

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manusia memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dengan manusia lain. Interaksi antar individu ini pun menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia, sejak manusia pertama hadir hingga pada masa kini. Proses interaksi tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi, interaksi maupun komunikasi senantiasa menunjukkan eksistensi manusia. Seiring berjalannya waktu, perkembangan umat manusia dalam melakukan komunikasi dari segi kualitas maupun kuantitas mengalami peningkatan pesat.

Terdapat dua tahapan komunikasi, yakni komunikasi primer dan sekunder (Onong, 2000). Proses komunikasi primer ialah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Proses komunikasi sekunder yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media. Media yang dimaksud dalam komunikasi sekunder antara lain, surat, telepon, surat kabar, radio, televisi, internet dan sebagainya. Media-media tersebut digunakan sebab komunikan dan komunikator dipisahkan jarak, sehingga penggunaannya dapat menunjang efektivitas komunikasi.

Alternatif komunikasi pada masyarakat *modern* saat ini menyebabkan tuntutan manusia terhadap kebutuhan informasi semakin tinggi. Hal itu turut melahirkan kemajuan yang signifikan dalam bidang teknologi. Peningkatan dibidang teknologi informasi serta komunikasi mengakibatkan komunikasi tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang, dan waktu. Perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini berlangsung demikian pesat sehingga para ahli dan pakar-pakar teknologi menyebut gejala ini sebagai revolusi. Sekalipun kemajuan tersebut masih sedang berlangsung, namun sejak dari sekarang telah dapat diperkirakan terjadinya berbagai perubahan di bidang komunikasi maupun bidang-bidang kehidupan lainnya yang berhubungan, dengan demikian teknologi yang berkembang akan sangat memengaruhi sisi psikologis seorang individu. Teknologi komunikasi adalah suatu penerapan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi (Lubis, 1997). Rogers dalam Lubis (1997) mendefinisikan teknologi komunikasi sebagai alat perangkat keras, struktur organisasi dan nilai-nilai sosial yang digunakan untuk mengumpulkan, memroses, dan mempertukarkan informasi dengan orang lain.

Salah satu kemajuan teknologi di *era* sekarang ini yang memiliki pengaruh dan dampak yang sangat terasa dan terlihat ialah internet. Kebutuhan penggunaan teknologi internet telah merambah kepada tiap rumah tangga dan tiap segi kemanusiaan, sebanyak 41 % warga Amerika Serikat memilih internet daripada teknologi lain seperti, televisi (*Media Research Internet Study*, 2007). Sementara itu di Indonesia, seperti dirilis *Cellularnews* (2010) penggunaan internet semakin populer

seiring dengan meningkatnya penggunaan telepon genggam cerdas guna mendukung kebutuhan komunikasi dan informasi yang semakin tinggi (*comScore*, 2010).

Internet sendiri menawarkan keterbukaan serta kebebasan, keterbukaan dan kebebasan tersebut yang akhirnya menciptakan berbagai macam produk, informasi, serta makna sosial tanpa batas, menghadirkan beragam pilihan di depan mata kita, semua hal tersebut mengakibatkan perubahan sosial pada masyarakat Indonesia. Munculnya teknologi komunikasi melalui internet dalam kehidupan manusia menghadirkan suatu peradaban baru, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi baik yang bersifat umum atau pribadi.

Penggunaan internet dengan media komputer ataupun telepon genggam menjadi *trend* untuk menjalin komunikasi, media membuka kesempatan yang tidak terbatas untuk menjalin hubungan dan memelihara hubungan yang telah terjalin. Dalam menggunakan internet, individu dapat lebih leluasa mencari informasi dan bahkan menjalin hubungan dan kemudian memeliharanya, sehingga tercipta konsekuensi akan keterbukaan diri satu dengan yang lainnya. Adanya hubungan sosial yang terjadi terutama disebabkan berbagai kemampuan dan potensi teknologi komunikasi yang memungkinkan seseorang untuk saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan komunikasi secara hampir tanpa batas (Nasution, 1990).

Bell, 1979 dalam (Nasution, 1990), menyebutkan beberapa wujud sistem komunikasi yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi, yaitu jaringan pengolahan data

yang kelak memungkinkan seseorang berbelanja cukup dengan menekan tombol-tombol komputer di rumah masing-masing. Pesanan akan dikirim langsung ke rumah pemesan oleh toko tempat berbelanja. Bank informasi dan sistem penelusuran, yang memungkinkan pemakainya menelusuri informasi yang diperlukan serta memperoleh kopi cetakannya dalam sekejap mata. Sistem teleks, yang menyediakan informasi mengenai segala rupa kebutuhan. Seperti berita, cuaca, informasi finansial, iklan terklarifikasi, katalog segala macam produk dan sebagainya lewat layar di rumah masing-masing. Sistem faksimil yang memungkinkan pengiriman dokumen secara elektronik. Jaringan komputer interaktif, yang memungkinkan pihak-pihak berkomunikasi, mendiskusikan informasi melalui komputer.

