

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan satu sama lain untuk dapat berkeluh kesah, mendapatkan informasi, mendapatkan pengakuan, meminimalisir rasa sedih, serta memaksimalkan rasa bahagia. Untuk memenuhi kebutuhannya tersebut, manusia melakukan pengungkapan diri yang dijelaskan oleh Johnson dalam Supratiknya (1995) sebagai proses membagikan informasi serta perasaan pribadi akan hal-hal yang telah terjadi kepada individu lain. Seiring berubahnya zaman, pengungkapan diri dapat dilakukan melalui media sosial. Dilansir melalui tirto.id, seseorang mengungkapkan cerita pribadi melalui media sosial dimotivasi oleh adanya rasa terluka atau kemarahan. Salah satu bentuk pengungkapan diri pada media sosial ini dapat dilihat melalui akun YouTube yang bernama Menjadi Manusia.

Menjadi Manusia hadir sebagai *social platform* untuk mawadahi orang-orang untuk berbagi perspektif secara lebih luas mengenai setiap masalah yang ada di kehidupan. Menjadi Manusia mulai aktif di YouTube pada tahun 2018. Video pertama mereka diupload pada 27 Mei 2018 dengan judul “0. Menjadi Manusia”. Video dengan durasi 1 menit 47 detik itu sampai dengan tanggal 20 Desember 2020, sudah 163.935 kali diputar.

Terhitung sampai dengan tanggal 20 Desember 2020, Menjadi Manusia telah mengunggah 256 video dengan 695 ribu subscribers. Pada video-video nya, Menjadi Manusia menghadirkan bintang tamu yang menceritakan suatu masalah atau topik berdasarkan sudut pandang dan pengalamannya. Tidak pandang bulu, dari *public figure* sampai orang biasa-pun telah menjadi bintang tamu pada YouTube Menjadi Manusia dan berkesempatan untuk menceritakan beragam pengalaman yang dikemas melalui konten-konten menarik. Salah satu konten pada YouTube Menjadi Manusia ini adalah “Berbagi Perspektif”.

Farahdina Hanafitri Azzahra, 2021

Analisis Proses Pengungkapan Diri Melalui Konten “Berbagi Perspektif” pada YouTube Menjadi Manusia

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

“Berbagi Perspektif” merupakan konten yang memberikan kesempatan untuk para bintang tamu menceritakan problematika atau masalah yang ada di kehidupannya, sehingga diharapkan orang lain yang mendengar cerita tersebut dapat belajar dari pengalaman yang ada. Pada sesi konten “Berbagi Perspektif” tidak jarang Menjadi Manusia membahas tentang hal-hal yang sebelumnya dianggap tabu, masuk ke dalam ranah pribadi, atau bahkan disembunyikan oleh orang-orang lain yang juga merasakannya.

Seperti halnya pada episode no. 158, Menjadi Manusia mengundang Jerry yang menceritakan pengalaman pribadinya sebagai seorang aseksual. Melalui episode ini Jerry menjelaskan seputar dirinya yang merupakan seorang aseksual. Jerry mengaku bahwa ia mulai mengetahui bahwa dirinya merupakan seorang aseksual ketika ia baru saja memiliki pengetahuan tentang aseksual itu sendiri. Setelahnya, Jerry menyadari bahwa rasa ketidaktertarikan terhadap kegiatan seksual tersebut muncul dimulai sejak ia menduduki bangku sekolah dasar.



