

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern ini tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan teknologi sangat pesat, salah satunya yaitu kemajuan di bidang media sosial. Negara Indonesia sendiri termasuk salah satu negara yang mendominasi konten internet sebagai yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia. Oberst, Wegmann, Stodt, Brand, & Chamarro (2017) mengatakan bahwa media sosial didefinisikan sebagai komunitas virtual berbasis *website* yang memungkinkan individu serta masyarakat untuk dapat membangun profil mereka dengan bertujuan untuk membangun komunikasi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

Media sosial yang berkembang membuat para pengembang tertarik untuk membuat aplikasi berbasis media sosial, contoh media sosial yang sangat populer digunakan adalah *facebook*, *Twitter*, *Path*, *Snapchat*, *Instagram* dan masih banyak lagi. Menurut hasil survei, *Instagram* merupakan *platform* media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, *Instagram* digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna *Instagram* di dunia mencapai angka 1 Miliar pada Juni 2018. Pengguna aktif dan Indonesia berada di urutan ketiga dengan 53 juta pengguna. Di Indonesia, *Instagram* merupakan media sosial yang paling sering digunakan keempat setelah *Youtube*, *Facebook*, dan *Whatsapp*. Masyarakat Indonesia menggunakan *Instagram* untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman *travelling*, tren terbaru. Rata-rata pengguna *Instagram* di Indonesia berusia 18-24 tahun sebanyak 59 persen, usia 25-34 tahun 30 persen,

dan yang berusia 35-44 tahun 11 persen (diakses melalui www.WeAreSocial.net pada 20 April 2019).

Berdasarkan hasil survei dari www.WeAreSocial.net, individu yang berada di rentang usia 18-25 tahun merupakan kelompok usia yang paling dominan dalam menggunakan *Instagram*. Menurut Arnett (2004) usia dewasa awal dimulai sejak usia 18 tahun hingga 25 tahun. Pada tahapan usia ini, individu berada pada tahap transisi dari usia remaja menuju usia dewasa. Pada tahapan usia ini, individu tidak lagi hanya menetapkan tujuan jangka panjang, namun juga mencoba beberapa pengalaman baru yang berbeda dan secara bertahap membuat pilihan dalam bidang pekerjaan dan hubungan percintaan.

Kandell (dalam Soliha, 2015) mengatakan bahwa *Emerging Adulthood* adalah masa dimana individu memiliki kurangnya kestabilan dalam perkembangan emosi, kognitif, dan komunikasi interpersonalnya. Masa ini juga merupakan masa dimana individu bukan lagi seorang remaja, namun juga belum sepenuhnya menjadi dewasa, sehingga ketika mereka mengalami kesulitan, maka internet menjadi salah satu cara untuk komunikasi yang efektif bagi perluasan pertemanan mereka (Smahel dalam Soliha, 2015).

Umar (dalam Putri 2018) menjelaskan bahwa masa dewasa awal adalah masa dimana individu sudah mencapai pada tahap kematangan dalam berkomunikasi, karena mereka dituntut untuk dapat berhubungan dengan relasi sosialnya, baik hubungan secara profesional maupun yang bersifat pribadi seperti teman dan keluarga. Dewasa awal diharapkan sudah mampu untuk mengembangkan komunikasi mereka serta mampu untuk memahami isi pesan dari informasi yang mereka sampaikan serta menciptakan hubungan agar bisa diterima dengan efektif dan menghindari komunikasi yang kurang baik. Pesan apapun mengenai diri individu sendiri yang disampaikan kepada individu lain disebut dengan *Self Disclosure* (Wheless & Grotz, 1976). Menurut Derlega dan Grezelak (dalam Taylor, Peplau & Sears, 2009) menjelaskan fungsi dari seseorang yang melakukan *Self Disclosure* yaitu agar mendapat

penerimaan sosial, bisa mengekspresikan diri, mengklarifikasi diri, serta mengontrol informasi yang akan diberikan. *Self Disclosure* mengacu pada tingkat dimana informasi tentang diri seseorang yang bersedia untuk diketahui oleh orang lain (Joinson & Paine, 2007; Sheldon, 2009).

