

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Institusi	Tahun	Judul	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Assyifa Fauziah ¹⁴	UIN Syarif Hidayatullah	2021	Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok	Teori <i>Uses and Gratification</i>	Metode Penelitian Kuantitatif Positivisme	Hasil penelitian te;tadap variabel Penggunaan Media Sosial TikTok (X) dengan variabel Pengungkapan Diri (<i>Self Disclosure</i>) (Y) memberikan

¹⁴ Assyifa Fauziah. 2021. Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 10 Kota Bekasi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58103>

			terhadap Pengungkapan Diri <i>(Self Disclosure)</i> Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 10 Kota Bekasi.		pengaruh sebesar 76% dengan sisa 24% yang dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel dalam penelitian.
--	--	--	--	--	---



2.	Adrian Mailoor ¹⁵	Universitas Sam Ratulangi	2017	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu	Teori <i>Self</i> <i>Disclosure</i> dan Teori Media Baru	Metode Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi” menunjukkan hasil sebesar 45% dengan sisa 55% yang ditujukan kepada variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.
----	---------------------------------	------------------------------	------	---	---	-------------------------------------	---

¹⁵ Adrian Mailoor. 2017. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi. ACTA DIURNA KOMUNIKASI Vol. 6, No. 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15474>

				Politik Universitas Sam Ratulangi			
3.	Rifa Andina ¹⁶	Universitas Muhammadiyah Surakarta	2021	Pengaruh Penggunaan Fitur <i>Instagram Stories</i> terhadap Pengungkapan Diri Siswa	Teori <i>Self Disclosure</i>	Metode penelitian kuantitatif eksplanatif dengan paradigma positivisme	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel “Fitur <i>Instagram Stories</i> ” berpengaruh terhadap variabel “Pengungkapan Diri” sebesar 34.3%

¹⁶ Rifa Andina. 2021. Pengaruh Penggunaan Fitur *Instagram Stories* terhadap Pengungkapan Diri Siswa SMPN 1 Sidoharjo. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/92121>

				SMPN 1 Sidoharjo			
4.	Muchammad Royyanul Wahabi dan Poppy Febriana ¹⁷	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo	2022	Pemanfaatan Twitter sebagai Media Pengungkapan Diri Remaja Sidoarjo	Teori <i>Self Disclosure</i>	Metode penelitian kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Twitter dimanfaatkan oleh remaja Sidoarjo dalam bentuk curhatan isi hati, perasaan, emosi, dan hal yang ada dipikiran mereka.

¹⁷ Muchammad Royyanul Wahabi dan Poppy Febriana. 2022. Pemanfaatan Twitter sebagai Media Pengungkapan Diri Remaja Sidoarjo. *Journal of Education, Humaniora and Social Science (JEHSS)* Vol. 5, No. 1, hal. 333 – 340.
<https://www.mahesainstitute.web.id/ojs2/index.php/jehss/article/view/1220>

5.	Asasi Tamaraya ¹⁸	UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	2020	Pengaruh Intensitas Penggunaan Twitter terhadap <i>Self Disclosure</i> Mahasiswa	Teori <i>Self Disclosure</i>	Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan intensitas penggunaan Twitter (X) terhadap <i>self disclosure</i> (Y) menunjukkan nilai sebesar 30.2% dengan sisa 69.8% merupakan kontribusi dari faktor lain.
----	---------------------------------	---------------------------------------	------	---	----------------------------------	-------------------------------------	---

¹⁸ Asasi Tamaraya. 2020. Pengaruh Intensitas Penggunaan Twitter terhadap *Self Disclosure* Mahasiswa. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/54317/1/ASASI%20TAMARAYA-FDK.pdf>

1. Penelitian terdahulu yang pertama karya Assyifa Fauziah pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 10 Kota Bekasi” menunjukkan bahwa variabel yang diteliti memberikan pengaruh yang cukup signifikan sebesar 76%. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada pemilihan media, penggunaan teori dan teknik analisis data. Pada penelitian terdahulu, media yang dipilih berupa aplikasi TikTok, sementara pada penelitian ini menggunakan media Twitter. Teori yang digunakan berupa Teori *Uses and Gratification*, sementara pada penelitian ini teori yang digunakan berupa Teori *Uses and Effects*. Teknik analisis data yang digunakan juga berbeda karena pada penelitian terdahulu, analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda, sementara pada penelitian ini akan dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana untuk dua variabel.
2. Penelitian terdahulu yang kedua karya Adrian Mailoor pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi” menunjukkan bahwa variabel yang diteliti memberikan pengaruh sebesar 45%. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel x, media yang dipilih, dan teori yang digunakan. Pada penelitian terdahulu, variabel x menunjukkan konsep penggunaan media, sementara pada penelitian ini

menunjukkan konsep intensitas penggunaan media. Pemilihan media pada penelitian terdahulu merujuk pada media Snapchat, sementara pada penelitian ini merujuk pada media Twitter. Adapun teori yang digunakan juga berbeda, dimana penelitian terdahulu menggunakan teori *self disclosure* dan teori media baru, sementara penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Effect* guna mengetahui besarnya pengaruh antar variabel.

3. Penelitian terdahulu yang ketiga karya Rifa Andina pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Fitur *Instagram Stories* terhadap Pengungkapan Diri Siswa SMPN 1 Sidoharjo” menunjukkan bahwa variabel yang diteliti memberikan pengaruh sebesar 34.3%. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel x, penggunaan media, dan penggunaan teori, Pada penelitian terdahulu, variabel x menunjukkan konsep penggunaan fitur Instagram, sementara pada penelitian ini menunjukkan konsep intensitas penggunaan media sosial Twitter. Pada penelitian terdahulu, teori yang digunakan hanya sebatas pada penggunaan teori *self disclosure*, sementara pada penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Effect* sebagai landasan atau payung peneliti untuk meninjau pengaruh penggunaan media pada seseorang.
4. Penelitian terdahulu yang keempat karya Muchammad Royyanul Wahabi dan Poppy Febriana pada tahun 2022 dengan judul “Pemanfaatan Twitter sebagai Media Pengungkapan Diri Remaja Sidoarjo” menunjukkan bahwa konsep pemanfaatan media sosial Twitter dalam pengungkapan diri remaja dikatakan sering dilakukan dalam bentuk curhatan isi hati, perasaan, emosi,

dan hal yang ada dipikiran mereka. Perbedaan antara penelitian terdahulu terletak pada penggunaan metode penelitian. Pada penelitian terdahulu metode penelitian yang digunakan berupa metode kualitatif, sementara pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

5. Penelitian terdahulu yang kelima karya Asasi Tamaraya pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Twitter terhadap *Self Disclosure* Mahasiswa” menunjukkan bahwa variabel yang diteliti memberikan pengaruh sebesar 30.2%. Pada penelitian terdahulu ini dapat dikatakan menyerupai tapi tidak sama. Karena dalam penelitian terdahulu teori yang digunakan hanya sebatas teori *self disclosure*, sementara pada penelitian ini peneliti hendak mengembangkan penggunaan teori dengan mencantumkan Teori *Uses and Effect* sebagai landasan bagi peneliti untuk menganalisis pengaruh antara intensitas penggunaan media terhadap pengungkapan diri sebagai bentuk efek atau hasil.

2.2 Landasan Teori

Teori *Uses and Effects* yang digagas oleh Sven Windahl pada tahun 1979 merupakan sintesis dari paradigma Teori *Uses and Gratifications*. Teori *Uses and Effects* ini memiliki model yang menyatakan bahwa kebutuhan seseorang adalah satu-satunya faktor yang dapat mendorong seseorang untuk menggunakan media.¹⁹

¹⁹ Ade Budiman. 2018. Teori Komunikasi Massa. Hal. 42.
<https://slideplayer.info/slide/12764376/>

Asumsi dasar teori ini yaitu bagaimana penggunaan media beserta isinya dapat memberikan efek terhadap seseorang. Beberapa faktor yang dapat mendorong seseorang untuk memutuskan menggunakan media atau tidak diantaranya yaitu karakteristik individu, harapan, persepsi, dan tingkat akses media.²⁰

Teori *Uses and Effects* ini lebih menekankan terkait bagaimana penggunaan media dapat menimbulkan berbagai efek terhadap seseorang sebagai bentuk hasil dari penggunaan media yang telah dilakukan. Sebagai bentuk pembeda atas hasil penggunaan media, dalam teori ini terdapat tiga model hubungan, yaitu efek (*effects*) hasil yang didapati dari isi media yang digunakan, konsekuensi (*consequence*) hasil yang didapati setelah menggunakan media, dan konsefek (*consequence-effect*) atau dikenal konsekuensi – efek merupakan hasil yang didapati setelah menggunakan media dan isi media.

Kaitan teori dengan rumusan masalah yaitu Teori *Uses and Effects* merupakan teori yang mengatakan adanya korelasi atau pengaruh atau pengaruh antara penggunaan media sosial dan efek atau hasil. Berdasarkan teori ini, implikasi pada rumusan masalah penelitian ini adalah “*uses*” atau penggunaan media dinyatakan dengan intensitas penggunaan media sosial Twitter sebagai *platform* yang mewadahi proses komunikasi secara *virtual*,

²⁰ Debbi Ismawati. 2019. Pengaruh Penggunaan Akun Instagram “Duniahahal” terhadap Keputusan Pembelian Barang. Jakarta: Universitas Syarif Hidayatullah. Hal. 29 – 30. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/43898/1/DEBBI%20ISMAWATI-FDK.pdf>

lalu pada “*effects*” dapat dinyatakan dengan pengungkapan diri yang dilakukan oleh masyarakat dewasa awal usia 18 – 24 tahun di wilayah Kota Depok sebagai efek atau hasil dari adanya intensitas penggunaan media sosial Twitter.

2.3 Landasan Konseptual

2.3.1 Komunikasi *New Media*

2.3.1.1 Definisi Komunikasi


Dalam Bahasa Latin, komunikasi disebut “*communication*” yang artinya “berbagi” atau “milik bersama”. Harold D. Laswell melihat konsep komunikasi sebagai suatu pandangan terkait proses pertukaran informasi, ide, atau pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui saluran atau media tertentu baik secara lisan atau tertulis, sehingga menimbulkan efek atau dampak

Sementara menurut Barnlund, komunikasi merupakan sebuah proses yang didorong untuk meminimalisir adanya celah atau *gap* yang dapat meningkatkan ketidakpastian, media untuk bertindak secara efektif, dan memperkuat atau mempertahankan ego.²¹

²¹ Ibid.,

2.3.1.2 Definisi *New Media*

Media baru atau *new media* ialah suatu bentuk perkembangan teknologi komunikasi analog menjadi digital yang muncul di akhir abad ke-20. Media baru bekerja sama dengan internet untuk menghubungkan pengguna dengan jaringan informasi.²²



Sebagai media berbasis teknologi dan internet, media baru memiliki karakter yang luwes, bersifat dua arah sehingga menciptakan adanya aksi reaksi, dan berfungsi secara wilayah pribadi ataupun wilayah publik.²³ Media baru meningkatkan kemudahan akses terjadinya interaksi secara luas dan cepat guna meningkatkan pembangunan jaringan sosial, sarana mengekspresikan diri, meningkatkan demokratisasi, berbagi gagasan dan pendapat, serta meningkatkan pengetahuan.

Media baru dapat diidentifikasi sebagai media yang tumbuh dan kembang di era interaktif secara timbal balik yang didalamnya mencakup internet, *website*, komputer, jaringan sosial atau media sosial, dan lain

²² Gushevinalti, dkk. 2020. Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* Vol. 6, No. 1, hal. 92.

<https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/article/view/2069>

²³ Alexander Pramono. 2021. Peran Media Baru Dalam Komunikasi Politik Di Tengah Pandemi Covid-19. *NYULI* Vol. 2, No. 1, hal. 5.

https://www.researchgate.net/publication/356031978_Peran_Media_Baru_Dalam_Komunikasi_Politik_di_Tengah_Pandemi_Covid-19

sebagainya yang masih menggunakan komputer dan terkoneksi dengan internet.²⁴

2.3.1.3 Karakteristik New Media

Berikut beberapa karakteristik media baru/ *new media* yang dipaparkan oleh McQuail (2010), antara lain:²⁵

1. *Interactivity*. Interaktivitas yang ditunjukkan dengan nilai atau angka perbandingan antara pengguna dan sumber pesan.
2. *Social presence*. Kehadiran atau kemunculan individu sesama pengguna media
3. *Media richness*. Kemampuan media sebagai penghubung berbagai perbedaan, meminimalisir hal ambigu atau bermakna ganda, memberi isyarat, dan meningkatkan kepekaan dan penggunaan panca indera.
4. *Autonomy*. Hak pengguna untuk mengendalikan diri terkait konten dan isi pesan dengan terbebas dari sumber.
5. *Playfulness*. Media berperan sebagai sarana hiburan.

²⁴ Vitri Nainggolan. 2018. Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial antara Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. E-journal Unsrat Vol. 7, No. 4.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>

²⁵ Gushevinalti, dkk, *Op.Cit.*

6. *Privacy*. Kebebasan bagi pengguna terkait keterbukaan akan media atau pesan yang dipilih.
7. *Personalization*. Pengguna media didominasi oleh isi dan pengguna yang bersifat personal atau individu dan unik.

2.3.1.4 Jenis *New Media*

Jenis *new media* atau media baru dapat diidentifikasi dari terjadinya perubahan dari media tradisional menjadi media baru yang sudah terintegrasi dengan perangkat komputer dan jaringan internet. Dalam hal ini, jenis *new media* dapat berupa internet, *World Wide Web* (WWW), dan gabungan atau kombinasi dari tulisan, suara, dan gambar.

Selain itu, jaringan sosial yang lebih dikenal sebagai media sosial seperti TikTok, YouTube, Facebook, Twitter, dan lain sebagainya juga masuk sebagai kategori media baru yang dapat membuka kesempatan bagi masyarakat secara besar dan meluas untuk memperoleh informasi yang dapat dilakukan dengan berbicara, berbagi, berpartisipasi, ataupun membentuk jejaring *online*.

