

BAB I

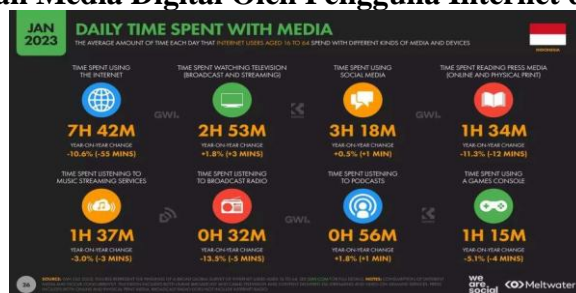
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam cara individu berinteraksi dan mengakses informasi. Media sosial, sebagai salah satu hasil dari kemajuan ini, memungkinkan pengguna untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga, berbagi pengalaman, serta menikmati berbagai konten hiburan dan berita secara cepat dan praktis. Dengan kemampuan untuk memfasilitasi komunikasi instan dan fleksibel, media sosial menjadi sangat populer, terutama di kalangan remaja, yang menjadikannya utama untuk membangun hubungan sosial dan mengekspresikan diri dalam era digital (Nanang, 2024).

Sebagai bagian tak terpisahkan dari keseharian remaja, media sosial tidak hanya menawarkan kemudahan dan manfaat, tetapi juga membawa tantangan yang signifikan. Platform seperti *Instagram* dan *TikTok*, selain menjadi ruang untuk menyalurkan kreativitas dan mencari dukungan sosial, juga sering memunculkan tekanan sosial akibat standar kecantikan dan gaya hidup yang tidak realistis. Tantangan ini menunjukkan perlunya pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana media sosial memengaruhi kesejahteraan emosional remaja, baik secara positif maupun negatif (Sitompul, 2024).

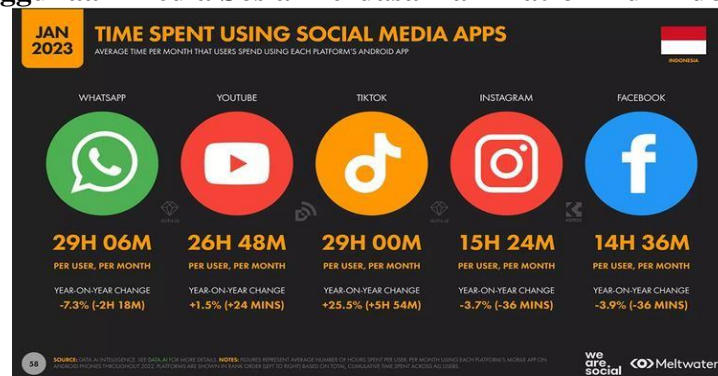
Gambar 1.1 Hasil Survey We Are Social Mengenai Rata-Rata Waktu Penggunaan Media Digital Oleh Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: We Are Social, 2023

Penggunaan media sosial di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, dengan sekitar 167 juta pengguna aktif, yang mencakup 60% dari total populasi. Data ini menunjukkan betapa pentingnya media sosial sebagai platform utama untuk komunikasi dan hiburan. Remaja, khususnya di Indonesia, memainkan peran besar dalam adopsi digital ini. Berdasarkan laporan Digital 2023 oleh We Are Social, remaja berusia 18-24 tahun adalah kelompok pengguna terbesar yang menghabiskan lebih dari 3 jam per hari di media sosial. Platform seperti TikTok, Instagram, WhatsApp, dan YouTube menjadi pilihan utama, di mana mereka seringkali terlibat dalam konsumsi konten visual interaktif, seperti video pendek dan live streaming (We Are Social, 2023).

