

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini merupakan suatu keutuhan guna mendukung penelitian, dengan cara menjelaskan penelitian terdahulu yang selaras dengan judul penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu konsep diri dan *self disclosure* customer laki-laki pengguna produk PIXY di Jakarta. Selanjutnya, penelitian terdahulu dijadikan acuan dasar dalam penelitian dasar yang ada dalam penelitian yang sudah dilaksanakan yang berguna dalam membuktikan orisinalitas dari penelitian. Peneliti telah menemukan 6 (enam) penelitian dengan topik yang sama dengan peneliti.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

No	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Teori	Metode	Hasil
1	Riza & Perbawani, (2021)	Endorser laki-laki produk kosmetik perempuan dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Khalayak	Social Influence Theory	Studi Deskriptif Kualitatif	menyelidiki hubungan kausatif antara praktik <i>endorsement</i> produk kosmetik oleh selebriti pria, dan bagaimana pengaruhnya terhadap sikap khalayak.
2	Al Azis & Irwansyah, (2021)	Fenomena <i>Self Disclosure</i> dalam Penggunaan Platform Media Sosial	Teori Pengungkapan Diri ( <i>Self Disclosure</i> )	Studi Deskriptif Kualitatif	menghasilkan uraian teoritis mengenai pengaruh teori pengungkapan diri ( <i>self disclosure</i> ) pada fenomena selebgram tersebut terhadap perkembangan hubungan antara selebgram dengan pengikutnya.

3	Mustari, (2020)	Konsep Diri dan Self Disclosure Mahasiswa Perokok di Universitas Hasanuddin	Teori Johari Window	Studi Deskriptif Kualitatif	mengetahui hambatan yang terjadi dalam pembentukan konsep diri dan <i>self disclosure</i>
4	Pradani & Suhanti, (2020)	Persepsi Sosial Laki-Laki terhadap Perilaku Male Grooming	Teori Persepsi sosial	Studi Deskriptif Kualitatif, Model Penelitian Fenomenologi	mengungkapkan secara mendalam terkait persepsi sosial laki-laki terhadap perilaku male grooming
.5	Devi & Indryawati, (2020)	Trust dan <i>Self Disclosure</i> pada Remaja Putri Pengguna Instagram	Teori Pengungkapan Diri ( <i>Self Disclosure</i> )	Studi Deskriptif Kualitatif	mengetahui hubungan antara trust dan self disclosure pada remaja pengguna Instagram.
6.	Salshabilla, (2023)	Self Disclosure Dalam Komunikasi Interpersonal Pada Aplikasi Kencan OkCupid (Studi Pada Mahasiswa Perempuan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional)	Teori Pengungkapan Diri ( <i>Self disclosure</i> )	Studi Deskriptif Kualitatif (Metode Pendekatan Fenomenologi)	mengetahui bagaimana keterbukaan diri yang dilakukan para pengguna aplikasi OkCupid kepada pasangan matchnya apakah mereka berhasil sampai ke tahap pertemuan secara langsung dan bertatap muka.

Dalam hasil penelitian terdahulu yang relevan akan dibahas mengenai beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu sebagai acuan dalam menentukan Tindakan lanjut sebagai pertimbangan dari penelitian. Berikut ini beberapa penelitian yang relevan :

1. Riza & Perbawani, (2021), dalam penelitian menyatakan bahwa laki-laki sebagai endorser produk kosmetik wanita merupakan praktik yang relative baru dalam dunia pemasaran di Indonesia. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk menyelidiki hubungan kausatif antara praktik *endorsement* dari produk kosmetik oleh selebriti laki-laki, serta bagaimana pengaruh terhadap sikap khalayak yang dipandang beralaskan pada *social influence theory*. Persamaan penelitian ini dengan skripsi peneliti yaitu keterkaitan pengguna laki-laki terhadap produk yang biasanya digunakan oleh perempuan. Penelitian Asprilla Riza dan Pulung S. Perbawani mengukur survey terhadap 400 responden pengguna sosial media Instagram yang ada di Indonesia sedangkan peneliti mengukur kepuasan pengguna produk PIXY di Jakarta.
2. Al Azis & Irwansyah (2021), dalam penelitian menyatakan bahwa penelitian tersebut bertujuan untuk menghasilkan uraian teoritis berkaitan dengan pengaruh teori pengungkapan diri (*self disclosure*) pada fenomena selebgram tersebut terhadap perkembangan hubungan antara selebgram dengan pengikutnya.
3. Mustari (2020), dalam penelitian memiliki kesamaan dengan skripsi peneliti yaitu untuk mengetahui konsep diri dan *self disclosure* serta mengetahui hambatan yang terjadi dalam pembentukan konsep diri dan *self disclosure*. Penelitian dari Tasa Nurul Annisa Mustari meneliti tentang mahasiswa perokok di Universitas Hasanuddin sedangkan peneliti akan meneliti customer laki-laki pengguna produk perawatan Wanita bermerek PIXY di Jakarta.

