

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi menjadi komponen penting untuk kita berinteraksi dan membangun hubungan dengan manusia lain. Ashley Montagu dalam (Rakhmat, 2018) berpendapat bahwa dengan komunikasi, kita bisa belajar menjadi manusia. Sari dalam (Mailoor, Senduk, & Londa, 2017) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran informasi untuk menyampaikan perasaan agar dapat mengekspresikan dirinya serta mendapat tanggapan dari orang lain. Komunikasi akan membentuk sebuah hubungan antar manusia. Hubungan tersebut memerlukan komunikasi yang terbuka antar satu sama lainnya. Hal tersebut dilakukan agar tidak tercipta suasana yang menghambat sebuah hubungan yang akan terbentuk. Saat berkomunikasi, berbagai macam informasi dapat disampaikan seperti emosi, pendapat, perilaku, sikap, pengalaman atau identitas diri yang bersifat umum maupun rahasia.

Komunikasi antarpribadi merupakan hal yang penting dalam kehidupan. Hubungan yang baik akan dimulai dari komunikasi antarpribadi. Dalam komunikasi antarpribadi terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi kemajuan dalam sebuah hubungan, salah satunya adalah kepribadian (West & Turner, 2018). Kepribadian seseorang dapat dirasakan saat sedang melakukan komunikasi.

Menurut Friedman dalam (Indirwan, 2018) menjelaskan ada dua tipe kepribadian seseorang yaitu *introvert* (kepribadian tertutup) dan *ekstrovert* (kepribadian terbuka). Tipe – tipe tersebut dapat berpengaruh terhadap pola interaksi saat berkomunikasi. Sabri menjelaskan *Introvert* akan lebih mengutamakan perasaan, pikiran, dan pandangannya yang akan menjadi sumber dan minatnya, lebih suka merencanakan dan merenung sehingga terlihat lebih menyendiri, tingkah laku yang lambat dan terkesan ragu – ragu (Jamil, 2018). Tipe *introvert* ini kurang tertarik dengan pola kehidupan yang

melibatkan banyak orang, hal ini mengakibatkan sering kali mereka tidak merasa puas akan perasaannya ketika berada di antara banyak orang. Namun lain halnya dengan tipe *ekstrovert*, Iskandar menjelaskan tipe *ekstrovert* lebih berorientasi ke dunia luar, memiliki prinsip yang praktis, cepat mengambil keputusan dan cepat bertindak. Tipe ini lebih turut aktif ketika berada di tengah banyak orang sehingga mereka lebih mudah menyesuaikan diri dan disenangi dilingkungannya (Gani, 2018). Dengan adanya kedua tipe kepribadian ini, akan memudahkan seseorang untuk melakukan komunikasi dengan orang lain.

Manusia pasti membutuhkan orang lain dikehidupannya bahkan dalam hal perasaan, dukungan, pemahaman, informasi dan bermacam bentuk komunikasi yang memengaruhi citra diri dan mampu membantu mengenali harapan – harapan seseorang. Sari menjelaskan proses penyampaian informasi tentang diri sendiri kepada orang lain disebut pengungkapan diri atau *self disclosure* (Nilawati, 2019). Pengungkapan diri atau *self disclosure* merupakan jenis komunikasi yang mengungkapkan sebuah informasi tentang diri kita sendiri yang biasa disembunyikan atau bersifat rahasia (DeVito, 2011). Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Azis (Al Azis, 2021) yaitu pengungkapan diri atau *self disclosure* menekankan pada bagaimana seseorang menyampaikan perasaan bahkan informasi diri sendiri kepada orang lain, dengan kata lain membagikan informasi mengenai identitas diri kepada orang lain.

Pengungkapan diri dapat membuat hubungan menjadi lebih akrab, membantu berkomunikasi dengan orang lain, dan menumbuhkan kepercayaan diri. Selain itu, pengungkapan diri mampu melepaskan perasaan bersalah dan cemas (Mailoor, Senduk, & Londa, 2017). Ini menjadi alasan yang memicu seseorang dalam melakukan pengungkapan diri untuk memenuhi kebutuhannya.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang pesat, mulai dari bidang ekonomi, bidang pendidikan, infrastruktur, transportasi, teknologi hingga komunikasi membawa dampak yang membentuk sebuah kebiasaan baru dalam kehidupan, seperti komunikasi yang berbasis *online*.

