

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan berkembangnya zaman yang dimana komunikasi hanya melalui langsung, sekarang bisa di dengar dengan komunikasi tatap muka (*face to face*). Saat ini komunikasi dapat cukup dengan via media sosial semata, Media sosial menjadi kebutuhan sangat penting bagi hampir semua orang, tak jarang kita selalu berhubungan ataupun berinteraksi dengan dunia luar hanya menggunakan media sosial.¹ Media sosial bisa digunakan dengan berbagai cara menarik secara virtual yang dapat disampaikan melalui teks, gambar, video, dan juga audio.

Di era saat ini sudah banyak beragam fitur yang tersedia di media sosial. Dengan adanya fitur canggih, kita dapat mengekspresikan diri dalam bermedia sosial. Orang yang menunjukkan keterampilan yang dimana sebelumnya orang itu hanya dikenal sebagai anak yang kurang aktif ternyata memiliki sisi dimana ia memiliki keterampilan yang tidak pernah diduga sebelumnya. Hal tersebut menjadi orang lebih percaya diri dan dapat memiliki wadah untuk bebas berekspresi.

Media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan inspirasi, tetapi juga ekspresikan diri (*self expression*), “pencitraan diri” (*personal branding*), dan ajang “curhat” bahkan keluh-kesahnya, salah satunya

¹ Apriadi Tamburaka, Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa, (Jakarta: PT.Rajagrafindo Pers 2013), hal 3

instagram ini. Salah satu contohnya seseorang lebih nyaman mengungkapkan dirinya pada media sosial. Karena mereka lebih tertarik melakukan curahan hati pada sosial media, baik mengenai hal umum maupun hal pribadi.

Kebanyakan masyarakat kerap melampiaskan emosi lewat media sosial, baik bahagia, sedih, kecewa, atau bahkan marah. Mereka sangat meyakini bahwa melampiaskan emosi lewat media sosial dapat menjadi salah satu yang efektif untuk meredakan atau sekedar menyalurkan perasaan hatinya. Roberts juga mengungkapkan bahwa disisi lain, juga terdapat kasus-kasus individual yang merasa bahwa pemakaian internet membantu mereka menghilangkan depresi.²

Faktanya, seperti pernyataan Ida Ruwaida, seorang Sosiolog dari Universitas Indonesia, berpendapat bahwa, “Ruang sosial yang makin terbatas dan ikatan emosional yang rendah terutama di kota-kota besar menimbulkan perubahan dalam pola interaksi masyarakat. Akhirnya, teknologi digital menjadi alat untuk menyalurkan emosi.”³

Media sosial juga adanya eksistensi dengan adanya eksistensi ini seseorang atau pengguna media akan diakun keberadaannya. Yang dimaksud dengan keberadaannya ialah adanya respon dari orang disekeliling kita. Nilai eksistensi dalam media sosial ini benar-benar menumbuhkan sikap dewasa diri kita di dunia maya. Dunia publik di masa sekarang makin haus dengan adanya keberadaan. Kita bisa lihat dalam keseharian di sekitar kita, tiap orang

² David O Sears & Jonathan L Freedman dkk, Psikologi Sosial Edisi Kelima Jilid, (Jakarta: Erlangga 1985), hal 250

³ <https://www.cnnindonesia.com/gayahidup/20160813063247-256-151124/remaja-dan-curhatan-di-media-sosial>, akses tanggal 21 Maret 2019 pukul 02.30

berlomba-lomba mengunggah *story* dalam statusnya di media sosial. Dunia publik yang makin mulai memunculkan sifat negatif eksistensinya secara tidak langsung seperti halnya beberapa orang bisa saja membuat agar dapat menarik perhatian orang lain dan menjadi pusat perhatian *followers* dengan sharing hal yang menyenangkan. Artinya, semakin banyak jumlah *like* atau komentar yang diberikan oleh netizen, semakin besar perhatian khalayak terhadap materi yang disampaikan dalam sebuah konten.

Ketika netizen melihat *story* ataupun postingan yang baru diunggah dalam media sosial instagram, tanpa kita sadari dapat memicu respon otomatis dari gelombang otak. Memicu respon yang bersifat positif maupun respon yang bersifat negatif. Pentingnya untuk diketahui bahwa apa yang kita lihat tidak selalu sama ataupun serupa dengan kenyataannya. Implikasi dari penjelasan ini yaitu bahwa kehidupan dan perilaku seseorang yang bisa dilihat dalam dunia maya, tidak dapat dipastikan bahwa semua itu sesuai dengan kenyataan yang sedang dihadapinya. Misalnya, jika kita melihat seseorang dalam *story* instagram terlihat hidup mereka terlihat sangat bahagia, kemudian ada kabar orang itu menderita depresi, akhirnya orang itu tidak percaya diri.

Dari berbagai fenomena yang terjadi, seseorang mengekspresikan diri dengan pembatasan-pembatasan yang dibuatnya atau bisa juga di sebut keterbukaan diri kepada orang lain. Namun *Self-disclosure* ini biasanya lebih scondong menampilkan sisi lain dari diri kita yang biasanya dan dimana manusia akan mengungkapkan apa yang ia rasakan kepada orang lain.⁴

⁴ Maryam B. Gainau, "KETERBUKAAN DIRI (SELF DISCLOSURE) SISWA DALAM

Pengungkapan diri tersebut dapat dalam bentuk sikap, perilaku, motivasi, keinginan, informasi dan ide. Pengungkapan diri dapat menjadi gerbang untuk memulai percakapan yang lebih intens dan seseorang dapat menjadi terbuka satu sama lain.

Menurut Morton, “pengungkapan diri merupakan kegiatan membagi perasaan dan informasi yang akrab dengan orang lain.”⁵ Self-disclosure adalah jenis komunikasi yang dimana kita akan mengungkapkan sesuatu yang biasa selalu kita sembunyikan yang berkaitan tentang diri kita sendiri. Artinya informasi tersebut disembunyikan atau bersifat rahasia yang akan diinformasikan ketika seseorang dengan yang satu saling percaya dan memahami. Komunikasi seperti ini rata-rata hanya beberapa orang saja yang dapat mengetahui.

Pengungkapan diri sering terjadi pada media sosial, media sosial memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan proses interaksi sosial, seperti bertukar informasi dan menunjukkan eksistensi diri. Media sosial tidak hanya sekedar tempat memperoleh berbagai informasi, namun sudah menjadi tempat curahan hati (curhat) bagi sebagian orang. Internet dan media sosial kini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat global.

Indonesia menjadi salah satu negara pengguna internet teratas di dunia, yakni menduduki peringkat keenam dan juga berada di peringkat empat pada

PERSPEKTIF BUDAYA DAN IMPLIKASINYA BAGI KONSELING”, *Jurnal Ilmiah*, Vol 33 No 1, 2009, hal 20.

⁵ Dasrun Hidayat, *Komunikasi Antarpribadi dan Mediana*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal 106.

Asia Tenggara. Hasil survei *We Are Social* yang dilakukan di Singapura pada 2017, menjelaskan bahwa penduduk Indonesia mencapai 106 juta dalam menggunakan media sosial, dari total 262 juta.

Fakta berikutnya dirangkum dari *We Are Social*, menjelaskan penduduk Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 51 menit 8 jam dalam menggunakan segala fasilitas internet dan menggunakan media sosial sekitar 3 jam 23 menit perharinya. Secara berurutan aplikasi yang menempati posisi paling banyak digunakan adalah *Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook* lalu *Twitter*.



Gambar 1.1
10 Media Sosial yang Sering Digunakan pada tahun 2020-2021
Sumber : BERITASATU.COM

Berdasarkan data diatas terlihat *Youtube* masih menduduki peringkat pertama pengguna terbanyak di Indonesia mencapai 94%, pada peringkat kedua disusul oleh *WhatsApp* 88%, diikuti *Instagram* 86% pada posisi ketiga mengalahkan *Facebook* yang berada dalam posisi keempat.

Melihat instagram termasuk media sosial ketiga yang banyak digemari, instagram selalu membuat inovasi terbaru salah satunya fitur *close friends*. Pada tahun 2018, instagram merilis fitur baru yaitu fitur *close friends*. Fitur *close friends* sendiri adalah fitur yang tersedia pada aplikasi instagram dimana pengguna dapat memanfaatkannya dalam membatasi pengguna dalam membagikan unggahan yang dianggap *privacy*.⁶ Sehingga memungkinkan pengguna memilah siapa saja yang dapat melihat postingan pada akun tersebut.⁷

Pembukaan pengungkapan diri seringkali memiliki tujuan tertentu, kerap kali pengguna memiliki dua akun, salah satu akun tersebut untuk mempresentasikan diri yang sebenarnya sementara akun lainnya merupakan akun untuk menampilkan citra yang baik namun bukan menjadi dirinya sendiri.⁸ Pada akun utamanya selalu memposting hal-hal yang baik-baik saja dan sering kali hanya memikirkan *likes* serta *comment* semata.