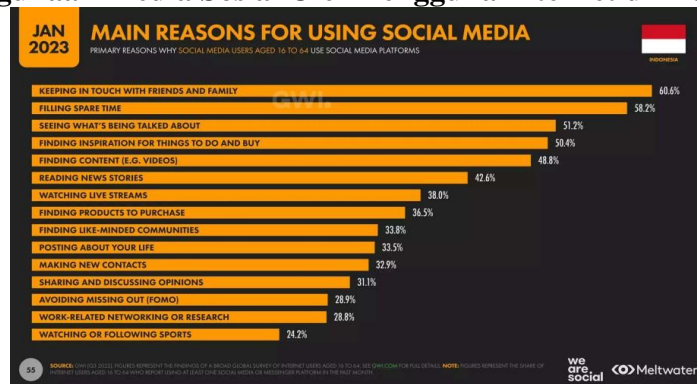
Gambar 1.2 Hasil Survey We Are Social Mengenai Rata-Rata Durasi Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Platform di Indonesia



Sumber: We Are Social, 2023

Pada tahun 2023, penggunaan internet di Kota Bandung didominasi oleh masyarakat perkotaan, dengan mayoritas menggunakan telepon seluler untuk mengakses internet, mencapai lebih dari 97%. Tujuan utama penggunaan internet di Kota Bandung antara lain untuk mendapatkan informasi dan berita, hiburan, serta mengakses media sosial. Secara keseluruhan, perbandingan pengguna internet antara laki-laki dan perempuan di Kota Bandung relatif seimbang. Data ini mencerminkan pola penggunaan internet yang cukup tinggi di kota besar seperti Bandung, yang memiliki peran penting dalam konektivitas digital masyarakatnya (Open data, 2024).

Gambar 1.3 Hasil Survey We Are Social Mengenai Rata-Rata Alasan Utama Penggunaan Media Sosial Oleh Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: We Are Social, 2023

Pengguna media sosial sering kali memiliki motivasi intrapersonal untuk mengekspresikan diri dan melepaskan perasaan yang terpendam, menjadikan platform ini sebagai tempat yang aman untuk berbagi cerita dan pengalaman. Sosial media juga menciptakan interaksi yang lebih intim antara pengguna dan pengikutnya, di mana *self-disclosure* memungkinkan individu untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan rasa kedekatan serta kepercayaan dari orang lain (Azis, 2021). Wheelless dan Grotz (1976), mendefinisikan *self-disclosure* sebagai proses komunikasi di mana seseorang mengungkapkan informasi pribadi atau perasaan yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain. Wheelless dan Grotz (1976), juga menjelaskan *self-disclosure* atau pengungkapan diri terdiri dari beberapa dimensi utama yang mencakup kedalaman (*depth*), lebar (*breadth*), frekuensi (*frequency*), dan durasi (*duration*). Kedalaman merujuk pada seberapa pribadi atau sensitif informasi yang dibagikan, dengan semakin mendalam pengungkapan berarti semakin tinggi tingkat keintiman informasi tersebut. Lebar mengacu pada banyaknya topik yang dibahas dalam pengungkapan diri, yang mencakup berbagai aspek kehidupan seperti pekerjaan, keluarga, atau hubungan sosial. Frekuensi berhubungan dengan seberapa sering seseorang berbagi informasi pribadi, sementara durasi menggambarkan berapa lama komunikasi berlangsung dalam konteks pengungkapan diri. Semua dimensi ini bekerja bersama untuk membentuk hubungan interpersonal yang lebih dalam, membangun kepercayaan, dan mempererat ikatan antar individu dalam berbagai konteks sosial (Wheelless &

Grotz, 1976).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tambunan dan Simbolon (2024) menunjukkan adanya pengaruh positif *self-image* terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram dan TikTok. Faktor yang memengaruhi tingginya tingkat *self-disclosure* ini adalah perasaan ingin disukai, yang mendorong individu untuk lebih terbuka. Individu dengan *self-image* yang positif cenderung memiliki rasa percaya diri yang kuat, orientasi hidup yang jelas, serta kemampuan untuk mengatur diri dan tujuan hidup secara efektif. Mereka juga biasanya memiliki kepribadian yang menarik dan kemampuan untuk mengendalikan diri. Dengan karakteristik tersebut, pengguna media sosial dengan *self-image* positif lebih mampu menampilkan diri mereka secara terbuka kepada publik melalui platform yang mereka gunakan (Simbolon, 2024).