Berbicara mengenai internet tentu tidak dapat dilepaskan dari situs-situs, laman *web* yang dapat diakses oleh setiap pengguna layanan internet. Situs-situs yang paling banyak diakses dan semakin populer setiap harinya, ialah situs-situs jejaring sosial. Seiring semakin meningkatnya popularitas *social networking site* (SNS) atau situs jejaring sosial, semakin meningkat pula *account* baru yang dibuat oleh ribuan pengguna baru dimanapun mereka berada. Sedangkan sukses atau tidaknya suatu situs jejaring sosial sangat tergantung pada kontribusi pengguna situs tersebut, keaktifan, serta komunikasi yang terjalin, hal tersebut menjadi tolok ukur popularitas suatu situs jejaring sosial.

Walter (2007) memberikan tiga faktor yang menjadikan berkomunikasi *via* jejaring sosial yang dimediasi oleh internet lebih menarik, yaitu : 1) *e-mail* dan jenis komunikasi pendukung lainnya dalam internet memungkinkan presentasi diri yang sangat efektif, dengan lebih sedikit penampilan atau perilaku yang tidak diinginkan, dibandingkan dengan komunikasi langsung. Dengan kata lain, seseorang tidak merasa kerepotan dalam berkomunikasi dengan orang lain lewat jenis komunikasi ini, 2) seseorang yang terlibat dalam komunikasi *via* internet terkadang mengalami proses atribusi yang berlebihan, yang didalamnya memungkinkan seseorang membangun kesan *stereotype* tentang orang lain yang menjadi lawan komunikasinya. Kesan-kesan ini seringkali mengabaikan informasi negatif, seperti kesalahan cetak, kesalahan ketik, dan sebagainya, dan 3) terjadinya ikatan intensifikasi, dimana pesan-pesan positif yang disampaikan seseorang akan membangkitkan pesan-pesan positif pada rekan-rekannya (Severin & Tankard, 2008).

Terdapat beberapa situs jejaring sosial sekarang ini, seperti *myspace*, *facebook*, *twitter*, dan lain-lain, yang dapat diakses sesuai kebutuhan para pengguna. Kedua situs terakhir yang disebutkan di atas menjadi begitu populer di kalangan masyarakat Indonesia akhir-akhir ini, banyak orang rela mengakses internet demi *social networking*, khususnya bagi para pengguna remaja, walaupun demikian situs jejaring sosial tidak menutup diri pada batasan usia. Situs tersebut seakan mampu menjawab kebutuhan bersosialisasi bagi sebagian individu, tanpa mengurangi fungsi individu di dunia nyata.

Bagi siswa sendiri, internet seakan menjadi kebutuhan dalam aktifitas akademik maupun sosialnya, baik untuk mencari informasi maupun berelasi di situs jejaring sosial. Hal tersebut menjadikan siswa pada kelompok usia yang paling sering mengakses *social networking site* (SNS). Sebagai perbandingan, dapat terlihat pada pengakses *facebook* di Indonesia, terhitung sampai 22 Februari 2009, 1.333.649 *user* Indonesia telah terdaftar di *facebook* dan sekitar 73% (976.372 orang) di antaranya adalah *user* usia produktif (18-34 tahun). Dilihat dari *gender*, 688.306 *user* laki-laki dan 600.045 *user* perempuan (*Allfacebook.com*, 2009).

Data statistik di atas menjadikan Indonesia sebagai “*the Republic of the Facebook*” (Putra, 2009). Itulah *headlines* yang ditulis oleh Budi Putra mantan editor Harian Tempo yang dirilis oleh CNET Asia portal IT terkemuka di Asia pada awal bulan Januari 2009 lalu (*Linkedin.com*, 2009). Ungkapan ini terinspirasi oleh perkembangan penggunaan *facebook* oleh masyarakat Indonesia yang mencapai pertumbuhan 645% pada tahun 2008. Prestasi ini menjadikan Indonesia sebagai “*the fastest growing country on Facebook in Southeast Asia*”. Bahkan, angka ini mengalahkan pertumbuhan pengguna *facebook* di India yang merupakan salah satu negara dengan populasi penduduk terbanyak di dunia (Sahana, 2008).

Demam *facebook* menggejala di Indonesia, sebagaimana yang dilaporkan oleh Tempo Interaktif 9 Februari 2009, dimulai pada pertengahan tahun 2008. Bahkan disebutkan juga hingga pertengahan 2007 *facebook* nyaris tak dilirik pengguna

internet. Lonjakan pengguna *facebook* pada pertengahan 2008 dibuktikan dengan statistik *facebook* sebagai situs ranking kelima yang paling banyak diakses di Indonesia. Luar biasanya lagi, Indonesia tercatat dalam sepuluh besar negara pemakai situs yang mulai dibuka untuk umum pada 2006 ini (Wiguna, 2009). Menurut Hurul Aini (2009), *facebook* sendiri berarti suatu jejaring sosial yang memberi kemudahan bagi penggunanya untuk menjalin pertemanan satu sama lain atau bertemu kembali dengan teman masa lalu.