Sedangkan pengguna menggunakan panggung belakangnya pada akun alter (*second account*) yang dimilikinya. Artinya pada akun alter menampilkan sosok yang berbeda pada akun utama pengguna yang bersifat umum (publik) juga pengguna dapat memilah siapa saja yang berhak melihat postingan tersebut. Sedangkan instagram sendiri sebenarnya memiliki layanan untuk

⁶ Dianiya, V, "Management Privasi dalam pengguna fitur "close friend" di Instagram, *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol 5 No 1, 2021, hal 10.

⁷ Zainuri, Ali A. & Hastjarjo, Sri, "Analisis Penggunaan Fitur Close Friend pada Akun Kedua di Instagram menggunakan Teori Communication Privacy Management di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret", *Jurnal Komunikasi Massa*, Vol.1 No 1, 2021, hal 23

⁸ Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N, "Presentasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram di Akun Utama dan Akun Alter". *Jurnal Interaksi Online*, Vol 7 No 4, 2019, hal 57

dapat membatasi siapa saja yang diperbolehkan untuk melihat informasi yang dibagikan oleh pengguna lain, namun dirasa fitur tersebut tetap tidak menghalangi pengguna untuk tetap memiliki akun kedua untuk merepresentasikan dirinya.⁹

Alasan seseorang membuat akun kedua karena ingin tetap mengekspresikan sisi dari diri mereka yang lain kepada orang-orang terdekat. Uniknya pengguna pun tetap mengaktifkan fitur *close friends* pada akun alternatifnya untuk membatasi dalam membagikan informasi. Fitur tersebut dapat dimanfaatkan oleh siapapun jika ingin mengatur *privacy* dalam suatu unggahan, agar dapat membagikan pada orang yang dianggap dipercaya. Banyak dari mereka beranggapan nyaman ketika membagikan informasi kepada orang terdekat tanpa takut di *judge* oleh orang lain. Inilah yang mendorong berbagai motif penggunaan fitur *close friends* pada *second account* di Instagram pada kalangan mahasiswa/i Universitas Nasional.

Berikut ini merupakan contoh kasus atau permasalahan pengguna Instagram dalam mengungkapkan diri melalui akun *public (first account)*, sehingga pengguna Instagram memilih untuk membuat *second account* dan tetap menggunakan fitur *close friends* untuk mengunggah suatu postingan, berikut kutipan dari informan bernama Andina Larasati mengatakan:

“Aku pribadi merasa first account aku sudah sangat tidak sehat untuk dilihat karena beberapa alasan dan aku termasuk yang punya second account. Di second account akupun ada close friends lagi. Walaupun sekarang aku hampir gak pernah buka lagi tapi aku masih merasa bahwa di second account kita bisa bebas nunjukin apapun karena isinya temen dekat kita sendiri. Menurut aku banyak yang memiliki second

⁹ Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N, “Presentasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram di Akun Utama dan Akun Alter”, *Jurnal Interaksi Online*, Vol 7, No 4, 2019, hal 30

account karena di first account-nya mereka sudah membangun personal branding dan juga banyak mem-follow orang yang terikat hubungan profesional dengannya”.¹⁰

Subjek penelitian ini akan mengambil sampel pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta. Alasan penulis mengambil sampel tersebut, penulis memiliki akses untuk memperoleh data tersebut, yaitu penulis memiliki relasi yang ada dalam Universitas yang penulis sebutkan diatas. Sehingga mempermudah memperoleh data yang penulis butuhkan.

Melihat fenomena mengenai sisi unik pengungkapan diri, peneliti tertarik untuk meneliti melalui “Analisis Self-Disclosure Pengguna Fitur Close Friends Pada Second Account”. Penelitian ingin mengeksplorasi lebih jauh dan lebih jelas apa motif dari pengguna memiliki *second account*, tetapi masih kerap kali membatasi dalam membagikan informasi dengan menggunakan fitur instagram *close friends*.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana gambaran serta motif *self-disclosure* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional mengenai penggunaan fitur *close friends* pada *second account* di Instagram?