Penelitian lain oleh Hidayat (2024) mendalami *self-disclosure* generasi Z di TikTok. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri generasi Z di TikTok sangat beragam dan disesuaikan dengan kebutuhan mereka, mulai dari hiburan, mencari informasi, pemenuhan kebutuhan psikologis, personal branding, hingga membangun relasi sosial. Aktivitas *self-disclosure* generasi Z meliputi menikmati konten, berinteraksi melalui fitur TikTok, mengikuti tren, dan membuat konten kreatif sesuai preferensi mereka. Faktor yang mendorong keterbukaan ini mencakup karakteristik TikTok yang disukai generasi Z, statusnya sebagai media sosial yang populer, dan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO), sehingga mereka merasa perlu terlibat aktif agar tidak merasa tertinggal. Keterbukaan ini berimplikasi pada terbentuknya relasi sosial yang ditandai dengan interaksi melalui fitur-fitur TikTok, yang memungkinkan individu berbagi perasaan, pemikiran, dan harapan sesuai karakter dan kebutuhan pribadi mereka (Hidayat, 2024).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ruangkanjanases et al. (2022) menemukan adanya hubungan positif antara *self-disclosure* dan kepercayaan massa di kalangan pengguna TikTok. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa keterbukaan diri pengguna TikTok dapat meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap konten dan pengguna lain di platform tersebut. Hal ini

mempertegas peran *self-disclosure* dalam membangun kepercayaan di komunitas digital. TikTok menawarkan berbagai peluang untuk mengekspresikan identitas diri melalui fitur kreatif seperti pengeditan video dan efek visual, yang memungkinkan pengguna menampilkan diri mereka secara menarik. Selain itu, interaksi sosial yang kuat di TikTok mendorong pengguna untuk berbagi pengalaman pribadi, menciptakan hubungan yang lebih dekat dan saling percaya. *Perceived similarity* atau kesamaan yang dirasakan juga menjadi faktor penting, di mana pengguna merasa nyaman berbagi lebih banyak informasi. Dukungan emosional dari komunitas, serta desain platform yang intuitif, menciptakan lingkungan yang mendukung keterbukaan diri sebagai hal yang wajar dan diterima secara luas (Ruangkanjanases, 2022).

Media sosial pada kalangan remaja sering kali dianggap sebagai tempat ideal untuk bereksperimen dan melakukan proses pencarian identitas melalui komunikasi media maya dan umpan balik serta evaluasi diri yang mereka dapatkan, yang dapat memicu kecemasan sosial ketika mereka merasa dinilai oleh orang lain (Fauziyyah, 2023). Menurut Leary (1983), kecemasan sosial didefinisikan sebagai ketakutan yang berlebihan terhadap evaluasi negatif dari orang lain, yang dapat menyebabkan individu merasa cemas dalam situasi sosial. Kecemasan ini sering kali berhubungan dengan kekhawatiran akan penilaian yang buruk, yang dapat menghambat kemampuan seseorang untuk berinteraksi secara efektif dengan orang lain. Leary (1983) menekankan bahwa individu yang mengalami kecemasan sosial mungkin menghindari situasi sosial atau merasa tidak nyaman dalam interaksi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kualitas hidup dan hubungan interpersonal mereka (Leary, 1983).

Leary (1983), menjelaskan bahwa kecemasan sosial memiliki empat dimensi utama yang menggambarkan pengalaman individu dalam situasi sosial, terutama di platform media sosial. Dimensi pertama adalah *shared content anxiety* (SCA), yang merujuk pada kecemasan sosial yang muncul akibat berbagi konten, baik yang dibagikan oleh individu itu sendiri maupun oleh orang lain yang berkaitan dengan individu tersebut di platform media sosial. Dimensi kedua adalah