Beberapa perangkat seperti komputer, DVD/ VCD, , telepon pintar atau *smartphone*, *video game*, hingga VR (*Virtual Reality*) juga dapat dikatakan sebagai media baru.²⁶

2.3.2 Media Sosial

2.3.2.1 Definisi Media Sosial

Media sosial dapat diartikan sebagai *platform* daring yang memupuk terjadinya proses interaksi sosial antar penggunanya dengan memanfaatkan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi percakapan aksi-reaksi.

Menurut Boyd, sebagai satu kesatuan dari berbagai perangkat lunak atau *software*, media sosial diyakini bisa menyajikan kesempatan bagi para penggunanya untuk saling berbagi, berkomunikasi, hingga bermain.²⁷

Sebagai *platform online*, media sosial dapat mempermudah setiap penggunanya untuk saling bergabung, berbagi, dan berkreasi serta berinovasi untuk melahirkan pesan di dunia maya. Berdasarkan pemaparan Michael

²⁶ Astrid Faidlatul Habibah dan Irwansyah. 2021. Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS Vol. 3, No. 2, hal. 357.

<http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/255>

²⁷ Adrian Mailoor. 2017. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi. *E-Journal "Acta Diurna"* Vol. 6, No. 1.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15474>

Haenlein yang dikutip oleh Hasan Basri, 2017 diketahui bahwa sebagai kumpulan aplikasi berlandaskan internet, media sosial berdiri karena adanya ideologi teknologi yang dinamakan *Web 2.0* yang di dalamnya memungkinkan terjadinya invensi dan pertukaran konten dalam bentuk foto, tulisan, video dan lain sebagainya. Hal inilah yang dinamai sebagai *User Generated Content (UGC)*. *User Generated Content* dapat didefinisikan sebagai jenis konten dalam bentuk teks, gambar, atau video yang dibuat dan dibagikan oleh pengguna ke media sosial atau *platform online* lainnya.

Media sosial mendukung para pengguna untuk bisa terhubung dengan pengguna lain guna berbagi informasi atau berkomunikasi. Jejaring sosial atau media sosial terbesar saat ini diakuisisi oleh media sosial Facebook, Myspace, dan Twitter.

2.3.2.2 Karakteristik Media Sosial

Berikut beberapa karakteristik atau ciri media sosial, antara lain:²⁸

²⁸ Rizky Ramanda Gustam. 2015. Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *EJournal Ilmu Komunikasi* Vol. 3, No. 2, hal. 232.
[http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/Jurnal%20-%20Rizky%20Ramanda%20Gustam%20\(02-25-15-06-07-31\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/Jurnal%20-%20Rizky%20Ramanda%20Gustam%20(02-25-15-06-07-31).pdf)

1. Partisipasi. Media sosial merupakan forum yang berguna untuk meningkatkan kontribusi dan partisipasi penggunanya sehingga dapat saling menghasilkan umpan balik dengan menghilangkan batasan antara media dan pengguna.

2. Keterbukaan. Media sosial merupakan forum terbuka untuk menyalurkan berbagai saran, mengambil dan menarik kesimpulan (*voting*), komentar, dan berbagi informasi antar pengguna. Dengan karakteristik ini, dapat dinyatakan bahwa media sosial tidak menyekat akses dan pemanfaatan pesan.

3. Perbincangan. Media sosial dapat meningkatkan peluang bagi para penggunanya untuk melakukan proses komunikasi dua arah.

4. Komunitas. Media sosial memberikan peluang terhadap pembentukan kelompok atau komunitas agar dapat berkomunikasi secara efektif terkait isu atau topik tertentu.

5. Keterhubungan. Media sosial mendominasi kemampuan untuk meningkatkan relasi antara penggunanya melalui berbagai fitur seperti *link* (tautan) ke *website*, sumber informasi, dan informasi dari pengguna lainnya.



2.3.2.3 Jenis Media Sosial

Berikut jenis media sosial berdasarkan pembagian kategori media sosial, diantaranya:²⁹

1. Proyek kolaborasi (*collaborative projects*). Proses pengijinan yang diberikan *website* untuk merivisi, melahirkan, hingga menghapus konten di *website*.
2. *Blog* dan *microblog*. *Blog* yang merupakan singkatan dari *web blog* yang diketahui sebagai sebuah perangkat lunak yang menyerupai tulisan. Sementara *microblog* merupakan bagian kecil dari *blog* yang terdapat pembatasan dalam memposting tulisan sebanyak kurang lebih 200 karakter. Salah satu contoh *microblog* yaitu aplikasi Twitter.
3. *Media sharing*. Media yang memberikan akses kepada penggunanya dalam membagikan media seperti dokumen, *video*, *audio*, dan gambar.
4. Situs jejaring sosial (*social networking sites*). Media populer sebagai penyedia kesempatan untuk menciptakan profil, melihat berbagai pengguna yang tersedia secara massal, serta membangun relasi untuk

²⁹ Vitri Nainggolan. 2018. Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial antara Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *E-journal Unsrat* Vol. 7, No. 4.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>

bergabung di situs yang sama. Situs jejaring sosial ini juga memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi.

