

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat referensi dari peneliti terdahulu dan berbagai macam sumber dari jurnal yang mendukung penelitian ini. Penelitian dibawah yang akan menjadi referensi penelitian “*Analisis Self-Disclosure Penggunaan Fitur Close Friends pada Second Account di Instagram*”. Penelitian diatas lah yang akan menjadi panutan peneliti dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

Teori *self-disclosure* pun yang nanti akan memberikan gambaran terkait tindakan yang dilakukan oleh mahasiswa di Universitas Nasional untuk mengungkapkan dirinya lebih dalam. Sehingga peneliti dapat memahami motif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dalam menggunakan fitur *close friends* pada *second account* di media sosial instagram. Berikut referensi jurnal yang peneliti pilih untuk mendukung berjalannya penelitian.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti /Tahun	Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ali Achmad Zainuri, Sri Hastjarjo	Analisis penggunaan Fitur <i>Close Friends</i> pada Akun Kedua di Instagram menggunakan Teori <i>Communication</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Teori Motif Penggunaan Media Sosial. • Teori Manajemen <i>Privacy</i> Komunikasi. 	Informan mengaku memilih menggunakan akun kedua dan mengaktifkan layanan <i>close friends</i> karena ingin menjaga

		<p><i>Privacy Management</i> di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret</p>	<p>Dengan pendekatan kualitatif</p>	<p><i>privacy</i> yang dimilikinya. Selain itu informan menjelaskan menggunakan layanan fitur <i>close friends</i> menurutnya langkah yang tepat dan berbahaya apabila dijadikan asumsi publik.</p>
2.	<p>Retasari Dewi, Preciosa Alnashava Janitra (2018).</p>	<p>Dramaturgi Dalam Media Sosial: <i>Second Account</i> Di Instagram Sebagai Alter Ego.</p>	<p>Teori Dramaturgi dengan menggunakan metode kualitatif</p>	<p>Keberadaan instagram merupakan salah satu bentuk penyaluran eksistensi diri. Harapan penilaian yang besar bagi remaja, maka tak jarang bagi sebagian remaja ingin menampilkan diri mereka dalam versi lain. Beberapa informan memiliki akun kedua agar dapat menunjukkan diri mereka yang lain juga terhindar</p>

				dari hal yang tidak diinginkan, sedangkan akun yang lain untuk menunjukkan citra diri yang baik.
3.	Vicky Dianiya (2021).	Management <i>Privacy</i> dalam penggunaan fitur “close friends” di <i>Instagram</i>	Teori <i>Communication Privacy Management</i> . Dengan metode <i>kualitatif</i>	komunikator dalam berbagi pesan merupakan hal yang cukup penting, karena dapat mencegah dari berbagai macam hal yang tidak diinginkan terjadi. Serta dapat mengurangi rasa was-was ketika mengunggah sesuatu.
4.	Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, Noviawan Rasyid Ohorella (2020).	<i>Self-disclosure</i> Generasi Millennial melalui <i>Second Account</i> Instagram.	Teori <i>self-disclosure</i> dari Joseph Luft dan Hary Ingham, dan paradigma konstruktivis media sosial. Dengan metode <i>kualitatif</i>	Generasi millennial lebih leluasa dalam mengungkapkan diri melalui <i>second account</i> . Pada <i>second account</i> mereka lebih bebas dan lebih bisa terbuka karena pengguna dapat memilah-milah siapa

				saja yang dapat melihat unggahan informasi yang dibagikan karena hanya orang-orang yang mereka percayai yang dapat mengonsumsi informasi tersebut.
5.	Mutiara Ayu Oktavianti (2018).	Instagram Stories Sebagai Media Self Disclosure Mahasiswa Ilmu Komunikasi UINSA	<i>Teori Self-Disclosure dengan pendekatan kualitatif</i>	Membagikan cerita melalui Instagram <i>stories</i> tentunya memiliki maksud tertentu. Mereka membagikan melalui <i>instastories</i> karena dirasa nyaman dalam mengekspresikan serta melakukan pengungkapan dirinya.

1. ANALISIS PENGGUNAAN FITUR CLOSE FRIENDS PADA AKUN KEDUA DI INSTAGRAM MENGGUNAKAN TEORI COMMUNICATION PRIVASI MANAGEMENT DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SEBELAS MARET oleh Ali Achmad Zainuri, Sri Hastjarjo, Universitas Sebelas Maret tahun 2016. Rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah Bagaimana motif yang melatar belakangi penggunaan akun kedua untuk menggunakan layanan close friends pada akun

kedua yang ia miliki. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengguna fitur close friends pada akun kedua di Instagram. Dari hasil penelitian ini adalah informan mengaku memilih menggunakan akun kedua dan mengaktifkan layanan *close friends* menurut langkah yang tepat dan berbahaya apabila dijadikan asumsi publik didapatkan dengan cara melakukan wawancara dan dokumentasi. Peneliti ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dan untuk validasi data triangulasi data sumber. Perbedaan dari penelitian sebelumnya yang menggunakan teori *Communication Privacy Management*. *Communication Privacy Management* ialah teori yang menjelaskan tentang masih dalam tahap mengatur pengungkapan diri / pengelolaan ketegangan antara keinginan terbuka antara menjadikan diri sebagai bagian dari publik atau bersifat pribadi (privasi). Perbedaan dengan teori *Self-Disclosure* ini merupakan suatu tindakan untuk mengungkapkan diri secara langsung tentang bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain terhadap situasi yang terjadi pada saat ini, dan juga memberikan informasi tentang masa lalu yang memiliki keterkaitan terhadap reaksi yang diperbuat individu pada saat ini. Perbedaan selanjutnya mengenai subjek penelitian sedangkan persamaan penulis dengan penelitian sebelumnya sama-sama menganalisis penggunaan fitur *close friends* pada akun kedua di instagram.

2. **DRAMATURGI DALAM MEDIA SOSIAL: *SECOND ACCOUNT* DI INSTAGRAM SEBAGAI ALTER EGO** oleh Retasari Dewi Preciosa Alnashava Janitra, Univeritas Padjadjaran Tahun 2018. Rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana gambaran dramaturgi dalam media

sosial second account di Instagram sebagai alter ego. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran dramaturgi dalam media sosial: *Second Account* di Instagram sebagai alter ego. Dari hasil penelitian ini adalah Keberadaan instagram merupakan salah satu bentuk penyaluran eksistensi diri. Harapan penilaian yang besar bagi remaja, maka tak jarang bagi sebagian remaja ingin menampilkan diri mereka dalam versi lain. Beberapa informan memiliki akun kedua agar dapat menunjukkan diri mereka yang lain juga terhindar dari hal yang tidak diinginkan, sedangkan akun yang lain untuk menunjukkan citra diri yang baik. Perbedaan dari peneliti sebelumnya terdapat pada teori yang digunakan untuk peneliti, sedangkan persamaan penelitian ini sama-sama membahas penggunaan second account membahas mengenai motif dari mempunyai akun alter.

3. **MANAGEMENT PRIVACY DALAM PENGGUNAAN FITUR “CLOSE FRIENDS” DI INSTAGRAM** oleh Vicky Dianiya, Universitas Indonesia tahun (2021). Rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana gambaran management *privasi* dalam pengguna fitur “close friends” di Instagram. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran management *privasi* dalam pengguna fitur “close friends” di Instagram. Dari hasil penelitian ini adalah *Privacy* pasti dimiliki oleh semua orang dan pengungkapannya pun dalam bentuk yang berbeda-beda. Mengontrol komunikator dalam berbagi pesan merupakan hal cukup penting, karena dapat mencegah dari berbagai macam hal yang tidak diinginkan terjadi. Serta dapat mengurangi rasa was-was ketika mengunggah sesuatu didapatkan dengan cara

melakukan wawancara dan pendekatan teori *communication privacy management*. Perbedaan dari peneliti sebelumnya menggunakan teori *communication privacy management* untuk menganalisis. Persamaan penelitian ini sama-sama membahas mengenai fitur *close friends* pada instagram, pembahasan mengarah pada cara majemen seseorang terhadap penyuguhan informasi.