privacy concern anxiety (PCA), yaitu kecemasan sosial yang timbul dari kemungkinan pengungkapan dan berbagi informasi pribadi di platform media sosial. Dimensi ketiga adalah *interaction anxiety* (IA), yang menggambarkan kecemasan sosial yang terkait dengan interaksi dan komunikasi dengan orang lain, khususnya dengan orang yang baru dikenal di platform media sosial. Dimensi keempat adalah *self-evaluation anxiety* (SEA), yang berkaitan dengan kecemasan sosial yang muncul ketika individu mengevaluasi dan memandang dirinya sendiri berdasarkan penilaian orang lain di platform media sosial. Keempat dimensi ini menunjukkan bahwa kecemasan sosial di media sosial tidak hanya terbatas pada interaksi langsung, tetapi juga mencakup aspek berbagi konten, kekhawatiran tentang privasi, dan evaluasi diri yang dipengaruhi oleh persepsi orang lain.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri dan Virlia (2023) menunjukkan bahwa adiksi terhadap media sosial, khususnya TikTok, memiliki pengaruh signifikan terhadap kecemasan sosial pada remaja. Remaja dengan tingkat adiksi tinggi cenderung lebih sering terpapar berbagai konten yang disajikan di TikTok. Konten-konten ini dapat memicu perasaan tidak nyaman, seperti kecemburuan, karena remaja mulai membandingkan diri mereka dengan kehidupan atau pencapaian orang lain. TikTok, sebagai platform yang populer di kalangan remaja, sering digunakan untuk mengatasi kebosanan dan menyalurkan kreativitas melalui konten mini vlog berdurasi 15-60 detik. Namun, penggunaan yang berlebihan dapat menyebabkan adiksi yang meningkatkan risiko kecemasan sosial. Hal ini terjadi karena konten TikTok tidak hanya memamerkan kelebihan individu tetapi juga menampilkan isu-isu sensitif, seperti bullying, kasus kriminal, atau pameran materi, yang dapat membuat remaja merasa tidak percaya diri dan takut dinilai buruk oleh lingkungan sosialnya.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Tamonob et al. (2023) memperkuat temuan tersebut dengan mengungkapkan bahwa adiksi TikTok pada remaja dapat dibagi menjadi tiga bentuk utama. Pertama, durasi penggunaan yang tinggi, di mana mayoritas remaja mengakses TikTok selama 3 hingga 10 jam per hari, dengan kategori pengguna *medium users* (3–6 jam/hari) dan *heavy users* (lebih dari 8

jam/hari). Kedua, adiksi ini sering dipicu oleh FOMO (*Fear of Missing Out*), yaitu kecemasan sosial akibat dorongan untuk tetap terhubung dan berbagi aktivitas di media sosial, yang membuat remaja takut kehilangan momen penting di dunia maya. Ketiga, penggunaan TikTok juga menciptakan ketergantungan emosional, di mana remaja yang tidak mengakses aplikasi ini merasa bosan, cemas, atau bahkan kesepian. Ketergantungan ini tidak hanya memengaruhi rutinitas harian tetapi juga meningkatkan kebutuhan emosional dan sosial remaja terhadap media sosial.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Permadi (2022) menemukan bahwa kecemasan sosial berhubungan dengan durasi penggunaan media sosial. Remaja dengan tingkat kecemasan sosial yang tinggi cenderung menggunakan media sosial lebih lama untuk memenuhi kebutuhan akan informasi, interaksi sosial, atau sekadar hiburan. Hal ini disebabkan oleh rasa khawatir yang berlebihan terhadap kritik atau penilaian buruk dari orang lain. Media sosial menjadi tempat perlindungan yang memperkuat perilaku ini, sehingga semakin tinggi kecemasan sosial remaja, semakin lama durasi mereka menggunakan media sosial. Ketiga penelitian tersebut menggambarkan bagaimana keterkaitan antara adiksi media sosial, khususnya TikTok, dengan kecemasan sosial pada remaja, yang berdampak signifikan pada kehidupan sosial dan emosional mereka.