4. Pradani & Suhanti (2020), dalam penelitian bertujuan untuk mengungkapkan secara luas mengenai pandangan atau persepsi sosial laki-laki terhadap perilaku male grooming sedangkan peneliti mengungkapkan secara mendalam mengenai konsep diri dan *self disclosure* customer laki-laki pengguna produk PIXY di Jakarta.

5. Devi & Indryawati (2020), dalam penelitian menyatakan bahwa adanya hubungan antara trust dan *self disclosure* pada remaja pengguna Instagram yang berarti semakin tinggi trust maka akan semakin tinggi pula *self disclosure*. Elitia Devi dan Rini Indryawati menggunakan metode penelitian kuantitatif dan penelitian tersebut bertujuan untuk memahami interaksi antara trust dan *self disclosure* pada remaja pengguna Instagram. Sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan penelitian bertujuan untuk mengetahui konsep diri dan *self disclosure* customer laki-laki pengguna produk PIXY di Jakarta.

6. Salshabilla (2023), metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menyatakan bahwa proses keterbukaan diri dimulai dengan mengungkapkan latar belakang pribadi sebelum percakapan semakin intim. Dan hal-hal yang diungkapkan saat melakukan keterbukaan diri yaitu tentang hal yang disukai, kesamaan yang ada diantara kedua pengguna, pengungkapan curahan hati (curhat) dan terjadinya pertukaran sosial media agar percakapan semakin intim lalu kedua pengguna memutuskan bertemu dan semakin mendalam hingga akhirnya memutuskan untuk berpacaran. Sedangkan peneliti menggunakan metode fenomenologi untuk mengungkap konsep diri dan *self disclosure* customer laki-laki pengguna produk PIXY di Jakarta.

## 2.2 Kerangka Teori

### 2.2.1. Konsep Diri

Konsep diri merupakan persepsi diri seseorang atas sikap, penilaian, dan anggapan individu mengenai dirinya sendiri. Konsep diri yang dimaksud adalah sekumpulan unsur kepercayaan, emosi dan perlakuan orang lain pada diri sendiri. Sedangkan yang dimaksud penilaian orang lain adalah sebuah evaluasi dari diri individu dan orang lain dalam berbagai aspek kehidupan. Castells berfokus pada kajian pembentukan konsep diri kolektif yang dibentuk oleh sekelompok individu dalam suatu jaringan (internet). Jaringan membuat masyarakat terhubung dalam satu ruang dan waktu yang sama. Dalam penelitian ini, konsep diri dapat terbentuk melalui komunikasi yang terjadi secara virtual seperti dalam media sosial Instagram. Melalui Instagram, pesan ditransmisikan dalam bentuk tulisan, foto, dan video (Castells, 2010).

Manusia tidak hanya bereaksi terhadap orang lain atau membuat penilaian tentang mereka, tetapi juga mempertimbangkan diri mereka sendiri. Setiap individu berperan sebagai subyek dan obyek persepsi pada saat yang bersamaan. Untuk lebih memahami fenomena ini, kita dapat merujuk pada pemikiran Cooley. Menurut Cooley, manusia dapat melakukan hal ini karena kita membayangkan diri kita sebagai orang lain. Konsep ini dikenal sebagai "*looking-glass self*", di mana kita seolah-olah meletakkan cermin di depan kita dan melalui cermin tersebut kita mengamati diri kita sendiri. Dengan bantuan cermin itu, kita membayangkan bagaimana orang lain menilai penampilan dan perilaku kita.

Menurut Rahmat (2003 dalam Gunadi, 2018), konsep diri memiliki dua komponen utama, yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Kedua komponen ini memiliki dampak yang signifikan pada pola komunikasi antarpribadi seseorang. Konsep diri

terbentuk melalui proses pembelajaran yang dimulai sejak masa pertumbuhan individu dari masa kecil hingga dewasa.