4. ***SELF-DISCLOSURE GENERASI MILLENNIAL MELALUI SECOND ACCOUNT INSTAGRAM*** oleh Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, Noviawan Rasyid Ohorella, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta tahun 2020. Rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana menemukan keterbukaan diri atau *self-disclosure* dengan kebebasan berekspresi dan menghilangkan rasa insecure yang dirasakan oleh generasi millennial di *second account*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan keterbukaan diri atau *self-disclosure* dengan kebebasan berekspresi dan menghilangkan rasa insecure yang dirasakan oleh generasi millennial di *second account*. Dari hasil penelitian ini adalah untuk Generasi millennial lebih leluasa dalam mengungkapkan diri melalui *second account*. Pada *second account* mereka lebih bebas dan lebih bisa terbuka karena pengguna dapat memilah milah siapa saja yang dapat melihat unggahan informasi yang dibagikan karena hanya orang-orang yang mereka percayai yang dapat mengonsumsi informasi tersebut didapatkan dengan cara melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dan pendekatan teori *self-disclosure* dari Joseph Luft dan Hary Ingham. Perbedaan dari peneliti sebelumnya menggunakan

tambahan teori, hanya meneliti penggunaan *second account* pada instagram. Persamaan penelitian ini juga menggunakan salah satu teori yang sama yakni teori *self-disclosure*, juga meneliti media sosial yaitu instagram.

5. INSTAGRAM STORIES SEBAGAI MEDIA SELF-DISCLOSURE

MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UINSA oleh Mutiara Ayu Oktavianti, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2018. Rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana gambaran *self-disclosure* mahasiswa ilmu komunikasi UINSA melalui instagram story. Adapun tujuan untuk mengetahui gambaran *self-disclosure* mahasiswa ilmu komunikasi UINSA melalui instagram story. Dari hasil penelitian ini adalah Membagikan cerita melalui Instagram *stories* tentunya memiliki maksud tertentu. Mereka membagikan melalui *instastories* karena dirasa nyaman dalam mengekspresikan serta melakukan pengungkapan dirinya didapatkan dengan cara melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dan pendekatan teori *self-disclosure* dari Joseph Luft dan Hary Ingham. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang penulis lakukan adalah menggunakan fitur Instagram yang berbeda. Subjek penelitian yang berbeda. Lokasi penelitian yang berbeda. Persamaan peneliti ini juga menggunakan teori yang sama yaitu *self-disclosure*, menganalisis media sosial instagram.

2.2 Kajian Pusaka

2.2.1 New Media

New Media atau media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberi kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima atau pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas atau masyarakat “baru” melalui isi media.

Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011)¹¹ menamakan media baru sebagai media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula.

McQuail juga menguraikan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu :¹²

1. Interactivity, diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap tawaran dari sumber atau pengirim.
2. Social Presence, dialami oleh pengguna, sense of personal contact dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah

¹¹ McQuail, Denis, Teori Komunikasi Massa, (Jakarta: Salemba Humanika 2011), hal 91

¹² Ibid, hal. 106

medium. Media Richness: Media (baru) dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih pekadadan lebih personal.

3. Autonomy, seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.
4. Playfulness, digunakan untuk hiburan dan kenikmatan.
5. Privacy, diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.
6. Personalization, tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

Pada dasarnya, penggunaan media baru yang didukung dengan kehadiran teknologi internet di era globalisasi seperti sekarang semakin memanjakan bagi para penikmatnya, utamanya bagi para pengguna smartphone, jika pada media seperti televisi dan radio penggunanya hanya mampu berperan sebagai audiens, pengguna smartphone diberikan kesempatan untuk menjadi bagian dari pembentukan dan penguatan suatu diskursus. Pada akhirnya mampu menggeser kehadiran media lama konvensional sebagai pemegang akan diskursus yang ingin dibentuk, dijaga, dan dikuatkan dan menyediakan segala.

2.2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan new media yang menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat modern. Sebutan new media sendiri adalah ungkapan masa kini atau media baru, yang dimana televisi, koran, radio, majalah termasuk media lama/old media. Namun istilah tersebut bukan berarti meniadakan istilah media lama begitu saja dan digantikan oleh media baru, tetapi hanya dalam karakteristik yang terlihat saja. Fenomena new media yang muncul sekarang ini adalah dimana media memungkinkan pengguna untuk dapat mengakses ruang seluas-luasnya tanpa adanya batasan.¹³

Perkembangan yang pesat mengenai new media, telah memberikan banyak sekali terobosan-terobosan baru terhadap situs untuk berkomunikasi, tak hanya sekedar *email* dan *chatting* saja namun muncul Instagram, Facebook Twitter, Path situs baru versi new media untuk berkomunikasi. Salah satu aplikasi yang saat ini digemari yakni *instagram*, karena didalamnya terdapat berbagai macam fitur menarik.

