diungkapkan berbentuk sikap dan pendapat, rasa dan minat, pekerjaan atau pendidikan, uang, kepribadian serta tubuh. Terdapat perbedaan keleluasan antar laki-laki dan Perempuan dalam menggunakan *second account*. Laki-laki cenderung menunjukkan hobi atau kegemarannya serta sikap dan pendapat sedangkan Perempuan lebih menunjukkan seputar selera dan kegemarannya serta kepribadiannya.

2) *Depth* (kedalaman)

Seberapa terbukanya seseorang dalam menggunakan *second account* Instagram dalam mengungkapkan dirinya pada individu lain. Kedalaman (*Depth*) *self disclosure* terdiri dari 4 tingkatan yaitu tida terbuka atau tidak pernah cerita kepada orang lain mengenai dirinya, berbicara secara umum,

bercerita secara menyeluruh dan detail, memberikan gambaran mengenai dirinya yang tidak sesuai kepada orang lain (berbohong).

3) Target/Sasaran

Seseorang yang menjadi sasaran atau target dalam melakukan pengungkapan diri biasanya ditunjukkan oleh orang-orang sekitar atau orang-orang terdekat seperti ayah, ibu, teman pria, teman wanita dan pasangan.

Adapun aspek-aspek lain menurut Leung (2002), *self disclosure* terdiri dari lima aspek sebagai berikut.

1. *Control of depth*

Individu mengakui bahwa mereka mengungkapkan hal pribadi tentang dirinya dan menunjukkan perasaan mereka dengan bebas di media sosialnya.

2. *Accuracy*

Mengacu pada keterbukaan dan kejujuran individu dalam mengungkapkan dirinya kepada individu lain baik dalam hal perasaan, emosi dan pengalaman seseorang ketika mereka menggunakan media sosial.

3. *Amount of disclosure*

Nilai yang dapat diukur dengan mengetahui seberapa sering individu melakukan keterbukaan diri dan lamanya pesan mengenai *self disclosure* tersebut dapat dikomunikasikan ke individu lain di media sosial.

4. *Valence*

Berkaitan dengan hal positif atau hal negatif yang diungkapkan seseorang dalam menyikapi hal tentang dirinya.

5. *Intent of disclosure*

Kesadaran individu dalam mengontrol informasi tentang dirinya yang dibagikan pada orang lain melalui media sosial.

2.3.1.3 Faktor-faktor *Self Disclosure*

Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi self disclosure individu. Menurut Devito (2011) ada tujuh faktor yang mempengaruhi self disclosure, yaitu sebagai berikut.

1. Efek *dyadic*

Tindakan *self disclosure* dilakukan jika individu lainnya melakukan *self disclosure* juga. Bentuk tindakan tersebut mengikuti sikap *disclosure* dari lawan bicaranya. Jika individu melakukan pengungkapan diri tanpa disadari memberikan efek untuk mendorong individu lain untuk melakukan *self disclosure* juga.

2. Besaran kelompok

Self disclosure banyak terjadi di dalam kelompok kecil dibandingkan kelompok besar. Individu yang melakukan pengungkapan diri kepada kelompok kecil dapat merasa lebih mendapatkan respon yang sesuai atau mencerna tanggapan lebih baik. Bila pengungkapan diri tersebut terjadi di kelompok besar dapat memberikan situasi sulit untuk si pihak yang melakukan *self disclosure*. Yang dimana memungkinkan terjadi tanggapan yang muncul berbeda beda dari pendengar yang berbeda pula. Sehingga membuat situasi lebih sulit menanggapi atau mencerna tanggapan yang berbeda-beda.

3. Perasaan menyukai

Individu dapat membuka diri kepada orang-orang yang dipercayai, orang-orang yang sekiranya nyaman bahkan orang yang disukai. Seseorang tidak bisa secara terbuka kepada orang lain jika tidak memiliki rasa nyaman, percaya ataupun rasa suka. Hal tersebut dikarenakan karena ada ekspektasi yang dimana mereka mendapatkan dukungan serta respon positif.

4. Kompetensi

Seseorang yang memiliki jiwa kompeten biasanya lebih percaya diri untuk melakukan pengungkapan diri kepada orang lain. Biasanya mereka melakukan pengungkapan diri kepada orang yang berbanding terbalik dengan sikap yang individu tersebut miliki. Karena individu tersebut merasa lebih unggul dan merasa banyak hal positif yang bisa diungkapkan.

5. Kepribadian

Kepribadian menjadi salah satu dari faktor *self disclosure* yang memberikan dampak bagi individu untuk melakukan keterbukaan diri. Untuk orang-orang yang memiliki jiwa *ekstrovert* atau orang yang mudah berbaur dengan orang lain biasanya kelompok tersebut lebih mudah untuk melakukan pengungkapan diri. Berbanding terbalik dengan orang yang memiliki sifat *introvert*, sifat tersebut cenderung menjadi hambatan dalam mengungkapkan diri. Dimana individu tersebut kurang berani dalam menyampaikan informasi mengenai dirinya kepada orang lain. Karena mereka merasa kurang nyaman membicarakan hal tersebut kepada orang lain.

6. Topik pembahasan

Topik pembahasan menjadi salah satu faktor seseorang terhadap keterbukaan dirinya. Ada beberapa topik yang biasanya dihindari untuk dibahas, karena memberikan kesan kurang nyaman bagi individu yang melakukan keterbukaan diri mereka. Topik tersebut biasanya mengenai hal yang terlalu pribadi seperti keadaan keuangan serta topik yang mengarah ke arah negative. Individu cenderung lebih nyaman membahas dan terbuka mengenai hobi, *daily activity*, serta pekerjaannya. Pada umumnya pembahasannya tidak mendetail secara dalam mengenai dirinya, semakin pribadi dan negative sebuah topik maka semakin kecil pula kemungkinan individu untuk mengungkapkan tentang dirinya kepada orang lain.

7. Jenis kelamin

Tanpa disadari jenis kelamin juga menjadi faktor yang mempengaruhi keterbukaan diri seseorang. Lelaki biasanya tidak terbiasa dengan berbagi cerita atau informasi mengenai dirinya, mereka cenderung cukup menutup tentang dirinya. Lelaki hanya terbuka dengan orang yang dipercaya dan nyaman untuk diajak diskusi. Sedangkan wanita lebih mudah melakukan *self disclosure* dengan orang lain terkhusus kepada lelaki yang dipercaya dan yang memberikan rasa nyaman kepadanya.

2.4 Kerangka Berfikir

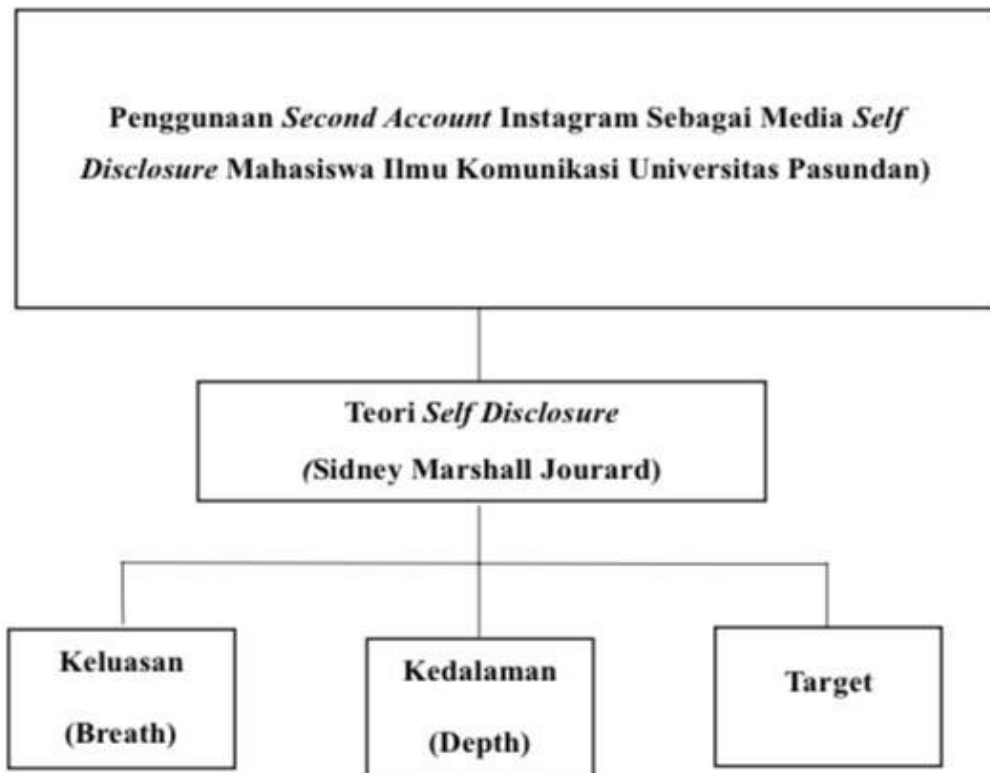
Kerangka berpikir adalah sebuah struktur yang digunakan untuk memproses dan mengorganisasi informasi. Kerangka berpikir merupakan sebuah dasar pemikiran yang terdiri dari sejumlah konsep penelitian yang digunakan peneliti untuk membantu

menyusun informasi, mengidentifikasi pola, hubungan, kesimpulan hingga menyusun strategi penyelesaian masalah yang mereka teliti. Dengan memiliki kerangka berfikir yang kuat maka membantu peneliti membuat keputusan dari hasil penelitian yang lebih baik.

Menurut Sugiyono kerangka berpikir adalah model konseptual yang digunakan sebagai teori yang berkaitan dengan berbagai elemen yang dianggap sebagai permasalahan yang penting sesuai dengan konteks yang dimaksud dalam kerangka penelitian.

Peneliti membuat kerangka pemikiran ini dengan maksud mempermudah memahami penelitian ini yang berjudul “Penggunaan *Second Account* Instagram Sebagai *Media Self Disclosure* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan”.

Gambar 2. 2
Kerangka Berpikir



(Sumber : Hasil Rancangan Peneliti 2024)