Hurul Aini (2009) juga menambahkan bahwa terhitung lebih dari 150 juta orang merupakan pengguna aktif *facebook* yang tersebar di seluruh dunia. Bahkan 70 persennya berasal dari luar Amerika Serikat, termasuk Indonesia. Berdasarkan informasi terakhir dari *checkfacebook.com* (2010), pengguna *facebook* mencapai 300 juta orang dan pertambahannya akan terus meningkat di setiap minggunya. Indonesia tergolong negara ke tujuh terbesar pengguna *facebook*, hampir mencapai 12 juta orang dan jumlah ini terus mengalami pertumbuhan rata-rata 6% per minggu (Juju dan Sulianta, 2010).

*Facebook* merupakan salah satu produk internet, namun menjadi lebih populer daripada internet itu sendiri. Dari data terakhir yang tercatat (*checkfacebook.com*, 2010), *facebook* memiliki 25 juta *registered user* di Indonesia. *Facebook* dalam hal ini mewakili fenomena penggunaan situs jejaring sosial di Indonesia. Perusahaan ini mengembangkan teknologi yang memudahkan dalam *sharing* informasi melewati

*social graph*, *digital mapping* kehidupan *real* hubungan sosial manusia. Siapapun boleh mendaftar di *facebook* dan berinteraksi dengan orang-orang yang mereka kenal dalam lingkungan saling percaya (*Allfacebook.com*, 2009).

Situs jejaring sosial seperti *facebook* ternyata membawa efek yang besar bagi sebagian besar masyarakat di seluruh dunia saat ini, khususnya di Indonesia. Aktifnya penggunaan *facebook* pada siswa memberikan dampak perubahan perilaku sehari-hari yang tidak sedikit, karena pada dasarnya situs jejaring sosial memberikan dampak yang luas pada penggunanya. Bagi para *facebook*, kegiatan *update status* seakan menjadi sesuatu yang wajib dilakukan, yang apabila tidak dilakukan rasanya akan mengurangi fungsi kita sebagai individu, mungkin banyak dari kita yang merasakan hal tersebut atau telah merasakan dampak tersebut, dan dampak-dampak lainnya bagi individu atau lingkungan sosial yang lebih luas. Situs jejaring sosial seperti *facebook* menjadi alternatif komunikasi yang digemari, terlebih lagi bagi siswa yang memiliki kepribadian tertutup, pemalu, ataupun pendiam. Berkomunikasi lewat media *facebook* tidak perlu memperlihatkan diri secara fisik. *Facebook* pun semakin mengerti dan melengkapi diri serta mendukung kenyamanan dalam berkomunikasi *online*.

Jika dilihat dari tujuan awal diciptakannya *facebook* ialah guna mendukung pemenuhan kebutuhan sosial individu. Banyak manfaat yang bisa didapatkan melalui situs jejaring sosial, sebagai sarana untuk berbagi, entah itu berbagi informasi ataupun pengalaman hidup, suka dan duka. Sebagai makhluk sosial tentu individu ingin



berbagi kegembiraan dan kesedihan dengan individu lain, baik itu sahabat, anggota keluarga ataupun individu lain yang dikenal.

Komunikasi yang terjadi tanpa ada batasan ruang dan waktu sangat memudahkan seseorang menjalin hubungan, apapun motivasi dan tujuannya. Orang-orang dari berbagai belahan dunia bertemu lewat *facebook*, yang kemudian menjalin relasi pertemanan atau mungkin hubungan yang harmonis dan romantis. Pengungkapan diri dalam bentuk informasi mengenai perasaan, ketertarikan, hasrat, opini, kepercayaan, atau hal-hal lainnya yang bersifat pribadi kepada orang lain itu disebut sebagai perilaku *self-disclosure* (Adler, Rosenfeld & Proctor, 2007). Menurut DeVito (2007), *self-disclosure* berarti mengomunikasikan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain. Selain mengomunikasikan diri melalui komunikasi *verbal*, *self-disclosure* dapat juga dikomunikasikan secara *non-verbal*. *Self-disclosure* dapat berupa reaksi-reaksi mengenai perasaan seseorang kepada orang lain (DeVito, 2007).

Dalam melihat *self-disclosure*, DeVito (2007) mengungkapkan bahwa ada lima dimensi untuk menentukan perilaku *self-disclosure* yang dilakukan, yaitu: 1) Dimensi ukuran / jumlah *self disclosure*, terkait dengan jumlah informasi yang diungkapkan seseorang. 2) Dimensi valensi, terkait dengan kualitas pengungkapan diri seseorang. 3) Dimensi kecermatan dan kejujuran, ditentukan oleh kemampuan seseorang mengetahui dan mengenal dirinya. 4) Dimensi maksud dan tujuan, pengungkapan diri yang dilakukan seseorang memiliki maksud dan tujuan. 5) Dimensi keakraban, pengungkapan diri yang terjadi tergantung pada keakraban relasi.