¹³ Watie, E. D. S, “Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)”, *Jurnal The Messenger*, Vol 3 No 2, 2016, hal 73

2.2.3 Instagram



Gambar 2.1 Logo Instagram

Sumber : Google.com

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video pendek dilengkapi dengan berbagai fitur yang ada membuat aplikasi tersebut menarik dikalangan remaja, Kevin Systrom dan Mike Krieger merupakan pendiri instagram pada tahun 2010.¹⁴ Tujuan umum instagram sendiri yaitu sebagai sarana untuk mempublikasikan hiburan dan kesenangan dalam mengekspresikan diri melalui aktivitas keseharian atau *privacy*. Pengguna memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan dalam aplikasi instagram untuk menambah sensasi ketika akan membagikan unggahan.

Adapun berbagai fitur-fitur instagram yang dapat dinikmati:¹⁵

1. Pengikut/*Followers*

Pengikut atau *followers* adalah pengguna yang mengikuti akun kita. Pengikut dapat berupa teman dekat, saudara, hingga orang asing.

¹⁴ Mahendra, B, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)", *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol 16 No 1, 2017, hal 39

¹⁵ Soemari, D, "Pengaruh Fitur Close Friends Instagram Terhadap Self Disclosre Siswa Sman 1 Maros", *Jurnal of Chemical Information and Modeling*, Vol 2 No 1, 2020, hal 71

Saat kita mengunggah foto maupun video, pengikut dapat melihat unggahan kita karena unggahan tersebut terdapat di beranda pengikut. Sehingga pengikut dapat memberikan *likes* serta *comment* pada postingan tersebut.

2. Diikuti/*Following*

Diikuti atau *following* merupakan kebalikan dari pengikut, diikuti berarti pengguna mengikuti akun pengguna lain. Bila orang yang kita ikuti mengunggah foto maupun video kita dapat menikmati postingan tersebut melalui beranda dan juga dalam postingan tersebut kita dapat memberikan *like* serta *comment*.

3. Unggah Foto/Video

Instagram merupakan aplikasi untuk mengunggah foto maupun video. Sehingga siapapun dengan mudah untuk membagikan foto atau video melalui album foto smartphone.

4. Efek Foto/Video

Ketika pengguna hendak mengirim unggahan tersebut pengguna akan ditawarkan fitur efek atau yang biasa dikenal dengan *filter*. *Filter* bertujuan untuk memberikan sensasi edit foto secara instan sehingga foto atau video dapat menjadi lebih menarik.

5. Judul Foto, Lokasi, *Hashtag*, dan Tandai Teman

Saat akan mengunggah foto atau video pengguna dapat memberikan serta mengatur judul foto apa yang akan diberikan, lokasi

terkini, *hashtag* yang kekinian dan dapat menandai teman, sehingga teman yang pengguna tandai dapat melihat postingan yang diunggah.

6. *Explore*

Explore merupakan foto atau video dari berbagai akun yang tidak kita ikuti. Menurut Instagram, postingan yang terdapat pada *explore* merupakan “*selected automatically based on things like the people you follow or the post you like*”. Artinya postingan tersebut muncul berdasarkan apa yang pengguna ikuti dan senangi.

7. *Instagram Stories*

Sebuah layanan fitur yang memberikan akses bagi pengguna dalam mengunggah foto maupun video berdurasi pendek atau 15 detik, bersifat sementara dan menghilang setelah 24 jam.

8. *Close Friends*

Fitur *close friends* merupakan fitur yang terdapat pada *instastories*, dan dapat digunakan untuk memilah siapa saja yang akan melihat postingan dari pengguna.

9. *Live Video*

Merupakan salah satu bagian dari *instastories*, pengguna dapat melakukan siaran langsung dan juga didalam fitur tersebut pengguna dapat membagikan stiker-stiker yang telah disediakan oleh pihak Instagram.

10. Pesan langsung/*Direct Message*

Pesan langsung pada instagram merupakan layanan kirim pesan yang terdapat pada kanan atas instagram, untuk memudahkan kita berinteraksi kepada pengguna lain yang tidak kita kenal.