(Sumber: youtube.com/c/MenjadiManusia)

Gambar 1. Episode 158 Menjadi Manusia

Fenomena pengungkapan diri melalui konten “Berbagi Perspektif” pada YouTube Menjadi Manusia ini merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi. Perkembangan tersebut menyebabkan dunia tidak lagi mengenal batas dalam hal jarak, ruang, dan waktu. Interaksi antar

Farahdina Hanafitri Azzahra, 2021

Analisis Proses Pengungkapan Diri Melalui Konten “Berbagi Perspektif” pada YouTube Menjadi Manusia

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

manusia khususnya dalam hal komunikasi antarpribadi terjalin secara lebih modern dengan dimediasi oleh komputer. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh McCroskey dalam Cangara (2018) bahwa komunikasi antarpribadi dapat dilakukan melalui peralatan komunikasi karena gelombang udara dan cahaya pada peralatan komunikasi dianggap sebagai saluran pada komunikasi antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi yang dimediasi oleh komputer dibahas pada teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Budiargo (2015) mengungkapkan bahwa CMC berada diantara model komunikasi antarpribadi (*one to one*), komunikasi massa (*one to many*), serta komputerisasi (*many to many*). Selain itu, Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith mendefinisikan CMC sebagai sebuah pembauran antara teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari (Suparno, 2014). Dalam proses nya, komunikasi dan interaksi yang dimediasi oleh komputer terhubung dengan internet sebagai media baru seperti yang dikemukakan oleh Flew yaitu "*The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of new media*" (Situmorang, 2012).

Secara sederhana, media baru atau *new media* dapat dikatakan sebagai media interaktif yang beroperasi menggunakan perangkat dasar komputer. McQuail (dalam Kurnia, 2005) mengelompokkan *new media* menjadi empat kategori; (1) terdiri dari telepon, *handphone*, dan *e-mail* yang merupakan media komunikasi interpersonal; (2) media bermain interaktif, yang terdiri dari *videogame* dan permainan yang ada dalam internet; (3) media pencarian informasi berupa portal/*search engine* seperti Google, Bing, ataupun Yahoo! Search; (4) media partisipasi kolektif, dimana penggunaan internet dijadikan alat dalam bertukar informasi, pendapat, pengalaman, serta menjalin hubungan melalui komputer yang penggunaannya juga memungkinkan untuk menimbulkan afeksi dan emosional. Media partisipasi kolektif yang sangat populer, sering diperbincangkan, dan marak digunakan oleh sebagian besar masyarakat dunia saat ini lebih dikenal dengan sebutan media sosial.

Hadirnya media sosial ini disambut dengan baik oleh masyarakat dunia. Pada Juli 2019 berdasarkan penelitian dari *Hootsuite* dan *We Are Social* yang

dilansir oleh teknik.kompas.com, tercatat lebih dari 3,5 miliar manusia di dunia sudah bergabung ke media sosial. Jumlah ini tercatat naik dibandingkan dengan laporan dua tahun lalu, dimana saat itu pengguna media sosial mencapai 3 miliar orang. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh *Hootsuite* dan *We Are Social* pada Januari 2020 (dilansir melalui datareportal.com) menunjukkan bahwa sebanyak 160 juta orang dari 272,1 juta jumlah penduduk di Indonesia merupakan pengguna media sosial aktif dengan rata-rata waktu penggunaan selama 3 jam 26 menit, setiap harinya melalui perangkat apapun.

Media sosial mewadahi dan membebaskan setiap penggunanya untuk melakukan berbagai kegiatan dan mengekspresikan dirinya. Berdasarkan hal tersebut, terbukalah kesempatan bagi para pengguna untuk melakukan pengakuan diri atau keterbukaan diri melalui media sosial. Masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk mengungkapkan pengalaman dan perasaan yang biasanya tidak dapat disampaikan oleh mereka di kehidupan aslinya.

Pada fenomena ini, media sosial yang dimanfaatkan oleh Menjadi Manusia untuk mewadahi para bintang tamu dalam melakukan pengungkapan diri adalah YouTube. Saat ini YouTube merupakan salah satu media sosial yang ramai digunakan oleh masyarakat. Seperti yang dilansir melalui *tirto.id*, *Hootsuite* mencatat bahwa pada tahun 2019, setiap bulannya terdapat sekitar 1,9 miliar pengguna YouTube. Melalui media ini, pengungkapan diri atau *self disclosure* terjadi melalui video-video yang dikemas dengan berbagai konsep.