Kebiasaan baru yang dijalankan ini, secara tidak langsung memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi. Individu atau kelompok dengan mudah dipertemukan di dalam suatu jaringan *virtual* untuk berkomunikasi yaitu komunikasi yang bermediasi komputer, *smartphone* atau media lain yang terkoneksi, hal ini disebut dengan *computer mediated communication (CMC)* Nasrullah dalam (Munasaroh, 2021). *Computer mediated communication (CMC)* merupakan proses komunikasi menggunakan komputer atau perangkat lain yang terkoneksi untuk memengaruhi orang lain dengan tujuan tertentu.

Perkembangan teknologi seperti *smartphone* dan internet semakin jelas terlihat, hal ini dapat dibuktikan dengan lahirnya media sosial sebagai media baru yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Berdasarkan data yang dirilis oleh *We Are Social* dan *Hootsuite*, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 202,6 juta orang dan jumlah pengguna aktif media sosial sebesar 170 juta orang per Januari 2021 (Kemp, 2021). Sedangkan jumlah seluruh masyarakat Indonesia berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020 berjumlah 270,20 juta jiwa (Statistik, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa 73,3% masyarakat Indonesia menggunakan internet dan 61,8% masyarakat Indonesia sebagai pengguna aktif media sosial (Kemp, 2021). Dengan didasari data tersebut dapat disimpulkan bahwa keberadaan media sosial akan terus meningkat seiring pertumbuhan penduduk di Indonesia.

Gambar 1 Pengguna Internet dan Media Sosial



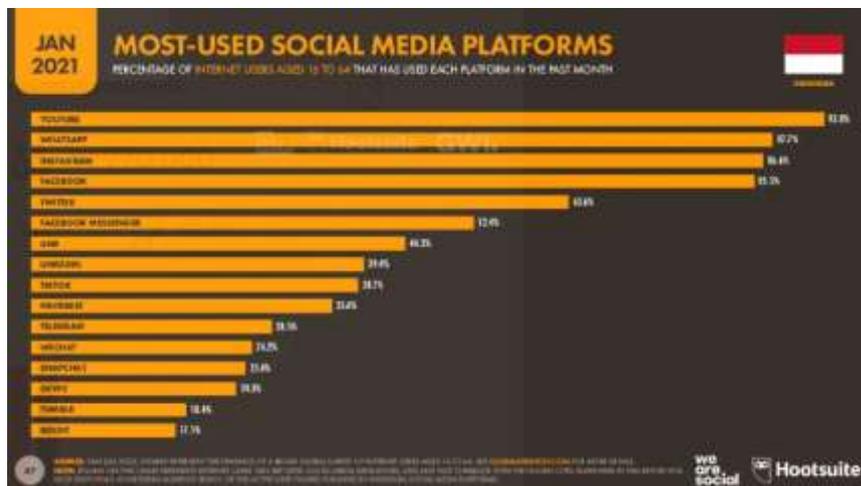
Sumber: (Kemp, 2021)

Hadirnya media sosial memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan seseorang. Media sosial memungkinkan setiap penggunanya untuk dapat mengunggah sesuatu yang berakibat menciptakan budaya berbagi yang berlebihan sehingga terjadinya pengungkapan diri di media sosial. Apabila kita berpikir bahwa pengungkapan diri hanya dilakukan oleh orang – orang *ekstrovert* Muhammad dan Susilo dalam (Nilawati, 2019) mengungkapkan bahwa orang – orang *introvert* lebih tinggi melakukan pengungkapan diri melalui *update* status. Mereka cenderung lebih berbagi informasi yang bersifat personal dibanding orang-orang yang berkepribadian *ekstrovert*.

Reza Indragini Ariel Dosen Forensik Universitas Bina Nusantara mengungkapkan bahwa seseorang yang memiliki tipe kepribadian *introvert* bisa lebih banyak berinteraksi di media sosial, karena resiko personal yang didapat lebih sedikit sedangkan untuk seseorang dengan tipe kepribadian *ekstrovert* menyakini bahwa dengan media sosial mereka lebih terbantu untuk menyalurkan ekspresinya. Media sosial sebagai ruang baru untuk mereka berbagi informasi (Paul, 2011). Fenomena ini membuktikan bahwa adanya kesenjangan yang terjadi antara pengungkapan diri di dunia nyata dan pengungkapan diri di media sosial, yang dimana seseorang cenderung lebih besar melakukan pengungkapan diri di media sosial dibandingkan di dunia nyata.

Melansir dari data *We Are Social* dan *Hootsuite*, 61,8% masyarakat Indonesia adalah pengguna aktif media sosial. Media sosial merupakan salah satu *platform* untuk melakukan pengungkapan diri atau *self disclosure*, dan salah satunya adalah media sosial *Instagram*. *Instagram* sendiri merupakan aplikasi yang memiliki banyak fitur diantaranya dapat berbagi foto dan video. *Instagram* merupakan salah satu *platform* media sosial yang banyak diakses oleh masyarakat Indonesia. *Instagram* menempati urutan ketiga sebagai media sosial paling banyak digunakan setelah *YouTube* dan *WhatsApp* dengan persentase 86,6% (Kemp, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang sangat populer.