¹⁰ Putri, M. L, “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Informasi Penyebaran Dakwa Kepada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Univesitas Negeri Jakarta”, *Jurnal Kinesik*, Vol 8 No 3, 2021, hal 50

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini untuk mengetahui gambaran serta motif *self-disclosure* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional mengenai penggunaan fitur *close friends* pada *second account* di Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini diantaranya ada tiga manfaat, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara Teori, diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi pengembangan dan kajian ilmu komunikasi, utamanya yang berkaitan dengan *self-disclosure*.

1.4.2 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini, memiliki manfaat akademis yang peneliti harap bisa memberikan kontribusi penting dalam memberikan referensi kepada penelitian selanjutnya dalam konteks motif menggunakan pembatasan atau pengungkapan diri (*self disclosure*) pada Instagram.

1.4.3 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih dalam hal terkait motif menggunakan pembatasan atau pengungkapan diri (*self disclosure*) pada Instagram yang berguna bagi pembaca dalam

mengetahui dan memahami pengaruh fitur close friends terhadap self disclosure seseorang terutama dibidang jurnalistik, serta menjadi informasi tambahan untuk penelitian.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penulisan proposal ini terdiri dari pokok-pokok permasalahan yang dibahas pada masing-masing bab yang diuraikan menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi pemaparan lima sub bab. **Sub bab pertama**, yakni latar belakang yang meliputi konteks penelitian yang secara garis besar menggambarkan perkembangan media sosial untuk keterbukaan diri di media sosial pada ruang lingkup yang kecil.

Sub bab kedua, yakni masalah penelitian dengan fokus bagaimana gambaran self-disclosure Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional mengenai penggunaan fitur *close friends* di *second account*.

Sub bab ketiga, yakni tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Ada pun tujuannya adalah untuk mengetahui gambaran *self-disclosure* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional mengenai penggunaan fitur *close friends* di *second account*.

Sub bab keempat, yakni manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis. Serta sub bab kelima, yakni sistematika penulisan yang menjelaskan susunan dari penelitian yang digarap oleh penulis.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi pemaparan empat sub bab. **Sub bab pertama**, memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang sejenis untuk dijadikan bahan referensi oleh penulis dalam menyusun penelitian, yang diambil dari beberapa mahasiswa dari perguruan tinggi yang berbeda.

Sub bab kedua, memaparkan beberapa konsep penelitian yang mencakup konsep strategi, penyiaran, dan televisi. **Sub bab ketiga**, memaparkan teori yang digunakan dalam penelitian yakni Teori Self-disclosure. Serta **sub bab keempat**, memaparkan kerangka pemikiran dari penelitian yang digarap oleh penulis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi pemaparan tujuh sub bab. **Sub bab pertama**, memaparkan pendekatan dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, adapun pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan kualitatif dan metode yang digunakan adalah fenomenologi (phenomenology).

Sub bab kedua, memaparkan penentuan informan yang digunakan dalam penelitian sehingga tepat sasaran dan keakuratan data penelitian dapat dipertanggung jawabkan. Sub bab ketiga, memaparkan sumber data dalam penelitian, yang meliputi data primer.

Sub bab keempat, memaparkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian. yakni observasi dan wawancara mendalam (*interview in depth*). **Sub bab kelima**, memaparkan teknik keabsahan data. Di sini penulis menggunakan teknik keabsahan data yakni triangulasi.

Sub bab keenam, memaparkan teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan penulis yakni teknik analisis Reduksi data (Data Reduction) Penyajian data (Data Display) dan Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification). Serta **sub bab ketujuh**, memaparkan lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi pemaparan tiga sub bab. Sub bab pertama, memaparkan seputar gambaran Self-disclosure pengguna fitur close friends di second account.

Sub bab kedua, memaparkan hasil penelitian berupa temuan data-data yang penulis peroleh selama melakukan penelitian. Serta **sub bab ketiga**, memaparkan pembahasan

yang berupa hasil analisis dari temuan yang didapatkan peneliti.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi pemaparan dua sub bab.

Sub bab pertama, memaparkan kesimpulan penulis dari keseluruhan hasil penelitian. **Sub bab kedua**, memaparkan saran penelitian yang ditujukan untuk keterbukaan diri pada mahasiswa pengguna fitur close friends di second account.