Menurut William D. Brooks, konsep diri merupakan persepsi psikologis, fisik dan sosial berkaitan dengan diri individu yang dihasilkan dari pengalaman komunikasi antar individu dengan individu lainnya (Supriyadi et al., 2020). Menurut Castells (2010) terdapat 3 aspek yang dapat menciptakan konsep diri, yaitu :

#### 1) Aspek fisik

Persepsi fisik akan berpengaruh terhadap pembentukan kesan individu dari segi keindahan tubuh yang dapat dirasakan oleh indra. Petunjuk-petunjuk verbal dan non-verbal akan mempermudah seseorang dalam mempersepsi dirinya sendiri.

#### 2) Aspek Psikologis

Konsep diri psikologis bisa ditampakkan dengan sifat kemandirian, keberanian, kenyamanan, kejujuran, ketulusan, kelemahan diri, serta sifat yang bersinggungan dengan aspek psikologis lainnya. Saat individu membentuk konsep dirinya, maka aspek psikologis lebih dominan untuk mempengaruhi konsep diri seseorang dibandingkan aspek lain.

#### 3) Aspek Attitudinal

Konsep diri mencakup anggapan serta perasaan orang lain yang berkaitan dengan dirinya berupa value dan kebanggaan diri. Aspek tersebut juga mencakup bagaimana seseorang menilai dirinya dari status sosial dalam lingkungannya seperti bagaimana dirinya dipandang oleh orang lain secara berharga atau justru dianggap rendah, dan apakah dirinya disukai atau dibenci oleh orang lain.

Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi antarribadi, yaitu (Castells, 2010):

1. Nubuat yang dipenuhi sendiri

Setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Bila seseorang menganggap dirinya orang yang rajin, ia akan berusaha untuk menghadiri kuliah secara teratur, membuat catatan yang baik, mempelajari materi kuliah dengan sungguh-sungguh, sehingga memperoleh nilai akademis yang baik.

2. Membuka diri

Pengetahuan tentang diri kita akan meningkatkan komunikasi, pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru.

3. Percaya diri

Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal sebagai communication apprehension. Orang yang aprehensif dalam komunikasi disebabkan karena kurangnya rasa percaya diri. Untuk menumbuhkan rasa percaya diri, menumbuhkan konsep diri yang shat menjadi perlu.

4. Selektifitas

konsep diri memengaruhi perilaku komunikasi kita krena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa kita bersedia membuka diri (terpaan selektif), bagaimana kita mempersepsikan pesan (persepsi selektif), dan apa yang kita

ingat (ingatan selektif). Selain itu konsep diri juga berpengaruh dalam penyandian pesan (penyandian selektif).

### 2.2.2. Teori *Self Disclosure* Johari Window

*Self-disclosure* adalah proses di mana seseorang mengungkapkan informasi tentang dirinya kepada orang lain (West & Turner, 2008). Informasi yang diungkapkan ini bisa berupa hal-hal pribadi seperti hobi, keyakinan, atau pemikiran. Menurut West dan Turner (2008), *self-disclosure* memiliki peran penting dalam membentuk kedekatan dan keakraban antara individu. Dengan demikian, *self-disclosure* merupakan cara untuk membentuk ikatan emosional dan kedekatan interpersonal dengan orang lain melalui pengungkapan informasi pribadi.

*Self-disclosure*, pertama kali dikembangkan dan dipopulerkan oleh Sidney M. Jourard (1979), didefinisikan sebagai tindakan baik secara verbal maupun non-verbal untuk menyingkapkan aspek-aspek dari diri seseorang kepada orang lain. Keterbukaan diri, dengan kata lain, adalah proses menyampaikan informasi baik secara lisan maupun tulisan tentang keunikan pribadi seseorang, pilihan yang dibuatnya, dan bagian-bagian dari dirinya yang tidak dapat diukur, seperti perasaannya. Dalam konteks pengungkapan diri ini, kepercayaan adalah hal yang mendasar. Biasanya, seseorang mulai membuka diri kepada orang yang telah lama dikenalnya. Di samping itu, menyangkut kepercayaan, beberapa ahli psikologi percaya bahwa perasaan kepercayaan terhadap orang lain yang menjadi dasar bagi seseorang ditentukan oleh pengalaman selama tahun-tahun pertama kehidupannya. Ketika seseorang telah mengungkapkan sesuatu tentang dirinya kepada orang lain, ia cenderung membuka diri lebih lanjut dan memunculkan tingkat keterbukaan yang sebanding dari orang kedua tersebut (Fadilla et al., 2023).