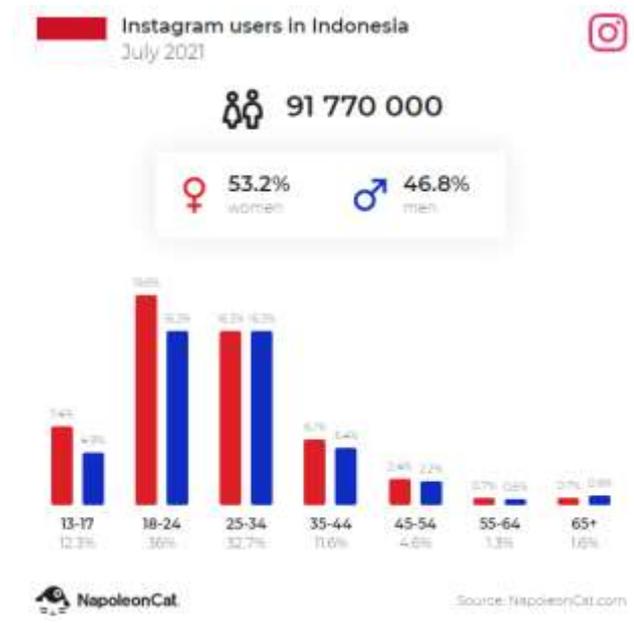
Gambar 2 Media Sosial dengan Askes Terbanyak



Sumber: (Kemp, 2021)

Berdasarkan data dari *Napoleon Cat* pada Juli 2021 pengguna *Instagram* di Indonesia di dominasi oleh masyarakat usia produktif dengan rentang umur 18 – 34 tahun. Pada rentang umur tersebut, dikenal sebagai generasi yang ramah dengan dunia digital serta sanggup lebih banyak mengeksplor *gadget*. *Instagram* menyediakan fitur – fitur yang dapat dinikmati oleh para penggunanya diantaranya *multiple account*, *Instagram story*, *direct message*, *IGTV*, *Live Instagram*, *highlight* dan lain – lain. Namun fitur yang menjadi sorotan dan digemari oleh banyak pengguna *Instagram* adalah *Instagram story* atau biasa disingkat *instastory*. Fitur *Instagram story* hadir pada 2016 yang membuat pengguna *Instagram* meningkat (Yordan, 2018). Tak jarang orang – orang menggunakan *Instastory* untuk berbagi momen hingga mencurahkan isi hatinya. Ini yang membuat pengguna menggunakan *Instagram* untuk menumbuhkan atensi dari pengguna lain melalui fitur – fitur yang terdapat di *Instagram*.

Gambar 3 Pengguna Instagram di Indonesia (2021)



Sumber: (NapoleonCat, 2021)

Instagram menjadi media favorit untuk melakukan pengungkapan diri. Biasanya, seseorang hanya menyampaikan informasi yang bersifat *private* kepada orang yang sudah dekat. Jika di dunia nyata orang – orang selalu membatasi diri dalam melakukan pengungkapan diri, lain halnya di dalam media sosial khususnya *Instagram*, banyak orang yang justru memanfaatkan *Instagram* untuk berbagi cerita mengenai hal – hal yang bersifat personal. Terlebih lagi *Instagram* sebagai kebutuhan untuk pemenuhan kepuasan diri. Pengungkapan diri melalui *Instagram* dapat diartikan sebagai kemampuan untuk berinteraksi dan membuka diri dengan pengguna lain. Untuk berinteraksi dan membuka diri dengan pengguna lainnya, pengguna *Instagram* dapat mengikuti akun pengguna *Instagram* lain. Hal ini memiliki manfaat seperti memungkinkan untuk membangun hubungan sosial dengan pengguna lain dan memperoleh akses terhadap informasi khusus melalui hubungan yang dibangun serta menambahkan kredibilitas diri di *Instagram*. Meskipun banyak manfaat yang diperoleh dari melakukan pengungkapan diri di *Instagram*, hal ini juga dapat menjadi ancaman bagi para pengguna. Jaringan internet memiliki koneksi virtual yang sangat luas, artinya setiap akun *Instagram* dapat diakses oleh siapa

saja. Untuk itu, pengguna *Instagram* dalam melakukan pengungkapan opini, perasaan atau bahkan informasi pribadi yang dibagikan harus memiliki batasan antara privasi dan publik guna untuk menjaga keseimbangan antara melakukan pengungkapan diri dan privasi (Kamilah & Lestari, 2020).