5. Dunia virtual (*virtual world*). Media yang merepresentasikan dunia ke dalam bentuk 3D (tiga dimensi) dalam bentuk *avatar* guna berinteraksi dengan pengguna lainnya seperti berinteraksi di dunia nyata.

2.3.3 Twitter

Twitter adalah situs jejaring sosial dalam bentuk *microblog* yang membatasi penggunanya untuk mengirim *tweet* dalam bentuk pesan singkat sebanyak kurang lebih 280 karakter. Twitter didirikan di San Brunomor, California pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey. Twitter dikatakan sebagai satu dari sekian jejaring sosial yang sangat mudah untuk dimanfaatkan dalam meraih suara, karena Twitter dapat memberikan ruang untuk mempersingkat durasi dan mempersempit wilayah yang luas tetapi informasi yang disear atau dibutuhkan dapat diperoleh secara instan.

Menurut O'Reilly & Milstein, Twitter adalah layanan pesan yang dapat meningkatkan ciri dengan alat komunikasi dan memiliki

layanan yang serupa dengan surat elektronik, pesan singkat (SMS), *blog*, dan jejaring sosial lainnya³⁰.

Berikut beberapa fitur yang ditawarkan Twitter dalam aplikasinya, antara lain:³¹

1. *Tweet* (kicauan). Fitur yang diawali sapaan “*What’s*

Happening” ini merupakan fitur yang merepresentasikan logo Twitter. Dimana Twitter merupakan tempat yang dapat digunakan untuk berkicau layaknya burung. Fitur ini dapat digunakan untuk mengirim dan melihat kicauan baik tulisan berupa pesan singkat, foto, ataupun video setiap pengguna Twitter.

2. *Hashtag* (tagar). Fitur ini dapat berfungsi untuk mengarsipkan dan menandai atau menyebarkan topik tertentu yang sedang hangat atau ramai diperbincangkan. Di sisi lain, fitur ini dapat meningkatkan efektivitas antara pengguna dengan pengikut, memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih aktif dan efektif, dan dapat menarik calon pengikut baru.³²

³⁰ Syailendra Reza Irwansyah Rezeki, dkk. 2020. Penggunaan Sosial Media Twitter dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam Penanganan Covid-19). *Journal of Islamic and Law Studies* Vol. 4, No. 2.

³¹ Hasan Basri. 2017. Peran Media Sosial Twitter dalam Interaksi Sosial Pelajar Sekolah Menengah Pertama di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pelajar SMPN 1 Kota Pekanbaru). *Jom FISIP* Vol. 4, No. 2. Pekanbaru, Riau: Universitas Riau.

³² Muchamad Rudi Cahyono dan Ucik Ana Faradila. 2021. Fungsi Komunikasi dan Motivasi Pengguna Tanda Tagar (#) di Media Sosial Indonesia. *Islamic Communication Journal* Vol. 6, No. 2, hal. 196.

<https://journal.walisongo.ac.id/index.php/icj/article/download/7998/3721>

3. *Following*. Fitur untuk mengikuti teman atau kerabat sesama pengguna Twitter sehingga bisa saling terhubung.
4. *Followers*. Fitur untuk mengetahui siapa saja yang menjadi pengikut akun.
5. *Bio*. Fitur yang digunakan untuk mengetahui pesan yang terdapat di profil Twitter.
6. Profil. Fitur utama yang menampilkan *avatar* atau foto, bio, *following*, *followers*, dan lain sebagainya.

2.3.4 Intensitas

2.3.4.1 Definisi Intensitas

Menurut Chaplin, intensitas adalah ukuran kuantitatif dalam satuan angka dari hasil deteksi yang berkaitan dengan nilai, tingkah laku atau pengalaman, dan pendapat atau sikap.³³

Sementara Sandya menyatakan bahwa intensitas merupakan suatu hasil keterlibatan seseorang dalam aktivitas yang terkoneksi dengan penggunaan media sebagai bentuk representasi frekuensi penggunaan dalam sekali mengakses media dan berapa banyak relasi pertemanan yang dapat dibangun oleh pengguna di media sosial.

³³ Vincentia Madya Della Saputri. 2021. Perbedaan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa yang Bertempat Tinggal di Kos dan di Rumah. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

https://repository.usd.ac.id/39695/2/171114022_full.pdf

Disamping itu, intensitas juga dapat diukur melalui frekuensi dan durasi dalam penggunaan media.

Oleh karena itu, intensitas penggunaan media sosial dapat dicermati sebagai aktivitas yang berkenaan dengan frekuensi dan durasi seseorang dalam hal mengakses media sosial.

2.3.4.2 Dimensi Intensitas

Menurut Ajzen, intensitas penggunaan media dapat diukur melalui beberapa dimensi berikut, antara lain:³⁴

1. Perhatian (*attention*)

Perhatian dapat diartikan sebagai bentuk ketertarikan seseorang yang disesuaikan berdasarkan minat pada suatu kegiatan di media sosial.

2. Penghayatan (*comprehension*)

Penghayatan merupakan proses transmisi untuk memahami dan menyerap suatu hal ketika menggunakan media sosial yang dilakukan dengan memahami, menikmati, dan menyerap informasi dengan tujuan untuk membangun pengalaman yang dapat dijadikan sumber pembelajaran dan wawasan bagi penggunanya dan orang lain.

³⁴ Ibid.,

3. Durasi (*duration*)

Durasi dapat diartikan sebagai rentang waktu atau lama tidaknya seseorang dalam mengakses media sosial.

4. Frekuensi (*frequency*)

Frekuensi dapat diartikan sebagai bentuk pengulangan seseorang dalam mengakses atau menggunakan media sosial.

2.3.5 Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*)

2.3.5.1 Definisi Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*)

Joseph Luft dan Harrington Ingham mempublikasikan konsep jendela kaca Johari Window pada tahun 1955 yang di dalamnya memaparkan empat wilayah atau empat bagian layaknya sebuah jendela kaca. Adapun keempat wilayah atau kuadran tersebut, diantaranya:³⁵

1. Wilayah Terbuka (*Open Area*)

Wilayah atau kuadran 1 ini menampilkan berbagai aspek identitas diri yang dapat dilihat dan diketahui oleh pemiliknya dan orang lain. Berbagai aspek fisik, kepribadian, kelebihan, dan kekurangan yang kita miliki akan kian membesar seiring berjalannya waktu apabila

³⁵ Samsinar dan Nur Aisyah Rusnali. 2017. Komunikasi Antarmanusia: Komunikasi Intrapribadi, Antarpribadi, Kelompok/ Organisasi. Watampone: Sekolah Tinggi Islam Negeri (STAIN) Watampone. Hal. 16 - 19.

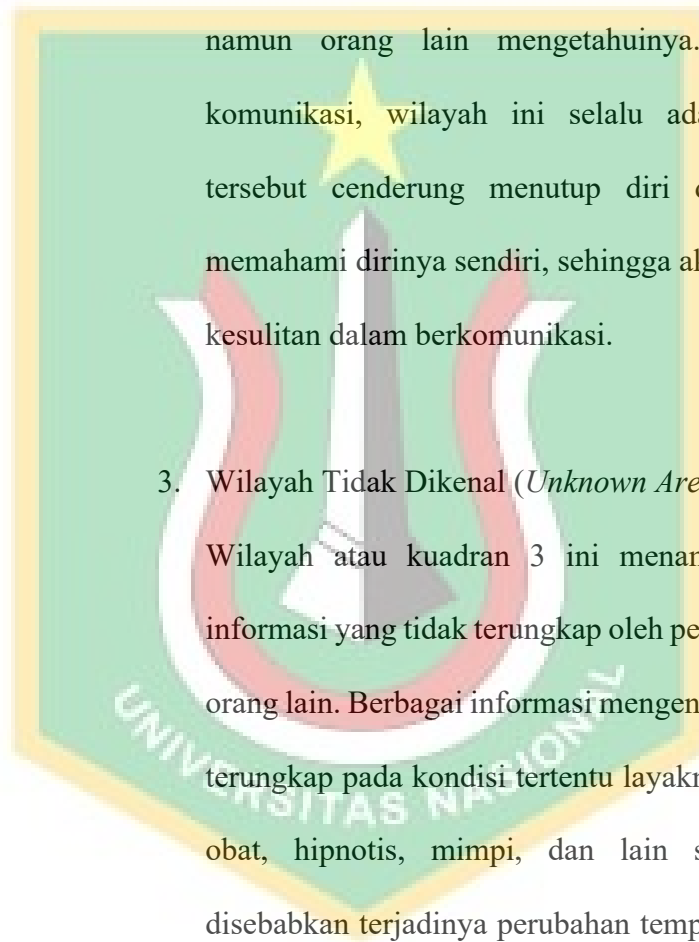
seseorang memberikan akses untuk menjalin hubungan komunikasi yang lebih baik.

2. Wilayah Buta (*Blind Area*)

Wilayah atau kuadran 2 ini menampilkan berbagai informasi kecil yang pemiliknya sendiri tidak tahu, namun orang lain mengetahuinya. Dalam proses komunikasi, wilayah ini selalu ada apabila orang tersebut cenderung menutup diri dan tidak dapat memahami dirinya sendiri, sehingga akan menimbulkan kesulitan dalam berkomunikasi.

3. Wilayah Tidak Dikenal (*Unknown Area*)

Wilayah atau kuadran 3 ini menampilkan berbagai informasi yang tidak terungkap oleh pemiliknya maupun orang lain. Berbagai informasi mengenai seseorang akan terungkap pada kondisi tertentu layaknya reaksi minum obat, hipnotis, mimpi, dan lain sebagainya yang disebabkan terjadinya perubahan temporer. Di sisi lain, interaksi yang dilakukan secara terbuka, jujur, empatik, dan meninggikan rasa saling percaya antar individu dikatakan sangat efektif untuk mengetahui wilayah ini.



4. Wilayah Tersembunyi (*Hidden Area*)

Wilayah atau kuadran 4 ini merujuk pada informasi yang hanya diketahui oleh pemiliknya sendiri tanpa ada satupun orang lain yang mengetahuinya. Informasi yang berada pada wilayah ini cenderung rahasia dan pribadi, sehingga akan disembunyikan dari orang lain. Pada wilayah ini, terdapat 2 konsep, yaitu konsep *overdiscloser* (orang yang terlalu terbuka) dan *underdiscloser* (orang yang terlalu tertutup) dalam menceritakan segala hal. Maka, dalam wilayah ini akan terjadi proses komunikasi selektif yang melibatkan orang tertentu.

2.3.5.2 Dimensi Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*)

Devito memaparkan lima dimensi terkait *self disclosure*, antara lain:³⁶

1. Ukuran

Ukuran dalam *self disclosure* dapat dikaitkan sebagai suatu satuan atau kuantitatif terkait durasi dan frekuensi dalam menyampaikan informasi kepada orang lain. Durasi berkaitan dengan waktu dalam melakukan pengungkapan diri, sementara frekuensi berkaitan

³⁶ Mutiara Zaskya, dkk. 2021. Twitter Sebagai Media Mengungkapkan Diri Pada Kalangan Milenial. Ejournal Unsrat Vol. 3, No. 1.

dengan seberapa banyak atau seberapa sering seseorang melakukan pengungkapan diri.

2. Valensi

Valensi dapat dikatakan sebagai kualitas informasi atau pesan mengenai diri yang dapat bernilai positif atau negatif, sehingga ketika diungkapkan dapat menimbulkan dampak yang berbeda.

3. Kecermatan dan Kejujuran

Kecermatan dapat diukur melalui sejauh mana seseorang mengenal dan memahami dirinya sendiri, sementara kejujuran berkaitan dengan bagaimana seseorang melakukan pengungkapan diri kepada orang lain.

4. Tujuan dan Maksud

Seseorang yang melakukan pengungkapan diri pasti memiliki tujuan tertentu. Oleh karena itu, dalam usaha meraih suatu tujuan, akan dilakukan proses pengontrolan informasi yang akan disampaikan kepada orang lain.

5. Keintiman

Keintiman atau keakraban dapat dikatakan sebagai bentuk kedekatan antara seseorang dengan orang lain sehingga dapat mendorong orang tersebut untuk mengungkapkan dirinya terkait hal-hal vital layaknya

kondisi ekonomi, perasaan, informasi pribadi, dan lain sebagainya.

2.3.6 Dewasa Awal

Dewasa awal ialah periode transisi dari masa remaja menuju masa dewasa. Masa transisi inilah yang dimaksudkan pada proses peralihan dari ketergantungan ke masa bebas baik dari segi ekonomi, sosial, dan masa depan. Masa dewasa awal adalah masa pencarian jati diri, pemantapan hidup, dan masa dimana tingkat reproduktif sedang memuncak atau dapat dikatakan sebagai masa yang penuh pergolakan masalah dan ketegangan emosional, periode isolasi diri dari lingkungan sosial, periode komitmen dan masa ketergantungan akan suatu hal, perubahan nilai-nilai hidup dan nilai sosial, kreativitas, dan penyesuaian diri pada pola hidup yang baru.

Menurut Seto Mulyadi, dewasa muda atau dewasa awal berada pada rentang usia 20 – 40 tahun. Kategori usia ini dikatakan sudah memikirkan hal-hal jauh di masa depan seperti karir untuk mengedepankan ekonomi dan memikirkan pernikahan serta membangun keluarga.³⁷

Pada tahun 1996, Hurlock mengidentifikasi bahwa masa dewasa awal berada pada umur 18 hingga 40 tahun.³⁸ Karena sudah

³⁷ Seto Mulyadi. 2010. *Perkembangan Dewasa Muda*. Jakarta: Gunadarma.