Pembentukan konsep diri seseorang juga berkaitan erat dengan upaya *self disclosure* dirinya pada orang lain. *Self disclosure* atau dapat disebut dengan keterbukaan diri merupakan proses penyingkapan diri pada orang lain berkaitan dengan informasi yang melekat pada dirinya.

Menurut Floyd (2009), *self-disclosure* adalah tindakan sengaja menyampaikan informasi tentang diri sendiri yang diyakini benar, namun belum diketahui oleh orang lain. Dalam konteks komunikasi, *self-disclosure* terjadi ketika individu dengan sengaja memberikan informasi pribadi tentang dirinya dan orang lain percaya akan kebenaran informasi tersebut.

Sementara menurut Wood (2012), *self-disclosure* merujuk pada pengungkapan informasi mengenai diri sendiri yang umumnya tidak diketahui oleh orang lain. Ketika seseorang membuka diri dengan membagikan informasi pribadi seperti harapan, ketakutan, perasaan, pikiran, dan pengalaman, hal itu dapat mengundang orang lain untuk melakukan hal yang sama. Proses ini terjadi karena adanya saling kepercayaan antarindividu, di mana individu yang mengetahui informasi pribadi orang lain cenderung akan merasa nyaman untuk membuka diri kepada orang tersebut.

Dalam pandangan DeVito (2007), *self-disclosure* merupakan suatu bentuk komunikasi di mana seseorang mengungkapkan informasi tentang dirinya sendiri yang biasanya tidak terbuka untuk umum. Informasi ini meliputi pikiran, perasaan, dan perilaku individu. *Self-disclosure* melibatkan informasi pribadi yang biasanya disembunyikan secara aktif oleh individu, yang berarti informasi yang diungkapkan adalah informasi yang sebelumnya dirahasiakan tentang diri sendiri.

Altaman dan Taylor (dalam Gainau, 2009) menjelaskan lima dimensi *self-disclosure*, yang mencakup:

a. Ketepatan

Ketepatan merujuk pada apakah individu mengungkapkan informasi pribadinya dengan relevan dan apakah mereka terlibat langsung dengan peristiwa tersebut. Dalam konteks hubungan, jika self-disclosure tidak sesuai dengan norma-norma yang berlaku, maka hal tersebut dianggap menyimpang dan individu tersebut bertanggung jawab atas konsekuensinya. Namun, jika self-disclosure dilakukan dengan tepat dan sesuai, maka akan meningkatkan reaksi yang positif dari pihak yang mendengarkan.

b. Motivasi

Motivasi berkaitan dengan dorongan individu untuk mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Dorongan ini bisa berasal dari dalam maupun dari luar diri individu. Dorongan internal terkait dengan keinginan atau tujuan individu melakukan self-disclosure, sementara dorongan eksternal berasal dari lingkungan keluarga, sekolah, dan pekerjaan.

c. Waktu

Waktu yang dihabiskan individu bersama seseorang akan meningkatkan kemungkinan terjadinya self-disclosure. Individu perlu memilih waktu yang tepat untuk melakukan self-disclosure dengan memperhatikan kondisi orang lain. Misalnya, jika seseorang sedang lelah atau sedih, mereka cenderung kurang terbuka, tetapi jika mereka sedang bahagia, mereka lebih cenderung untuk melakukan self-disclosure.

d. Keintensifan

Tingkat keintensifan self-disclosure seseorang tergantung pada siapa mereka mengungkapkan diri,

apakah kepada teman dekat, orang tua, teman biasa, atau orang yang baru dikenal.

e. Kedalaman dan Keluasan

Kedalaman self-disclosure terbagi menjadi dua dimensi, yaitu dangkal dan dalam. Self-disclosure dangkal umumnya diungkapkan kepada orang yang baru dikenal, dengan topik informasi yang bersifat umum. Di sisi lain, self-disclosure yang dalam melibatkan topik informasi yang lebih khusus dan diungkapkan kepada individu yang telah memiliki kedekatan hubungan, seperti orang tua, teman dekat, atau pacar.

Dimensi keluasan dalam self-disclosure berhubungan dengan kepada siapa individu mengungkapkan dirinya (target person), seperti orang yang baru dikenal, teman biasa, orang tua/saudara, dan teman dekat.