Saat individu telah melakukan pengungkapan diri, maka apa yang telah diungkapkan tersebut tidak dapat ditarik kembali. Oleh sebab itu, individu harus bijak dalam menyaring informasi yang diperoleh dari media sosial dan individu juga harus bijak dalam menyaring informasi yang akan diungkapkan. Dalam hal ini, manajemen privasi mengajarkan individu agar dapat membatasi dan menentukan sendiri konten informasi yang dapat disebar dan memilih siapa saja yang dapat mengakses unggahan pribadinya (Agustien, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari (Indriyani, 2017) yang menyatakan bahwa sebanyak 83,43% siswa memiliki pengungkapan diri yang tinggi dan negatif di *Instagram*. Hal ini menyebabkan *Instagram* dapat mengakibatkan dampak buruk bagi diri sendiri dan orang lain jika dilakukan tanpa adanya batasan dalam melakukan keterbukaan diri di *Instagram*.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang dilakukan oleh (Hancock & Luo, 2019) dengan judul “*Self Disclosure and social media: Motivations, Mechanisms and Psychological Well-Being*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa terdapat hubungan dua arah antara *self disclosure* di media sosial dengan *psychological well-being*, hubungan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor dan motif. Faktor – faktor yang ditemukan adalah *social support*, dan *perceived connectedness*. Sedangkan motif yang ditemukan adalah motif berekspresi dan mencari relasi. Maka peneliti menyimpulkan jika seseorang melakukan *self disclosure* di media sosial maka mereka akan merasa lebih baik karena telah mengeluarkan perasaannya.

Penelitian terdahulu berikutnya dilakukan oleh (Choi & Bazarona, 2016) yang berjudul “*Self Disclosure in social media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menghasilkan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi mahasiswa

di Amerika Serikat dalam melakukan *self disclosure* di *Facebook*. Faktor – faktornya sebagai berikut, *identity clarification*, membangun relasi, *social validation*, *social control*, *self express* dan ketenangan, berbagi informasi, tempat penyimpanan dan faktor hiburan. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian ini menggunakan media sosial *Facebook* sedangkan peneliti menggunakan *Instagram* sebagai media sosial yang akan diteliti.

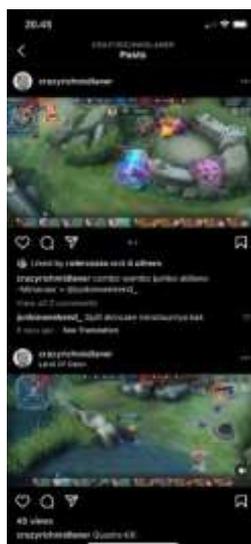
Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh (Schlosser, 2019) yang berjudul “*Self disclosure vs Self presentation on social media*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menghasilkan bahwa adanya perbedaan *self disclosure* dengan *self presentation* melalui *Facebook* yang di mana *self disclosure* ini mengkomunikasikan fakta tentang dirinya sendiri. Sedangkan *self presentation* ini lebih mengutamakan citra diri yang ditunjukkan di *Facebook*. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian terdahulu ini menggunakan *Facebook* sebagai media sosial yang diteliti, sedangkan peneliti menggunakan *Instagram* sebagai media sosial yang akan diteliti.

Dan yang terakhir penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Him, Caboeky, & Meyer, 2020) berjudul “*Snapchat vs Instagram: Social Network Sites and Self Disclosure Differences Before and After Use*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei *online* sebagai metode pengumpulan data. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa pengguna media sosial *Snapchat* dan *Instagram* di Tenggara Amerika Serikat. Penelitian ini menghasilkan bahwa seseorang lebih banyak melakukan pengungkapan diri yang disengaja, banyak mengungkapkan informasi dan lebih jujur saat mereka menggunakan media sosial *Snapchat* sedangkan sebaliknya pengungkapan diri yang dilakukan di *Instagram* lebih sedikit berbagi informasi dan tidak sedikit yang kurang jujur. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian terdahulu ini menggunakan dua media sosial sekaligus yaitu *Snapchat* dan *Instagram* sedangkan peneliti hanya menggunakan satu media sosial yaitu *Instagram*.