Perkembangan psikologis remaja dapat dilihat dari kemampuan berinteraksi dengan lingkungan sosial, khususnya kelompok teman sebaya. Interaksi ini berperan penting dalam membentuk keterampilan komunikasi sosial yang menjadi wujud identitas diri dan usaha mendapatkan pengakuan sosial. Komunikasi yang efektif ditandai dengan keberhasilan pesan dari pengirim diterima dengan baik oleh penerima, yang membantu remaja lebih diakui dan eksis dalam komunitas. Masa remaja juga merupakan fase transisi kritis menuju dewasa, dengan perubahan hormonal, fisik, psikologis, dan sosial yang terjadi bertahap. Pubertas dimulai sekitar usia 8-9 tahun, dipengaruhi oleh faktor genetik, nutrisi, dan lingkungan. Perubahan fisik ini disertai dengan maturasi emosional dan psikis, yang esensial bagi perkembangan. Secara psikososial, masa remaja terbagi menjadi tiga tahap (awal, pertengahan, dan akhir) dengan tantangan masing-masing (Marsinun

& riswanto, 2020).

Sebagai salah satu kota besar dengan pengguna internet tinggi, lebih dari 97% warganya menggunakan telepon seluler untuk mengakses internet, termasuk media sosial. Aktivitas digital ini sangat populer di kalangan remaja, yang sering menjadikan media sosial sebagai sarana ekspresi diri, interaksi sosial, hingga hiburan. Namun, tingginya intensitas penggunaan media sosial juga dapat memunculkan tantangan psikologis, seperti kecemasan sosial akibat dorongan untuk tampil sempurna atau khawatir akan penilaian negatif dari orang lain.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji fenome *self-disclosure* yang dikaitkan dengan sumber laporan atau temuan kasus dari lembaga layanan psikososial seperti Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA). Layanan Puspaga memiliki peran penting dalam menangani permasalahan psikologis remaja yang muncul akibat tekanan sosial, termasuk yang berkaitan dengan penggunaan media sosial. Temuan-temuan di lapangan dari lembaga ini dapat menjadi indikator penting untuk memahami pola keterbukaan diri remaja di ruang digital dan dampak terhadap kondisi emosional mereka, khususnya kecemasan sosial. Oleh karena itu, pentingnya untuk meyoroti peran PUSPAGA sebagai institusi yang menangani langsung berbagai dinamika psikososial remaja yang beririsan dengan media sosial.

Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) merupakan layanan yang diselenggarakan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) untuk memberikan edukasi, konseling, dan pendampingan psikososial bagi individu maupun keluarga. Layanan ini ditujukan untuk membantu masyarakat dalam menghadapi berbagai permasalahan emosional, sosial, dan relasional, khususnya yang dialami oleh anak dan remaja. Di Kota Bandung, PUSPAGA menjadi salah satu lembaga yang cukup sering diakses oleh remaja yang mengalami tekanan psikologis terkait hubungan sosial, dinamika keluarga, maupun penggunaan media digital. Keberadaan remaja dengan latar belakang tersebut mencerminkan adanya kebutuhan akan ruang aman untuk mengekspresikan diri sekaligus mencari bantuan ketika menghadapi persoalan yang berkaitan dengan

kehidupan sosial mereka, termasuk aktivitas di media sosial. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai ”pengaruh *self-disclosure* di media sosial terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *self-disclosure* di media sosial terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh *intent to disclose* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh *amount of disclosure* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh *the positive-negative nature of disclosure* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh *control of depth* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh *honesty-accuracy of disclosure* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti memiliki tujuan yang harus dicapai, yaitu:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *self-disclosure* di media sosial terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *intent to disclose* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung.

3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *amount of disclosure* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *the positive-negative nature of disclosure* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *control of depth* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *honesty-accuracy of disclosure* terhadap kecemasan sosial pada remaja di Kota Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis bagi pengembangan Ilmu Komunikasi sebagai berikut:

1.4 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi dan pengetahuan pada kajian bidang Ilmu Komunikasi serta menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan khususnya mengenai komunikasi remaja dalam media sosial.

1.5 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi setiap pembaca terkait dengan komunikasi di media sosial terutama bagi remaja khususnya di Kota Bandung.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi remaja di Kota Bandung dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya keterbukaan dan kesehatan mental saat menggunakan media sosial.