³⁸ Alifia Fernanda Putri. 2019. Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*. Vol. 3, No. 2.

tergolong usia dewasa, maka segala peran dan tanggung jawab yang dipikul akan semakin bertambah berat. Berdasarkan teori perkembangan Hurlock, gambaran usia diketahui sebagai berikut:³⁹

1. Remaja akhir (17 – 20 tahun)
2. Dewasa awal (21 – 40 tahun)
3. Dewasa madya (41 – 60 tahun)

Freud mengutarakan bahwa seorang manusia bisa dikatakan dewasa jika dia mau dan mampu menopang segala tanggung jawab terhadap tingkah laku, pekerjaan, atau karir yang dilakukannya. Menurut Sofyan S. Willis pada tahun 2011 usia dewasa awal atau (*young adulthood*) berada pada rentang usia 18 - 24 tahun.⁴⁰

2.3.6.1 Karakteristik Dewasa Awal

Menurut Hurlock pada tahun 1996, karakteristik atau ciri-ciri seseorang yang berada pada masa dewasa awal ditandai dengan beberapa hal berikut, antara lain:⁴¹

1. Usia reproduktif yang ditandai dengan kualitas reproduksi yang mumpuni untuk menjalin hubungan rumah tangga.

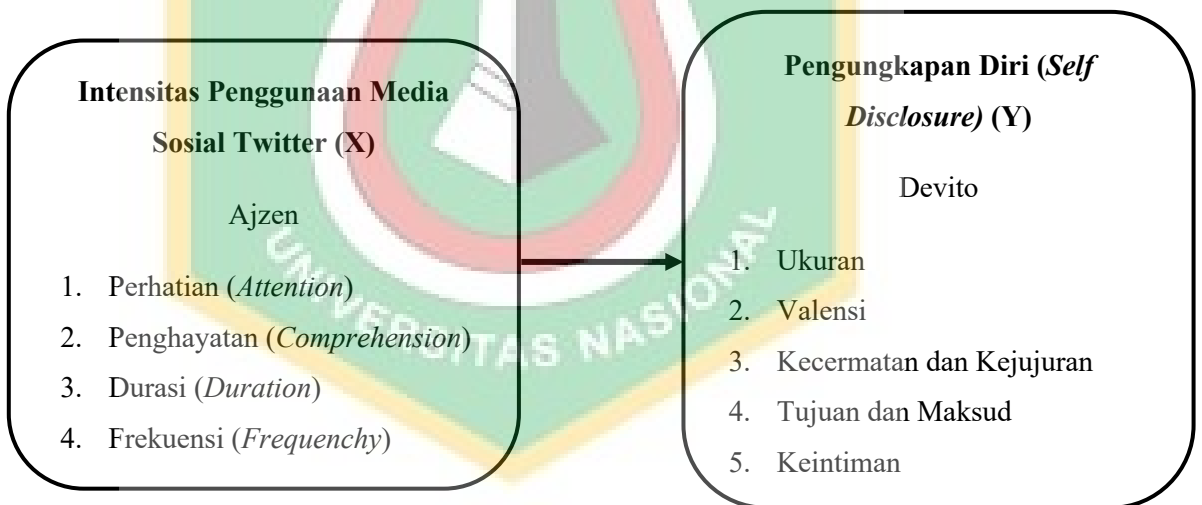
³⁹ Vega Satya Purusa dan Euginius Kau Suni. 2021. Pengaruh Media Podcast terhadap Ketergantungan Masyarakat Usia Dewasa Awal di Indonesia. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, Vol. 3, No. 2.

⁴⁰ Nesi Rahayu Putri, dkk. 2015. Faktor Penyebab Masalah Keluarga Dewasa Awal di Kampung Muara Pandan Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan. Sumatera Barat: STKIP PGRI.

⁴¹ Alifia Fernanda Putri, *Loc. Cit.*

2. Masa bermasalah dengan segala perubahan yang direspon dengan melakukan penyesuaian diri.
3. Masa yang penuh ketegangan emosional, sehingga mempengaruhi cara berpikir dan kondisi tubuh.
4. Masa ketergantungan dan perubahan nilai. Dikatakan sebagai masa ketergantungan karena seseorang pada masa ini berketergantungan dengan berbagai hal. Dikatakan sebagai perubahan nilai karena pada masa ini seseorang akan melakukan berbagai usaha untuk bisa diterima pada kelompok tertentu.

2.4 Kerangka Berpikir



2.5 Hipotesis

H₀ : Tidak ada pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial Twitter dengan pengungkapan diri (*self disclosure*) masyarakat dewasa awal 18 – 24 tahun.

H_a : Ada pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial Twitter dengan pengungkapan diri (*self disclosure*) masyarakat dewasa awal 18 – 24 tahun.