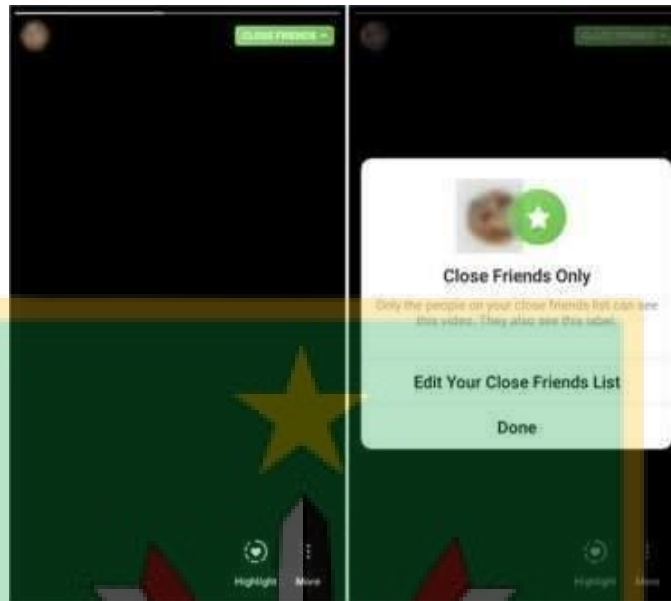
11. Arsip Foto/*Archive*

Jika postingan dan *instastories* hanya bertahan selama 24 jam, fitur ini hadir untuk memberikan tempat kepada *instastories* sehingga pengguna dapat menggunakan fitur ini untuk mempertahankan unggahan tersebut yang akan muncul pada profil pengguna, sedangkan untuk postingan pada foto dapat diarsipkan jika pengguna kurang suka dengan foto tersebut tetapi tidak ingin menghapusnya.

12. Sorotan

Sorotan merupakan hasil dari bagian pengguna mengarsipkan *instastories*, ketika pengguna memilih *instastories* untuk dijadikan sorotan maka akan muncul pada profil pengguna tersebut.

2.2.4 Fitur Close Friends



Gambar 2.2 Logo close friends

Sumber : Google.com

Layanan fitur *close friends* diluncurkan oleh Instagram pada tahun 2018, setelah melalui 17 bulan percobaan. Melalui fitur ini pengguna dapat memilih siapa saja yang dapat melihat postingan pada *instastories* pengguna. Pada awal kemunculannya fitur ini tidak hanya dikhususkan untuk *instastories* namun juga pada unggahan video dan foto. Tetapi beberapa waktu setelahnya fitur *close friends* untuk foto dan video (*feeds*) dihapus oleh pihak Instagram.

Stories yang termasuk kedalam *close friends* akan dilambungkan dengan lingkaran berwarna hijau muda dan jika dilihat melalui *instastories* pengguna lain bertuliskan "*close friends*". *Close friends* merupakan artian dari teman dekat, yang dimana pengguna berasumsi jika pengguna termasuk bagian dari *close friends* pengguna termasuk kedalam teman dekatnya atau sebagai teman yang dipercaya untuk melihat unggahan

tersebut. *Stories* yang diunggah melalui fitur ini biasanya bersifat *privacy*, rahasia dan belum pernah dibagikan kepada siapapun.

Cara menggunakan fitur ini sangatlah mudah :

1. Buka aplikasi instagram, lalu klik profil
2. Klik ikon garis tiga dibagian pojok kanan atas Pilih “close friends”.
3. Silahkan “Get Started” pilih teman yang akan dijadikan *close friends*,
4. jika sudah terpilih tekan “Create List”.

2.2.5 Teori Self-Disclosure

Secara bahasa, *self* artinya diri sendiri, sedangkan *disclosure* diambil dari kata *closure* diartikan sebagai penutupan, maka *disclosure* diartikan sebagai keterbukaan atau terbuka. Menurut DeVito *Self-disclosure* merupakan cara berkomunikasi yang dimana kita akan mengungkapkan sebuah informasi tentang diri sendiri yang biasanya disembunyikan.¹⁶ Informasi tersebut dapat berupa perasaan, pikiran dan perilaku. *Self-disclosure* menyangkut informasi yang sering kali disembunyikan dan ketika kita mengungkapkan, ungkapan tersebut berupa informasi yang kerap kali dirahasiakan.

¹⁶ DeVito, Joseph, Komunikasi Antar Manusia, (Jakarta: Profesional Books 2011), hal 192

Penjelasan serta definisi diatas merupakan tindakan pada kenyataan atau *real life*. Bedanya, penelitian ini bermaksud untuk mengkaji bagaimana sebuah fenomena *self-disclosure* berkembang didunia maya khususnya Instagram.

Adapun dimensi yang terdapat pada teori *self-disclosure* menurut Altaman dan Taylor dalam:¹⁷

1. Ketepatan

Ketepatan adalah apakah informasi yang diungkapkan oleh individu tersebut *real* dan apakah individu tersebut terlibat secara langsung dengan peristiwa tersebut. Didalam hubungan yang spesifik jikalau *self-disclosure* yang dilakukan oleh individu tersebut bertentangan dengan norma yang berlaku maka individu harus bertanggungjawab atas resikonya. Namun jika *self-disclosure* sejalan dengan norma yang berlaku dan tidak menentang, maka dapat meningkatkan reaksi atau hal positif dari pendengar maupun partisipan.

2. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan kepada individu untuk mengungkapkan dirinya terhadap orang lain, terdapat 2 bagian dari motivasi yaitu motivasi dari luar dan dari dalam. Motivasi dari luar

¹⁷ Altman, L. & Taylor, D.A, Social penetration: The development or interpersonal relationship, (New York: Holt, Rinehart & Winston 1973), hal 367

yakni berasal dari sekolah, pekerjaan, dan lingkungan keluarga. Sedangkan motivasi dari dalam muncul dari diri sendiri berkaitan dengan tujuan atau keinginan dalam melakukan *self-disclosure*.

3. Waktu

Waktu sangat penting untuk menentukan kapan individu akan melakukan *self-disclosure*. Sebagai contoh jika seorang individu sedang merasa sedih, letih dan lesu maka pribadi tersebut akan menjadi kurang terbuka terhadap orang lain. Namun sebaliknya, jika seorang individu merasa sedang *happy* atau bergembira, maka ia cenderung akan mudah membuka diri terhadap orang lain. Waktu sangat penting untuk dipertimbangkan jika seorang akan melakukan *self-disclosure* kepada oranglain.

4. Keintensifan

Keintensifan melakukan pengungkapan diri semuanya tergantung individu. Individu bebas memilih kepada siapa ia akan mengungkapkan dirinya, pengungkapan diri bisa terjadi pada teman dekat, keluarga, saudara bahkan teman yang tidak dikenal sekalipun bisa menjadi alasan seseorang mengungkapkan dirinya.

5. Kedalaman dan Keluasan

Kedalaman didalam *self-disclosure* dibagi menjadi dua dimensi yaitu dalam dan dangkal. *Self-disclosure* dalam topik atau informasi pembahasan bersifat khusus atau *private* dan individu

hanya akan membagikan informasi tersebut kepada kerabat dekatnya, orang tua, atau saudara dekat, pacar atau teman senasib saja.

Dimensi dalam *self-disclosure* biasanya seorang individu akan mengungkapkan informasi kepada orang yang baru dikenal dan topik pembahasannya pun bersifat umum atau tidak khusus. Keluasan didalam *self-disclosure* berhubungan dengan (*target person*), seperti teman dekat, teman baru dikenal, saudara dekat, saudara jauh, keluarga, kekasih.

Terdapat 5 aspek tentang *self-disclosure* yang diungkapkan oleh Leung dalam:

1. *Control of depth*

Individu mengaku seringkali berbagi cerita, dan berbicara cukup panjang tentang dirinya, mengungkapkan hal pribadi ataupun intim, dan seringkali mengungkapkan perasaannya melalui media sosial.

2. *Accurary*

Media sosial digunakan ketika individu mempunyai kejujuran, keterbukaan, sebuah ketulusan, tentang rasa, emosi dan perasaan dari sebuah pengalaman.

3. *Amount of disclosure*

Seberapa sering dalam melakukan pengungkapan diri pada media sosial yang digunakan.

4. *Valence*

Berkaitan dengan apa yang dipikirkan oleh individu, hal tersebut dapat berupa sesuatu yang positif maupun hal negatif.

5. *Intent of disclosure*

Berkaitan dengan individu menyadari atau tidak tentang apa yang diungkapkan di dalam media sosial.

Berdasarkan dimensi di atas dapat disimpulkan kembali bahwa *self-disclosure*, terdiri dari ketepatan pada informasi yang relevan serta akurat, motivasi dari dalam diri sendiri yang mendorong individu dalam melakukan *self-disclosure*, ketepatan waktu untuk melakukan *self-disclosure*, intensif atau seberapa sering melakukan *self-disclosure*, kesadaran pada diri sendiri dalam menyampaikan hal positif maupun negatif di media sosial, serta keluasan dan kedalaman kepada siapa *self-disclosure* dilakukan dan kepada siapa kita akan berbagi informasi kepada individu lainnya.

Menurut DeVito dalam ada 7 faktor yang menyebabkan terjadinya *self-disclosure* :¹⁸

1. Besaran kelompok

Self-Disclosure sering kali terlihat pada ruang lingkup kelompok yang kecil daripada ruang lingkup kelompok besar.

2. Perasaan menyukai

Individu cenderung lebih terbuka kepada orang yang ia sukai ataupun orang yang dicintainya, juga individu akan tertutup dan cenderung tidak terbuka kepada orang yang tidak disukainya. Hal ini dapat terjadi karena orang yang disukai kemungkinan besar akan selalu memberikan dukungan.

3. Efek diadik

Individu cenderung akan melakukan *self-disclosure* jika mengetahui individu lain juga melakukan *self-disclosure*. Hal ini akan memungkinkan sesama individu dapat menjadi makin akrab karena terjadinya aksi tanggap satu sama lain

4. Kompetensi

Individu yang memiliki kompeten akan lebih sering dalam melakukan pengungkapan diri dibandingkan yang tidak

¹⁸ DeVito, Joseph, Komunikasi Antar Manusia, (Jakarta: Profesional Books 2011), hal 201

berkompeten. Hal ini dapat terjadi karena individu yang berkompeten memiliki rasa percaya diri yang tinggi.

5. Kepribadian

Jika individu mudah dalam bergaul (*ekstrovert*) sering kali lebih sering dalam melakukan pengungkapan diri, dibanding dengan individu yang cenderung lebih diam (*introvert*).

6. Topik

Umumnya topik atau informasi yang bersifat sensitif dan lebih kecil persentasenya untuk diungkapkan apalagi informasi tersebut cenderung kedalam hal negatif seperti keuangan di dalam keluarga.

7. Jenis kelamin

Jenis kelamin perempuan atau laki-laki juga menjadi faktor penentu individu dalam melakukan pengungkapan diri.

Dapat disimpulkan bahwa *self disclosure*, individu mencoba melakukan pengungkapan diri yang terjadi pada dirinya, seperti membuat *instastory* di akun kedua lalu membagikannya hanya kepada teman terdekat melalui layanan *close friends*, ia membagikan apa yang biasa ia sembunyikan, seperti beban ketika dia jenuh dalam bekerja, masalah keluarga masalah percintaan dan masih banyak lagi. Hal ini didasari dengan salah satu aspek dari *self disclosure* yakni *Control of depth* yaitu

Individu mengaku seringkali berbagi cerita, dan berbicara cukup panjang tentang dirinya, mengungkapkan hal pribadi ataupun intim, dan seringkali mengungkapkan perasaannya melalui media sosial.

2.3 Kerangka Pemikiran (Bangunan Teori)



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir diatas merupakan pola yang akan peneliti gunakan untuk meneliti serta membahas dan mencari tau hal apa yang mendasari kalangan mahasiswa di Universitas Nasional Jakarta untuk dapat mengungkapkan dirinya di dalam *second account* dengan menggunakan layanan fitur *close friends* di instagram. Kerangka tersebut menjelaskan bahwa individu yang aktif dalam menggunakan media sosial khususnya instagram mempunyai dua akun, akun pertama menunjukkan citra diri yang positif, akun kedua menunjukkan pribadi yang lain dari dirinya, lalu individu tersebut menggunakan layanan fitur *close friends* untuk membagikan foto, informasi atau video berdurasi pendek melalui *instastory* yang hanya dapat dilihat oleh orang pilihannya saja. Individu pun mulai melakukan pengungkapan diri didalam *close friends* tersebut, contohnya ia membagikan sebuah cerita di dalam *instastory* tentang sulitnya menjadi mahasiswa semester akhir yang sebelumnya ia tidak pernah bagikan cerita tersebut kepada orang lain. Dan yang terakhir teori *self-disclosure* dapat menggambarkan mengapa individu mengungkapkan dirinya hanya kepada orang terdekatnya saja yang ia anggap nyaman.

Maka tujuan peneliti ini sudah jelas, peneliti ingin mencari tau gambaran tentang *self-disclosure* pada kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan mencari tau apa motif dari kalangan mahasiswa menggunakan akun kedua (*second account*) tetapi kerap kali masih menggunakan layanan fitur instagram yakni *close friends*.