Dilansir melalui *tek.id*, pada acara *Brandcast Delivered 2020* YouTube menyampaikan bahwa berdasarkan survey yang dilakukan oleh ComScore VMX, di Indonesia terdapat 93 juta lebih pengguna YouTube berusia 18 tahun ke atas yang menonton video di YouTube setiap bulannya. Muriel Makarim, *Head of Large Customer Marketing* Google Indonesia, menyebutkan bahwa angka tersebut meningkat hingga 10 juta dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, pemilihan YouTube sebagai media untuk melakukan pengungkapan diri menjadi sebuah hal yang unik dikarenakan proses pengungkapan diri atau *self disclosure* yang dilakukan oleh bintang tamu

didokumentasikan dan disebarluaskan melalui konten “Berbagi Perspektif” pada YouTube Menjadi Manusia yang sudah memiliki banyak *subscribers*. Proses pengungkapan diri yang umumnya dilakukan kepada orang-orang tertentu seperti orang-orang terdekat atau dipercaya, dapat disaksikan oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menganalisis proses pengungkapan diri berdasarkan dengan video-video pada konten Berbagi Perspektif yang sudah diunggah melalui YouTube “Menjadi Manusia”.

Latar belakang yang telah dijelaskan diatas memberikan ketertarikan untuk peneliti melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS PROSES PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI KONTEN “BERBAGI PERSPEKTIF” PADA YOUTUBE MENJADI MANUSIA.**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang, maka dapat disimpulkan pertanyaan dari penelitian ini adalah: Bagaimana analisis pengungkapan diri bintang tamu dalam konten “Berbagi Perspektif” pada YouTube Menjadi Manusia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Menganalisis pengungkapan diri bintang tamu dalam konten “Berbagi Perspektif” pada YouTube Menjadi Manusia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berpengaruh dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya perkembangan konsep-konsep pengungkapan diri yang dimediasi oleh komputer dan *new media* lebih tepatnya media sosial YouTube. Selain itu, penelitian ini juga dapat menambah wawasan dan kemampuan berpikir mengenai penelitian dan penerapan teori yang berhubungan dengan pengungkapan diri dan media sosial.

Farahdina Hanafitri Azzahra, 2021

Analisis Proses Pengungkapan Diri Melalui Konten “Berbagi Perspektif” pada YouTube Menjadi Manusia

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai sarana bagi peneliti dan masyarakat untuk memahami proses pengungkapan diri kepada orang lain melalui media sosial. Selain itu juga dapat membuat peneliti dan pembaca dapat lebih bijak untuk memilih media sosial dalam melakukan pengungkapan diri serta memilah hal-hal yang bersifat pribadi untuk diceritakan ke ranah publik kecuali memiliki urgensi dan tujuan yang baik, jelas, serta tidak merugikan diri sendiri.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan proposal penelitian ini terbagi ke dalam beberapa bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab yang berisikan latar belakang penulis mengambil judul **ANALISIS PROSES PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI KONTEN “BERBAGI PERSPEKTIF” PADA YOUTUBE MENJADI MANUSIA**, beserta dengan pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan kajian teori, konsep-konsep penelitian, dan kerangka berpikir yang relevan dan dapat dijadikan sebagai pedoman dalam proses pengumpulan data pada penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai pendekatan penelitian, objek penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik analisis data, serta waktu dan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjabarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti melalui proses pengumpulan, reduksi, dan penyajian data. Hasil penelitian juga dijabarkan secara rinci sesuai dengan konsep-konsep, teori, dan penelitian terdahulu.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir yang berisi ringkasan atau kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya. Peneliti juga memberikan saran bagi khalayak umum dan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan informasi mengenai segala sumber yang dijadikan rujukan dalam penelitian. Sumber yang digunakan berupa buku, *website*, riset, berita, jurnal terakreditasi, dan jurnal internasional.

LAMPIRAN

Berisikan data dan atau dokumen yang menunjang hasil penelitian serta segala persyaratan yang ditentukan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.