Diungkapkan oleh Levine (2000) dan Johnson (2001) melalui sebuah penelitian menemukan bahwa pengungkapan diri atau *self-disclosure* secara kualitas dan kuantitas terjadi lebih dalam dan sering pada saat seseorang melakukan komunikasi *online* daripada interaksi *face to face* (DeVito, 2007). Dengan adanya komunikasi dunia maya, membebaskan seseorang untuk menjadi pribadi yang selalu diinginkan tanpa ada rasa takut atau khawatir terhadap budaya atau norma-norma yang mengikat dan berlaku di sekitarnya (Wood & Smith, 2005). Dalam sebuah penelitian mengenai *online relationships*, hampir sebanyak 2 dari 3 pengguna telah membentuk jaringan atau *networking*, pertemanan, dan hubungan *personal* lainnya dengan seseorang yang ditemui di internet (DeVito, 2007). *Facebook* selain sebagai tempat mencurahkan isi hati juga menjadi sarana pengembangan hubungan dalam menjalin relasi yang lebih intim.

*Self-disclosure* dapat terjadi karena berbagai alasan, seiring dengan kebutuhan dan keinginan seseorang. Menurut Derlega & Grzelak (dalam Taylor, 2000), lima alasan utama seseorang mengungkapkan dirinya, adalah: 1) Ekspresi (*expression*), individu membicarakan perasaannya untuk melampiaskan sesuatu hal atau perasaan yang sedang dialami. 2) Klarifikasi diri (*self clarification*), mengungkapkan diri dengan bicara kepada teman atau seseorang mengenai suatu masalah dapat membantu seorang individu mengklarifikasi pikirannya tentang situasi yang sedang dialami. 3) Validasi sosial (*social validation*), melihat reaksi pendengar sebagai lawan bicara terhadap pengungkapan diri yang sedang dilakukan seorang individu guna

mendapatkan informasi tentang ketepatan dan kebenaran pandangannya terhadap suatu hal atau masalah. 4) Kontrol sosial (*social control*), individu mengungkapkan atau menyembunyikan informasi tentang dirinya sebagai fungsi kontrol, dengan membentuk pesan yang baik kepada pendengar, atau mungkin dengan sengaja berbohong untuk mengeksploitasi orang lain. 5) Perkembangan relasi (*relationship development*), individu lebih sering terbuka dalam mengungkapkan diri kepada seseorang yang sepertinya menerima, memahami, bersahabat, dan mendukung. Seperti kepada anggota keluarga, sahabat dekat, atau pacar.

Setiap individu tentu memiliki alasan masing-masing mengapa individu tersebut memutuskan untuk bergabung ke dalam situs jejaring sosial seperti *facebook*. Dari beberapa penelitian, terjaring beberapa alasan seseorang bergabung ke dalam situs jejaring sosial (WikimuToday, 2011) seperti, 1) seseorang bergabung ke dalam situs jejaring sosial agar ia dapat "bertemu" atau mengirim pesan kepada kerabat, saudara, keluarga, dan teman. Pesan dalam hal ini bukan hanya dalam bentuk kalimat atau tulisan, namun dapat juga berupa gambar, *video* atau yang lainnya. 2) seseorang bergabung agar ia bisa menemukan pekerjaan baru, pekerjaan yang dimaksud tidak hanya berupa lowongan pekerjaan, namun dapat juga berupa *order* produk atau informasi-informasi mengenai lomba, atau yang lainnya. 3) agar dapat bertemu dengan pengguna lain yang memiliki kesamaan minat, yang kemudian dapat membentuk komunitas *online*. 4) guna membagi informasi mengenai suatu kegiatan, diharapkan dengan semakin banyak orang yang mengetahui kegiatan tersebut maka

akan semakin banyak peserta yang mengikuti kegiatan. 5) untuk mempromosikan suatu produk, situs jejaring sosial sebagai sarana promosi gratis. 6) guna mengatasi persoalan pertemanan seseorang dalam dunia nyata, interaksi yang dilakukan di dalam situs jejaring sosial dirasakan lebih ringan, tanpa ada tuntutan atau tekanan. 7) untuk mendapatkan popularitas, menjadi populer bak selebriti menjadi impian bagi sebagian orang. 8) agar dapat bertemu dan berteman dengan orang lain yang belum pernah ditemuinya, misal di dalam *facebook* terdapat pencarian teman berdasarkan nama, sehingga seseorang dapat berteman dengan tokoh terkenal tanpa harus bertemu langsung. 9) hanya untuk bersenang-senang, situs jejaring sosial dapat menghubungkan diri dengan berita atau pribadi tertentu (*answers.yourdictionary.com; life123.com; enginearticles.com; whyguides.com*).

Berdasarkan survey awal yang dilakukan peneliti terhadap 10 siswa pengguna *facebook* di Kota Bandung dengan rentang usia 15-18 tahun, didapatkan hasil sebanyak 60% siswa mengakses situs jejaring sosial *facebook* minimal satu kali dalam sehari. 20% mengakses lebih dari lima kali dalam sehari dan 20% lagi menunjukkan hasil yang lebih bervariasi. Mengenai alasan-alasan siswa bergabung ke dalam situs jejaring sosial *facebook*, sebanyak 40% siswa bergabung ke dalam *facebook* guna menambah pertemanan atau mempertahankan relasi yang telah terjalin. Sebanyak 20% siswa bergabung agar dapat atau mampu melampiaskan perasaan lewat fitur-fitur yang disediakan, guna menjelaskan pesan atau perasaan yang disampaikan lewat fitur-fitur yang disediakan dan juga untuk menambah

pertemanan atau mempertahankan relasi yang telah terjalin. Hasil lain sebanyak 20% alasan siswa bergabung ialah guna mengetahui respon orang lain lewat pesan yang disampaikan dan menambah pertemanan atau mempertahankan relasi yang telah terjalin. Sebanyak 10% lain memiliki alasan guna menjelaskan pesan atau perasaan yang telah disampaikan lewat fitur-fitur yang tersedia, untuk mengetahui respon orang lain terhadap pesan yang disampaikan dan guna menambah pertemanan atau mempertahankan relasi yang telah terjalin. Sisa 10% lainnya untuk mengeksploitasi orang lain atau membicarakan orang lain dan menambah pertemanan atau mempertahankan relasi yang telah terjalin.

Berdasarkan fenomena di atas, dapat disimpulkan bahwa ternyata siswa cenderung sering melakukan komunikasi *online* (60% mengakses *facebook* minimal 1x per hari). Selain itu salah satu alasan yang ditemukan pada semua siswa di survey awal adalah mereka mengakses *facebook* untuk menambah pertemanan atau mempertahankan relasi yang telah terjalin. Sehubungan dengan hasil survey awal di atas, sangatlah menarik untuk melihat lebih dalam alasan-alasan lain mengapa orang rela untuk melakukan *self-disclosure* di *facebook*.

*Self-disclosure* atau pengungkapan diri merupakan salah satu kajian penting dalam ilmu psikologi dan komunikasi yang memberikan catatan khusus akan adanya unsur keterbukaan dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Hal ini dapat dikatakan inti dalam mengembangkan dan memelihara hubungan dalam situs jejaring sosial. Sehubungan dengan hal ini, maka peneliti ingin melihat tentang bagaimana

kontribusi alasan-alasan untuk melakukan *self-disclosure* memengaruhi perilaku *self-disclosure* pada siswa pengguna situs jejaring sosial.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana kontribusi alasan-alasan untuk melakukan *self-disclosure* memengaruhi frekuensi *self-disclosure* pada siswa SMA 'X' pengguna *facebook* di Kota Bandung.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui gambaran kontribusi alasan-alasan untuk melakukan *self-disclosure* terhadap frekuensi *self-disclosure* pada siswa SMA 'X' pengguna *facebook* di Kota Bandung.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing alasan melakukan *self-disclosure* terhadap frekuensi *self-disclosure* pada siswa SMA 'X' pengguna *facebook* di Kota Bandung.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memberikan sudut pandang baru dalam ilmu psikologi dan komunikasi, terutama ketika mempelajari komunikasi *online* yang semakin berkembang melalui proses pengungkapan diri atau *self-disclosure*.
2. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan inspirasi bagi peneliti-peneliti lain untuk memperdalam penelitian mengenai *self-disclosure* pada situs-situs jejaring sosial lain di masa yang akan datang.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan banyak kontribusi dan pembelajaran bagi siswa dan pengguna situs jejaring sosial lainnya terkait dengan komunikasi yang terjalin pada situs-situs jejaring sosial. Diharapkan juga dapat memberikan informasi mengenai hal-hal apa yang dapat disampaikan atau diungkapkan, agar komunikasi yang terjalin berlangsung efektif, serta lebih berhati-hati dalam penggunaannya, seperti dalam tampilan informasi mengenai hal-hal pribadi sehingga tidak ada pihak-pihak yang dirugikan.
2. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pengelola situs-situs jejaring sosial, khususnya dari dalam negeri agar dapat menciptakan situs jejaring sosial yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia dan lebih

memerhatikan peningkatan kualitas sumber daya manusia seiring semakin pesatnya pertumbuhan teknologi komunikasi dewasa ini.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

Komunikasi tatap muka merupakan sesuatu yang esensial untuk memulai atau memertahankan suatu hubungan. Seiring perkembangan zaman yang semakin canggih serta didukung penemuan-penemuan dalam bidang teknologi komunikasi, siswa di *era digital* tidak perlu bersusah payah untuk memulai atau mempertahankan suatu hubungan dengan rekan sesama remaja, keluarga, kekasih, ataupun seseorang yang baru ditemuinya. Sebagai individu sosial kebutuhan afiliasi bagi siswa dirasakan sangat penting, kebutuhan untuk menjalin suatu hubungan yang baik, bergabung dan bekerja sama dengan orang lain serta mempertahankannya.

Santrock (2007) melaporkan, perkembangan siswa melibatkan perkembangan biologis, perkembangan kognitif, dan perkembangan sosioemosional. Perkembangan biologis melibatkan perubahan fisik pada tubuh seseorang, perkembangan kognitif melibatkan perubahan cara berpikir dan intelegensi seseorang, sedangkan perkembangan sosioemosional melibatkan perubahan pada emosi, kepribadian, relasi dengan orang lain dan konteks sosial lainnya. Sebagai individu, siswa perlu berhubungan dengan lingkungannya terkait dengan perkembangan sosial siswa yang dirasakan semakin tinggi, hal ini membuat siswa semakin mengerti dan sadar akan



pemanfaatan teknologi dalam menunjang kebutuhan bersosialisasinya. Suatu pengalaman yang belum pernah dirasakan satu generasi lalu.

Perubahan dan perkembangan teknologi komunikasi yang terjadi telah memberikan siswa berbagai pilihan untuk berkomunikasi secara *personal*. Melalui media *online*, siswa masa kini dihadapkan pada pilihan gaya hidup yang kompleks (Santrock, 2007). Siswa masa kini tidak hanya mengandalkan surat, telepon, ataupun sistem telekomunikasi yang semakin ditinggalkan, namun lebih dari itu siswa dapat menggunakan media *internet* lewat produknya yaitu situs jejaring sosial yang menyediakan cara lain dalam berkomunikasi. Fitur-fitur pendukung dalam situs jejaring mampu memfasilitasi kebutuhan bersosialisasi siswa yang dirasakan tinggi. *Instant messaging* dan *online chat* adalah media lain yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi bagi teman, keluarga, kerabat, bahkan orang-orang yang belum dikenal sebelumnya ataupun orang asing (Adler, Rosenfeld & Proctor, 2007). Komunikasi *online* melalui situs jejaring sosial seperti *facebook* semakin marak digunakan dan menjadi *trend* dalam membangun, membentuk dan mempertahankan suatu hubungan bagi siswa *era digital* dan tidak sedikit yang menjadikannya sebagai gaya hidup.

Cara berkomunikasi yang dimediasi oleh *internet* lewat *facebook* memberikan siswa sebuah pengalaman interaksi *online*, dimana tingkah laku siswa sebagai individu yang berinteraksi dan pesan-pesan atau informasi disampaikan dengan cara baru. Komunikasi lewat internet tidak menampilkan komunikasi *non-verbal* (Griffin,

2006), sehingga konteks fisik seperti ekspresi wajah, nada bicara, jarak antar *persona*, posisi tubuh, *gesture*, sentuhan dan penciuman tidak dapat ditangkap penerima pesan saat berinteraksi di dalam *facebook*. Tidak terdapatnya komunikasi *non-verbal* dalam komunikasi *online* lewat *facebook* tidak menyurutkan siswa untuk tetap berkomunikasi *online* lewat *facebook*. Ketika siswa termotivasi membentuk kesan dan membangun hubungan di dalam *facebook*, siswa sebagai komunikator akan memanfaatkan segala fitur yang tersedia dalam *facebook* untuk menyampaikan pesan ataupun perasaannya, sebagai contoh siswa akan menyertakan *emoticon smile* (☺) pada pesan yang disampaikan apabila ia merasa senang. *Emoticon smile* tersebut sebagai tanda *verbal* yang mewakili komunikasi *non-verbal*.

Kegiatan siswa dalam berinteraksi dan berkomunikasi di dunia maya lewat *facebook* melibatkan proses pengungkapan diri atau *self-disclosure* akan lebih semakin sering terjadi. Bentuk informasi mengenai perasaan, ketertarikan, hasrat, opini, kepercayaan, atau hal-hal lainnya yang bersifat pribadi kepada orang lain itu disebut sebagai perilaku *self-disclosure* (Adler, Rosenfeld & Proctor, 2007). Menurut DeVito (2007), *self-disclosure* berarti mengomunikasikan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain. *Self-disclosure* yang terjadi di *facebook* dapat berupa pencatuman informasi mengenai data diri dalam profilnya, seperti kota asal, fakultas, sekolah / universitas, musik favorit, status relasi ataupun hal lainnya.

Terdapat berbagai alasan mengapa siswa melakukan pengungkapan diri, seiring dengan kebutuhan dan keinginan remaja. Menurut Derlega & Grzelak (dalam

Taylor, 2000), terdapat lima alasan utama seseorang mengungkapkan dirinya, yaitu *expression*, *self clarification*, *social validation*, *social control*, dan *relationship development*. Alasan pertama, yaitu *expression*, adalah pelampiasan akan suatu perasaan tertentu. Dapat berupa pengungkapan perasaan seorang siswa atau suatu hal lewat kalimat, pesan, atau topik tertentu yang dituliskan pada fitur *update status* yang hampir dibaca setiap teman yang sedang mengakses *facebook* pada saat itu. Kegiatan tersebut dilakukan untuk mengekspresikan apa yang sedang dirasakan atau dialami pada saat itu atau sesaat sebelum kegiatan *update status* dilakukan.