Krasnova (dalam Prawesti & Dewi, 2016) berpendapat bahwa tujuan seseorang menggunakan media sosial karena merasakan adanya kenyamanan ketika membagikan informasi pribadinya. Penggunaan media sosial juga digunakan untuk membangun serta memperluas hubungan sosial melalui dunia maya dan berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi. Leung (2007) mengatakan bahwa tujuan seseorang menggunakan media sosial adalah agar mendapatkan pengakuan sosial.

Namun disisi lain penggunaan media sosial juga tentu memiliki resikonya sendiri yaitu jika disalah gunakan, dapat menimbulkan masalah-masalah tertentu, seperti penyampaian informasi yang berlebihan, informasi-informasi pribadi yang disebar luaskan, dan tidak terbatasnya orang yang dapat melihat informasi yang kita sampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa orang tersebut tidak malu untuk mengungkapkan perasaan dan informasi-informasi tentang dirinya melalui unggahan foto maupun video yang mereka post di *Instagram*. Seperti pada kasus dimana seorang guru SMA kelas seni di Colorado, Amerika Serikat yang dipecat oleh sekolahnya setelah mengunggah foto yang merendah salah satu muridnya di *Instagram* dengan *caption* yang merujuk bahwa guru tersebut tidak menyukai siswa yang bersangkutan (diakses melalui www.liputan6.com pada 15 Juni 2019). Kasus yang sudah banyak terjadi seperti para orang tua yang mengunggah foto-foto anak mereka, dimana dalam beberapa kasus anak mereka ada yang diculik, dijadikan *meme*, hingga menjadi korban para *pedophilia*. Maka dari itu sangatlah penting bagi kita untuk bisa mengontrol informasi-informasi apa saja yang akan kita berikan kepada orang lain, agar kejadian-kejadian yang tidak kita inginkan tidak terjadi.

Walther (1996) mengemukakan bahwa komunikasi internet mendorong seseorang untuk terlibat dalam 'presentasi diri yang selektif' yang pada akhirnya menggambarkan *Self Disclosure* positif. Individu akan mencoba mengedit foto mereka untuk menurunkan aspek negatifnya dan meningkatkan yang positifnya (Zhao, Grasmuck, & Martin, 2008). Van Dijck (2008) mengatakan bahwa orang-orang menggunakan perangkat lunak berbagi foto untuk menggambarkan diri yang lebih baik.

Studi lainnya mengungkapkan bahwa semakin banyak waktu yang digunakan untuk terlibat dengan media sosial, semakin banyak informasi yang mereka ungkapkan tentang diri mereka kepada orang lain (Jiang, Bazarova, & Hancock, 2011; Mesch & Beker, 2010). Mesch dan Becker (2010) berpendapat bahwa, seiring waktu orang mengungkapkan lebih banyak informasi ketika mereka menjadi lebih dekat dan lebih santai dalam hubungan mereka. Menghabiskan lebih banyak waktu dengan *Instagram* mengurangi kekhawatiran dan kekhawatiran tentang *Self Disclosure*, karena orang secara bertahap merasa nyaman dengan teknologi, mempercayai *followers* mereka, dan mengharapkan konsekuensi yang positif dan negatif yang dihasilkan dari komunikasi dengan orang lain melalui teknologi.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan sebanyak 50 responden dengan menggunakan metode wawancara didapatkan hasil sebagai berikut. Sebanyak 34 orang (68%) mengatakan bahwa mereka selalu mengungkapkan informasi tentang diri mereka serta menceritakan masalah-masalah pribadi mereka di *Instagram* yaitu dengan mengunggah foto ataupun video. Sedangkan 12 orang (32%) sisanya tidak suka mengungkapkan masalah pribadi mereka di *Instagram*, lebih senang untuk bertatap muka secara langsung.

Sebanyak 42 (84%) responden juga menghabiskan waktu yang lama dalam menggunakan media sosial, rata-rata waktu penggunaan media sosial yang digunakan lebih dari 2 jam sehari walaupun hanya untuk sekedar melihat-lihat unggahan orang lain. Selanjutnya berdasarkan hasil survey bahwa mereka menceritakan mengenai hal-hal yang

disukai, kejadian-kejadian yang menurutnya menyenangkan, sedangkan 8 responden (12%) tidak menceritakan hal positif mengenai dirinya namun menceritakan hal yang biasa atau bersifat netral dan hal yang negatif terhadap orang lain, dalam hal ini misalnya orang yang menceritakan mengenai temannya.

Sedangkan 26 (52%) responden mengatakan tidak suka untuk mengungkapkan masalah-masalah mereka *Instagram*, mereka lebih nyaman untuk bercerita secara langsung dengan temannya karena dapat berdiskusi mengenai masalah-masalah yang sedang dihadapi. Responden lebih banyak mengungkapkan informasi-informasi yang menyenangkan atau netral di *Instagram* karena menurut mereka hal tersebut lebih akan mendapatkan reaksi positif dibanding mengungkapkan informasi-informasi negatif yang justru mungkin akan mendapatkan balasan negatif pula. Sebanyak 24 (48%) responden juga berkata mereka tidak selalu mengungkapkan secara jujur setiap informasi yang dibagikan di *Instagram* karena terdapat batasan-batasan ketika menceritakan dirinya di media sosial.

Dalam melakukan pembagian informasi yang lebih pribadi mengenai dirinya sebagai sebanyak 34 (68%) responden membagikan informasi tersebut hanya kepada teman dekat yang berada di *Instagram* saja, mereka berpendapat bahwa informasi yang bersifat pribadi lebih baik hanya dibagikan kepada teman-teman dekatnya saja sedangkan sebanyak 16 responden (32%) membagikan informasi pribadi dirinya ke semua temannya yang berada di *Instagram* menurutnya tidak ada salahnya membagikan informasi pribadi ke media sosial karena mereka ingin lebih dekat dengan teman-teman di *Instagramnya*.

Secara umum, seseorang dapat melakukan *self disclosure* ketika orang lain juga melakukan *self disclosure* dan memberikan respon yang sesuai, yakni seperti *like* maupun komentar-komentar yang individu terima di *Instagram*. Menggunakan *Instagram* mendorong individu untuk terus melakukan *self disclosure* karena mereka tidak perlu untuk bertemu

orang secara langsung saat ingin membagikan informasi (Mesch & Becker 2010, Tidwell & Walther, 2002).

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang menarik adalah bagaimana informasi yang diunggah pengguna *Instagram* mampu menggambarkan *self disclosure*. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian mengenai *Self Disclosure* pada pengguna *Instagram* di Bandung.

1.2 Identifikasi masalah

Dari penelitian ini ingin diketahui gambaran *self disclosure* pada pengguna *Instagram* di Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai *self disclosure* pada pengguna *Instagram* di Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai *self disclosure* pada pengguna *Instagram* di Bandung berdasarkan dimensi-dimensi *self disclosure* yaitu, *Amount, Valence, Honesty/Accuracy, Intention, Intimacy*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan teoritis

1. Memberikan informasi kepada peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai *self disclosure* pada pengguna *Instagram* di Bandung.

2. Diharapkan memberikan wawasan baru bagi ilmu psikologi sosial, khususnya mengenai *self disclosure* pada pengguna *Instagram*.

1.4.2 Kegunaan praktis

1. Memberikan informasi kepada pengguna *Instagram* di Bandung mengenai *Self Disclosure*, dalam menggunakan *Instagram* harus memiliki tujuan serta sadar akan informasi yang dibagikan mengenai diri mereka di *Instagram*

1.5 Kerangka Pikir

Perkembangan teknologi yang maju memudahkan manusia untuk saling berbagi informasi dengan mudah satu sama lain, yaitu dengan berkembangnya media sosial. Media sosial merupakan salah satu sarana untuk mendapatkan serta berbagi informasi. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbagi informasi yaitu *Instagram*.

Instagram memudahkan penggunanya untuk berbagi informasi dengan cara mengunggah foto serta video ke laman *Instagram*. Informasi yang diunggah pun bermacam-macam, bisa berupa tentang makanan, tempat liburan, foto pribadi, aktifitas sehari-hari, namun tak kadang juga mereka berbagi informasi pribadi mereka di *Instagram*, tak lupa juga mereka dapat menuliskan *caption* pada setiap unggahan mereka untuk semakin mempertegas perasaan dan informasi yang disampaikan oleh pengguna.

Kegiatan berbagi perasaan dan informasi kepada orang lain disebut sebagai *Self Disclosure*. *Self Disclosure* atau *Self-disclosure* adalah pesan apapun mengenai diri individu sendiri yang disampaikan kepada individu lain (Wheless & Grotz, 1976). *Self Disclosure* dapat membantu seseorang untuk untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai perilaku diri, penerimaan diri, memperbaiki komunikasi dan mempererat hubungan. Seseorang mampu membuka diri dapat mengemukakan pandangan, ide-ide, serta gagasan secara jelas tanpa menyakiti perasaan orang.

Mengungkapkan informasi dengan mengunggah foto atau video yang berguna bagi orang lain dapat meningkatkan penerimaan sosial dan supaya orang lain dapat menyukai kita, karena dengan berbagi informasi pribadi dan keyakinan pribadi adalah salah satu cara untuk mengawali hubungan untuk menuju ke arah yang lebih intim. Dengan mengungkapkan perasaan kita pada orang lain dapat membantu kita untuk mengurangi beban yang dirasakan. Dengan mengunggah foto atau video tentang keluh kesah kita di *Instagram* dapat mengurangi rasa stress karena kita bisa meluapkan apa yang kita rasakan.

Self Disclosure dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diungkapkan menurut DeVito (1976) yaitu *Dyadic effect*, *Audience Size*, *Topic*, *Valence*, dan *Gender*. Faktor yang pertama adalah *Dyadic Effect*, yaitu hubungan timbal balik yang terjadi saat melakukan *self disclosure*. Hal ini terjadi ketika *self disclosure* diartikan sebagai efek yang spiral yang berfungsi sebagai stimulus untuk *self disclosure* yang lebih banyak. Secara umum orang cenderung menyukai orang lain yang mengungkapkan hal yang samadengan apa adanya. Contohnya, saat individu mengunggah foto maupun video di *Instagram*, lalu ada orang lain yang mengunggah foto atau video yang serupa, kita akan cenderung untuk lebih banyak melakukan *self disclosure* di *Instagram*.

Faktor yang kedua ialah *Audience Size*, yaitu seseorang individu lebih mampu untuk melakukan *Self Disclosure* dalam kelompok kecil dibanding kelompok besar. Individu tidak akan langsung untuk memberikan informasi-informasi tentang diri mereka secara cuma-cuma kepada orang banyak yang belum mereka kenal. Individu akan lebih nyaman untuk membagikan informasi kepada orang-orang terdekat yang individu rasa bisa dipercaya untuk dibagikan informasinya.

Faktor yang ketiga yaitu *Topic*, bidang-bidang informasi yang diungkapkan. Seorang individu akan lebih cenderung untuk mengungkapkan informasi yang sifatnya lebih formal

atau yang berhubungan dengan hobi, dibandingkan dengan informasi yang bersifat pribadi maupun intim kepada orang lain.

Faktor keempat yaitu *Valence*, tanggapan yang bersifat positif dan negatif yang diterima individu. *Feedback* yang positif akan lebih membuat individu untuk semakin terbuka dengan orang lain. *Like* atau komentar positif yang individu terima saat mengunggah foto atau video ke *Instagram*, akan membuat individu semakin terbuka untuk memberikan informasi-informasi lainnya pada orang lain.

Faktor terakhir yaitu *Gender*, sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa wanita secara umum mengungkapkan lebih banyak daripada laki-laki. Tetapi pria dan wanita membuat pengungkapan negatif secara setara. Pada pertemanan sesama jenis, wanita cenderung lebih terbuka kepada wanita ketimbang laki-laki. Pada kehidupan dewasa, wanita lebih cenderung memiliki teman kepercayaan wanita dan lebih mau berbagi informasi pribadi dibandingkan dengan laki-laki.

Self Disclosure terdiri dari lima dimensi yaitu *Amount* (frekuensi dan durasi), *Valency* (positif-negatif), *Honesty/Accuracy* (kejujuran dan ketepatan), *Intention* (tujuan) dan *Intimacy* (kedalaman dan keintiman)

Pada dimensi pertama yaitu *Amount*, yaitu frekuensi dan durasi yang digunakan oleh seorang individu. *Self Disclosure* dinilai baik jika memiliki waktu sedikit untuk mengutarakan maksud dan tujuan. Berapa kali dalam sehari pengguna *Instagram* dalam membuka aplikasi untuk membagikan informasi melalui unggahannya, serta berapa lama waktu yang digunakan untuk membagikan informasi tersebut di *Instagram*.

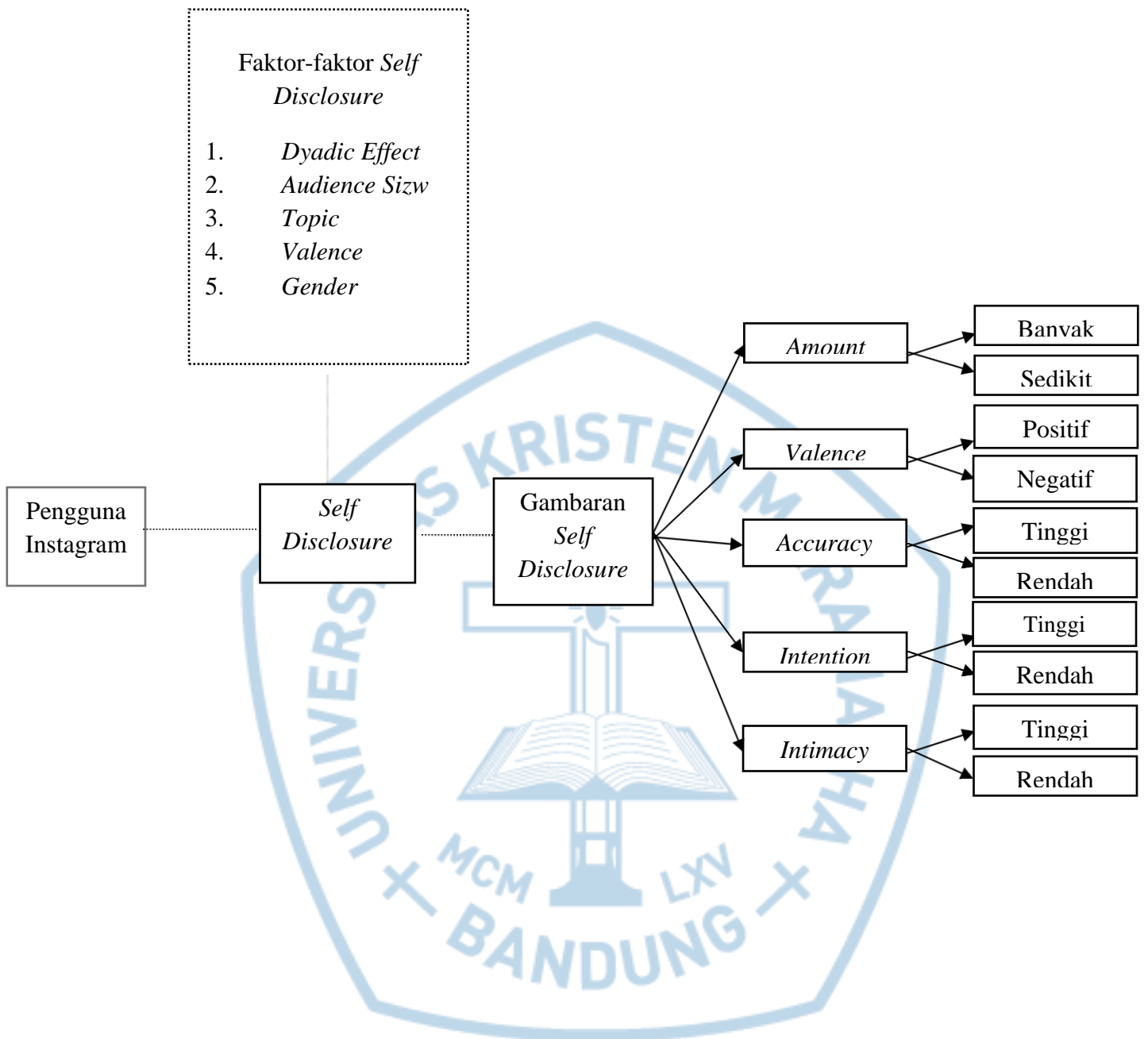
Pada dimensi kedua, yaitu *Valency*, dijelaskan sebagai informasi yang bersifat positif maupun negatif yang mereka ungkapkan kepada oranglain. *Valency* dapat dilihat dari pernyataan yang baik untuk didengar maupun yang tidak baik. Pengguna *Instagram*