Leung (2002) juga mengidentifikasi lima aspek self-disclosure, sebagai berikut:

1. Kontrol kedalaman

Individu menyadari bahwa mereka berbicara tentang diri sendiri dengan cukup rinci, mengungkapkan hal-hal yang intim atau pribadi, dan sepenuhnya mengekspresikan perasaan mereka sendiri melalui media sosial.

2. Ketepatan

Berkaitan dengan kejujuran, keterbukaan, dan ketulusan tentang perasaan, emosi, dan pengalaman individu saat menggunakan media sosial.

Teori *self disclosure* yang menjadi dasar bagi teknik Johari Window adalah teori pengungkapan reaksi atau tanggapan diri

terhadap situasi yang sedang dihadapi, serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan atau berguna untuk memahami tanggapan kita saat ini. Konsep ini menjadi landasan bagi teknik Johari Window, yang menekankan pentingnya seseorang membuka diri terhadap lingkungannya untuk mencapai pemahaman yang baik. Membuka diri dalam konteks ini tidak berarti mengungkapkan detail pribadi, tetapi lebih pada mengungkapkan reaksi terhadap berbagai kejadian yang dialami bersama.

Pelaksanaan teknik Johari Window menekankan bahwa setiap individu bisa memiliki pemahaman atau tidak tentang diri sendiri maupun tentang orang lain. Oleh karena itu, penting untuk ada pengungkapan diri antara individu agar saling mengenal satu sama lain. Johnson menjelaskan bahwa pembukaan diri memiliki dua sisi: bersikap terbuka kepada orang lain dan bersikap terbuka bagi orang lain. Bersikap terbuka kepada orang lain berarti berbagi gagasan dan perasaan kepada orang lain serta membiarkan mereka mengetahui tentang diri kita.

Sementara itu, bersikap terbuka bagi orang lain berarti menunjukkan perhatian pada gagasan dan perasaan orang lain serta mengetahui siapa mereka. Kedua proses ini, jika terjadi bersamaan, dapat membentuk hubungan terbuka antarindividu. Jika seseorang memahami dirinya sendiri, maka dia akan dapat mengendalikan sikap dan perilakunya saat berinteraksi dengan orang lain.

Proses membuka diri ini biasanya tidak formal, tetapi lebih tentang bagaimana seseorang menerima kehadiran orang lain dan orang lain dapat membuka diri mereka untuk diterima oleh orang lain. Menurut Liliweri, membuka diri adalah langkah pertama dalam kontak antarpribadi, hubungan pertama yang menghubungkan seseorang dengan orang lain.

Membuka diri adalah pintu masuk bagi seseorang untuk mengenal orang lain dan mengenal diri sendiri. Dengan membuka

diri, manusia sedang menyadari diri sebagai komunikator dan penerima komunikasi. Mereka berpendapat bahwa dengan membuka diri, manusia membuka jendela-jendela ketidaktahuan dan pengetahuan dalam diri mereka sendiri.

Teori Johari Window dirumuskan berdasarkan ketergantungan hubungan interpersonal dan intrapersonal manusia. Orang yang telah memberikan kepercayaan pada orang lain akan dengan mudah membeberkan informasi bahkan privasi milik dirinya. Hal tersebut diyakini oleh para ahli psikolog bahwa kepercayaan adalah modal dasar seseorang untuk memulai mengungkapkan diri pada orang lain.

Berikut merupakan tabel yang terdiri atas empat kuadran (*open, blind, hidden, dan unknown*) berdasarkan teori Johari Window:

**Gambar 2.1 Empat Kuadran Johari Window**

	Disadari oleh diri sendiri	Tidak disadari oleh diri sendiri
Disadari oleh orang lain	<b>OPEN</b> (Area terbuka, disadari oleh diri sendiri dan orang lain)	<b>BLIND</b> (Area buta, disadari oleh orang lain tapi tidak disadari oleh diri sendiri)
Tidak disadari oleh orang lain	<b>HIDDEN</b> (Area tertutup, disadari oleh diri sendiri tapi tidak disadari oleh orang lain)	<b>UNKNOWN</b> (Area tidak diketahui, tidak disadari oleh diri sendiri maupun orang lain)

#### 1. Kuadran 1 *Open Area* (Area Terbuka)

*Open Area* atau area terbuka adalah sekumpulan informasi yang diketahui oleh orang lain dan juga diketahui oleh diri sendiri. Hal

tersebut dapat meliputi emosi, motivasi, dan karakter yang dengan sengaja ingin diperlihatkan pada orang lain. Dalam praktiknya di para pengguna produk PIXY, yaitu kebanggaan mereka dalam menggunakan suatu produk dengan memakai perawatan secara percaya diri di tempat umum atau di Kawasan terbuka. Dalam tahap ini, apabila seseorang secara intens melakukan interaksi maka area akan semakin meluas.