Alasan pengungkapan diri yang kedua ialah untuk mengklarifikasi diri (*self clarification*), proses membagi perasaan, emosi atau pengalaman. Dalam *facebook* sesaat setelah siswa mengungkapkan suatu hal guna mengekspresikan perasaannya, teman di dalam *facebook* dapat memberikan komentar mengenai perasaan yang sedang dialami seseorang mungkin dari sudut pandang yang berbeda dengan pemberi pesan, dan pemberi pesanpun dapat membalas komentar dari lawan bicara, dengan demikian dapat terjadi klarifikasi diri mengenai perasaan yang sedang dialami karena pemberi pesan mendapatkan sudut pandang yang berbeda mengenai suatu masalah lewat komentar dari lawan bicara di dalam *facebook*.

Alasan pengungkapan diri yang ketiga ialah validasi sosial (*social validation*), mengetahui kebenaran dan ketetapan pandangan dilihat dari reaksi pendengar. Selain dapat saling berkomentar tentang isi pesan yang diungkapkan, teman dalam *facebook* dapat memberikan tanda *like* pada isi pesan yang disampaikan remaja, jika teman

dalam *facebook* merasa setuju, menyukai, atau mengiyakan isi pesan. Tanda *like* ataupun komentar yang mendukung isi pesan semakin menguatkan isi pesan terhadap ketetapan dan kebenaran pandangan siswa terhadap suatu hal. Sebagai contoh,

Alasan pengungkapan diri yang keempat ialah kontrol sosial (*social control*), membentuk kesan baik atau mengeksploitasi lawan bicara. Pesan atau informasi yang diungkapkan siswa lewat fitur-fitur yang tersedia di dalam *facebook* digunakan untuk mengeksploitasi. Isi pembicaraan yang terjadi di dalam *facebook* bermaksud untuk membicarakan orang lain guna mendapatkan keuntungan atau membentuk kesan tertentu. *Social control* memberikan siswa kendali penuh terhadap hal-hal apa saja yang diungkapkan dan kepada siapa saja suatu hal diungkapkan.

Alasan pengungkapan diri yang kelima ialah perkembangan relasi (*relationship development*), menjaga relasi yang telah terjalin dan atau membentuk relasi yang baru dengan orang lain. Siswa akan mengungkapkan informasi tentang dirinya di dalam *facebook* agar siswa dapat menambah relasi pertemanan dengan orang lain di dalam *facebook*. Informasi yang diungkapkan atau komunikasi yang telah terbangun dapat juga mempertahankan relasi yang telah terjalin sebelumnya. Kelima alasan yang telah dijelaskan merupakan alasan-alasan dibalik frekuensi *self disclosure* yang dilakukan siswa SMA 'X' pengguna *facebook* di kota Bandung.

Pengungkapan diri juga dipengaruhi beberapa faktor. DeVito (1997) mendefinisikan tiga faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri, yaitu yang

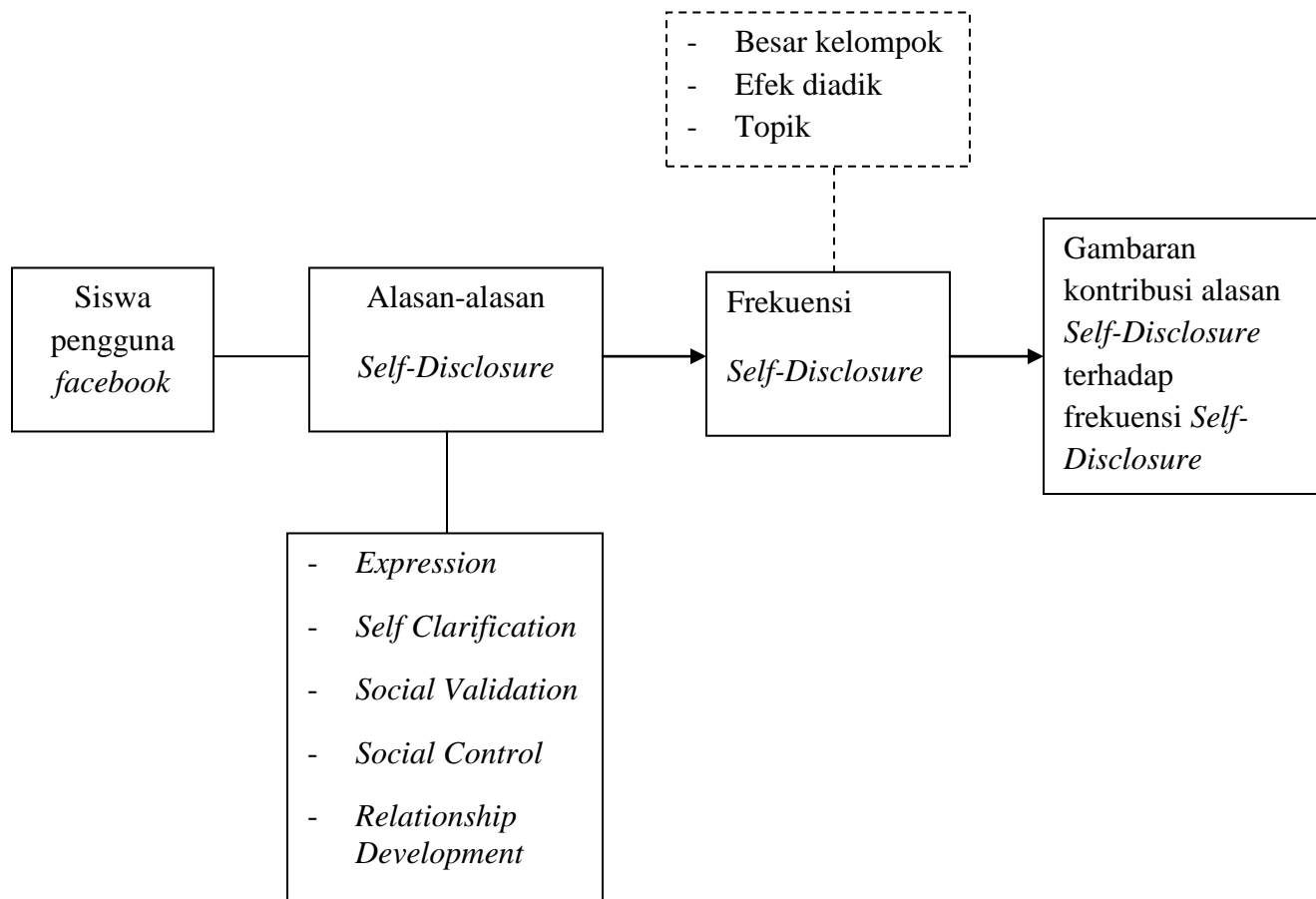
pertama besar kelompok, dimana pengungkapan diri lebih sering terjadi dalam kelompok kecil daripada dalam kelompok kecil. Diad (kelompok yang terdiri atas dua orang) merupakan lingkungan paling cocok untuk pengungkapan diri. Dengan satu pendengar, pihak yang melakukan pengungkapan diri dapat meresapi tanggapan dengan cermat. Dengan dukungan atau ketiadaan dukungan ini, orang dapat memantau pengungkapan diri ini, meneruskannya jika situasinya mendukung dan menghentikannya jika situasi tidak mendukung. Bila ada lebih dari satu orang pendengar, pemantauan seperti ini menjadi sulit, karena tanggapan yang muncul pasti berbeda dari pendengar yang berbeda.

Faktor yang kedua efek diadik. Seorang siswa melakukan pengungkapan diri bila orang yang bersamanya juga melakukan pengungkapan diri. Efek diadik ini barangkali membuat seseorang merasa lebih aman, dan nyatanya, memperkuat perilaku pengungkapan diri seseorang. Berg dan Archer (1983) melaporkan bahwa pengungkapan diri menjadi lebih akrab bila itu dilakukan sebagai tanggapan atas pengungkapan diri orang lain.

Faktor yang ketiga ialah topik. Seorang siswa lebih cenderung membuka diri tentang topik tertentu dibandingkan topik lain. Sebagai contoh, seorang siswa lebih mungkin mengungkapkan informasi diri tentang pendidikan ketimbang kehidupan seks atau situasi keuangannya (Jourard, 1968, 1971a). Seseorang juga mengungkapkan informasi yang baik lebih cepat ketimbang informasi yang kurang

baik. Umumnya, makin pribadi dan makin negatif suatu topik, makin kecil kemungkinan pengungkapannya.

Hal ini dapat terlihat dari jumlah informasi yang diungkap, kualitas pengungkapan diri, kecermatan serta kejujuran dalam mengenal diri, maksud dan tujuan pengungkapan diri dan keakraban yang terjadi selama proses *self-disclosure* di dalam *facebook*. Untuk lebih jelasnya mengenai kontribusi dari alasan-alasan *self-disclosure* terhadap frekuensi *self-disclosure* pada siswa SMA 'X' pengguna *facebook* di Kota Bandung, serta kaitan antara faktor-faktor yang memengaruhi dimensi *self-disclosure* dengan dimensi *self-disclosure*, digambarkan pada skema pemikiran sebagai berikut :



1.1 Skema Pemikiran

## 1.6 Asumsi

1. Terdapat lima alasan pengungkapan diri atau *Self-Disclosure* yang terjadi pada siswa pengguna *facebook*, yaitu: *Expression, Self Clarification, Social Validation, Social Control, dan Relationship Development*. Kelima alasan tujuan *Self-Disclosure* ini merupakan sumber pembentuk perilaku *Self-Disclosure* remaja.
2. Frekuensi *Self-Disclosure* pada siswa pengguna *facebook* dipengaruhi oleh kelima alasan *Self-Disclosure*.
3. Perilaku *Self-Disclosure* pada siswa pengguna *facebook* di Kota Bandung berkaitan dengan besar kelompok, efek diadik dan topik yang dibicarakan.

## 1.7. Hipotesis

- Ho: Tidak terdapat pengaruh antara alasan-alasan *Self-Disclosure* dengan frekuensi *Self-Disclosure* pada siswa SMA 'X' pengguna *facebook* di kota Bandung.
- H1: Terdapat pengaruh alasan-alasan *Self-Disclosure* terhadap frekuensi *Self-Disclosure* pada siswa SMA 'X' di kota Bandung.