Penelitian – penelitian terdahulu diatas akan menjadi referensi penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk melanjutkan penelitian mengenai fenomena penggunaan *Instagram* sebagai media pengungkapan diri. Perkembangan teknologi yang berkembang pesat mendukung para pengguna media sosial khususnya *Instagram* untuk melakukan pengungkapan diri dengan banyaknya fitur – fitur yang disediakan. Dengan adanya media sosial seperti *Instagram* ini, dapat mempermudah individu untuk memenuhi segala kebutuhannya, karena setiap individu berhak untuk melakukan keterbukaan diri di mana pun dan kapanpun. Tiap individu dapat memilih untuk mengadopsi yang bermanfaat dan tidak mengikuti hal yang kurang bermanfaat, melakukan hal positif maupun melakukan hal negatif. Maka penggunaan *Instagram* menjadi jawaban untuk individu agar tetap bisa melakukan keterbukaan diri.

Peneliti meneliti tentang fenomena penggunaan *Instagram* sebagai media pengungkapan diri. Peneliti menggunakan pengguna aktif *Instagram* sebagai subjek dari penelitian ini. Biasanya pengguna aktif *Instagram* cenderung membagikan kegiatan keseharian mereka baik yang penting atau bahkan yang tidak penting sama sekali. Ada juga yang sekedar ingin mencoba *filter – filter* baru di *Instagram*, bermain *games*, curhat, menampilkan romansa, dan lainnya. Berikut merupakan bentuk – bentuk penggunaan *Instagram*:

Gambar 4 Penggunaan Instagram Untuk Bermain Games



Sumber: Instagram.com

Amelia Septiani, 2022

FENOMENA PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENGUNGKAPAN DIRI

9

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]

Gambar 5 Penggunaan Instagram Untuk Curhat



Sumber: Instagram.com

Gambar 6 Penggunaan Instagram Menampilkan Romansa



Sumber: Instagram.com

Dengan menggunakan teori Johari Window, peneliti melakukan penelitian terhadap pengguna *Instagram* dengan Johari Window, sehingga nantinya informan akan terlihat masuk ke dalam bagian jendela satu, dua, tiga atau empat yang menghasilkan karakteristik dari pengguna dalam menggunakan *Instagram*. Ketertarikan pada penelitian ini adalah ingin melihat bentuk dan dampak yang dihasilkan pengguna dalam menggunakan media sosial *Instagram* dan masuk ke dalam tipe mana dalam teori Johari Window. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti adakah fenomena tersebut yang berjudul “**Fenomena Penggunaan Instagram sebagai Media Pengungkapan Diri**”. Alasan peneliti untuk meneliti topik mengenai *Instagram* karena fenomena tersebut sedang menjadi *trend* dikalangan masyarakat, serta fenomena tersebut merupakan pengalaman pribadi yang dirasakan oleh peneliti yang memang nyata adanya. Maka dari fenomena ini, peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai fenomena keterbukaan diri di *Instagram*.

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana Pengalaman Pengguna *Instagram* dalam Pengungkapan Diri?

- a. Bagaimana bentuk perilaku pengungkapan diri pada penggunaan media sosial *Instagram*?
- b. Apa alasan untuk melakukan pengungkapan diri di media sosial *Instagram*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Tujuan Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan pengguna aktif media sosial khususnya pengguna *Instagram* sebagai media untuk keterbukaan diri, sehingga penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi

pembaca khususnya untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta dalam melakukan penelitian hal yang serupa.

b. Tujuan Teoritis

Penelitian ini bertujuan memberikan pengembangan ilmu yang mengarahkan pada penjelasan mengenai teori *Self disclosure*, dengan fokus pada melakukan pengungkapan diri yang dilakukan di media sosial khususnya di *Instagram*. Peneliti berharap penelitian ini akan menjadi referensi gagasan dalam melakukan keterbukaan diri untuk memenuhi kebutuhan komunikasi sehingga nantinya penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi pendukung untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4. Manfaat Penelitian

Merujuk pada tujuan yang disebutkan, maka kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pengguna media sosial khususnya *Instagram* untuk dapat memahami mengenai keterbukaan diri individu pada media sosial khususnya *Instagram* sehingga menambah pengetahuan. Sedangkan manfaat dalam bidang akademis diharapkan penelitian ini dapat menunjang perkembangan ilmu komunikasi mengenai teori *Self disclosure* dengan berfokus pada keterbukaan diri yang dilakukan di media sosial khususnya *Instagram*.

1.5. Sistematika Penelitian

Penelitian ini memiliki sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori yang relevan dengan penelitian, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan terkait pemilihan metode penelitian, populasi dan sampel, teknik penarikan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan tempat penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, serta menganalisis variabel dan analisis data untuk menjawab masalah penelitian.

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Dalam bab ini berisi semua referensi dan sumber-sumber yang dibutuhkan peneliti sebagai penunjang penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisi mengenai data-data pendukung pada penelitian ini.