membagikan informasi yang bersifat positif maupun negatif pada unggahannya di *Instagram*. Informasi dinilai positif jika mengungkapkan hal-hal yang tergolong baik, mendukung, berupa pujian, humor, dan perasaan menyenangkan lainnya yang diunggahnya di *Instagram*, namun sebaliknya dinilai negatif jika informasi tersebut dapat menyakiti perasaan orang lain, seperti mencela, mengkritik.

Pada dimensi ketiga yaitu *Honesty/Accuracy*, individu tidak menambah atau mengurangi informasi yang sebenarnya sehingga orang lain mampu untuk mengerti yang telah disampaikan. Sedangkan ketepatan *Self Disclosure* dipengaruhi oleh seberapa besar pengetahuan tentang diri sendiri. Pemahaman tentang diri akan membuat suatu informasi yang disampaikan semakin tepat. Pengguna *Instagram* akan mengunggah foto atau video sesuai dengan kenyataan yang benar terjadi, seperti jika mengunggah foto liburan di pantai, maka foto dengan kenyataan itu sejalan, bahwa individu memang benar-benar sedang berada di pantai sesuai dengan foto.

Pada dimensi keempat yaitu *Intention*, kemampuan seorang individu dalam menyampaikan informasi kepada orang lain dan kemampuan untuk mengontrol informasi yang diungkapkan. Suatu hubungan akan semakin akrab apabila informasi yang diberikan semakin luas. Pengguna *Instagram* mampu untuk mengontrol informasi yang akan diberikan melalui unggahannya di *Instagram* serta sadar akan isi dari informasi yang diberikannya kepada orang lain, dengan tujuan unggahan yang dia bagikan bisa berguna bagi orang lain.

Dimensi terakhir yaitu *Depth/Intimacy*, seberapa dalam dan intim sebuah informasi yang disampaikan oleh seorang individu tentang dirinya baik itu yang bersifat umum atau pribadi. Pengguna *Instagram* mampu untuk membagikan informasi yang bersifat intim atau rahasia pada orang lain, seperti hubungannya dengan keluarga atau dengan teman yang bersifat intim.



1.1 Bagan Kerangka Pemikiran

1.6 Asumsi Penelitian

1. *Self Disclosure* yang dilakukan di *Instagram* dengan mengunggah foto maupun video di *Instagram* oleh pengguna *Instagram* dapat diukur melalui 5 dimensi *Self Disclosure* yaitu *Amount, Valence, Honesty/Accuracy, Intention*, dan *Intimacy*.
2. Pengguna *Instagram* memiliki *dimensi self disclosure* dengan derajat yang berbeda beda.