## 2. Kuadran 2 *Blind Area* (Area Buta)

*Blind Area* atau area buta merupakan daerah buta yang menunjukkan sifat dan perilaku yang dimiliki seseorang namun tidak ia kenali, akan tetapi dikenal oleh orang lain. Terkadang suatu masalah atau kelemahan hanya dapat dilihat oleh orang lain. *Blind Area* berisi sekumpulan informasi yang diketahui individu lain akan tetapi tidak diketahui oleh diri sendiri. Dalam praktiknya di Instagram, area blind yaitu ketika seorang pengguna produk PIXY memakai produk tersebut kemudian kerabatnya menyimpulkan bahwa terdapat sifat atau emosi yang diungkapkan melalui efek produk setelah dipakai, namun pengguna produk tersebut tidak menyadari emosi dan sifat tersebut.

## 3. Kuadran 3 *Hidden Area* (Area yang Tersembunyi)

*Hidden Area* atau area tersembunyi merupakan sekumpulan informasi yang hanya diketahui oleh diri sendiri, tanpa orang lain tahu tentang informasi tersebut. Hal tersebut dapat meliputi pengalaman atau informasi yang dianggap tabu bagi masyarakat. Dalam praktiknya oleh pengguna produk PIXY, hidden area dapat berupa perubahan yang ia rasakan namun tidak diungkapkan. Misalnya ketika laki-laki yang malu untuk memakai serangkaian produk perawatan wajah maka tidak akan mengatakan apapun yang berkaitan dengan perawatannya.

Hidden Area tidak akan membesar apabila individu mengungkapkan informasi terkait dirinya sendiri.

#### 4. Kuadran 4 *Unknown Area* (Area yang Tidak Diketahui)

*Unknown Area* merupakan daerah misteri yang menunjukkan perilaku, sifat, motivasi, serta intensi yang dimiliki seseorang namun tidak diketahui baik dirinya ataupun orang lain. Hal ini bisa jadi merupakan potensi tersembunyi dari diri seseorang yang belum diketahui. *Unknown area* merupakan area yang berisi informasi yang tidak diketahui oleh siapapun. Baik dari informasi dan emosi yang berkenaan dengan individu tidak dikenali oleh diri sendiri dan orang lain. Hal tersebut berupa area yang hanya dapat diungkap oleh para ahli psikolog.

Kita perlu membuka diri karena sebagai makhluk sosial, manusia memiliki keterbatasan dan membutuhkan bantuan serta empati dari orang lain. Beberapa alasan mengapa membuka diri penting meliputi:

1. Untuk memenuhi kebutuhan hidup karena kita memiliki keterbatasan, dan membangun hubungan baik dengan orang lain membantu mengatasi keterbatasan tersebut.
2. Manusia memiliki potensi tersembunyi yang tidak disadari sendiri, tetapi orang lain dapat mengenali potensi tersebut.
3. Manusia menghadapi permasalahan dalam hidup sehingga membutuhkan bantuan dari orang lain.
4. Kehidupan yang harmonis dapat terwujud melalui saling kenal, menghargai, dan memahami satu sama lain.
5. Kebenaran dapat ditemukan melalui keterbukaan, yang merupakan salah satu cara untuk mencapai kesepahaman bersama.
6. Kontrol atas tindakan manusia dapat dipertahankan melalui hubungan yang baik dengan orang lain.

7. Orang sering merasa tidak percaya pada diri sendiri sehingga memerlukan bantuan dari orang lain untuk membangun kepercayaan.

Membuka diri adalah tindakan rasional yang menghasilkan hubungan yang saling menguntungkan. Orang yang membuka diri bisa mendapatkan respon yang diinginkan, sementara orang lain juga dapat membuka diri sesuai kepentingannya.



### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran berisikan mengenai peta konseptual bagaimana alur peneliti berfikir dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran yang disajikan mengaitkan konsep diri dan self-disclosure dengan persepsi pengguna produk PIXY, terutama pelanggan laki-laki. Berikut ini bagan yang menjelaskan kerangka berpikir peneliti :



**Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran**