

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengungkapan diri merupakan hal yang penting dalam komunikasi adalah pengungkapan diri. Alasan paling penting untuk memiliki pengungkapan diri adalah kebutuhan untuk menggabungkan hubungan kuat dua orang. Hubungan yang bermakna dan mendalam tidak akan mungkin ada tanpa pengungkapan diri.¹ Pengungkapan diri adalah kemampuan orang untuk memberikan reaksi dan jawaban, informasi tentang diri mereka yang biasanya mereka sembunyikan, atau situasi yang berlaku untuk mencapai hubungan dekat. Orang dengan keterbukaan diri yang baik dapat lebih memahami perilaku mereka.

Pengungkapan diri biasanya dilakukan dengan seseorang yang dapat orang-orang percaya. Beberapa orang mengungkapkan kepercayaan mereka pada orang-orang yang dekat dengan mereka, tetapi mereka yang bersimpati dengan mereka tidak mungkin mengungkapkan kepercayaan mereka. Karena kenyataan bahwa mereka dianggap sebagai individu yang dapat dipercaya, orang-orang dalam keluarga dan teman dekat biasanya merupakan tempat yang paling menyenangkan untuk mengekspresikan diri. Reaksi positif dan mencerahkan dapat dipicu dengan melakukan self-talk yang tepat dan sesuai. Demikian pula, jika seseorang berbicara tentang diri mereka sendiri dengan cara

¹ Devito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antar Manusia. Tangerang: Kharisma Hal 69

yang tidak benar, pendengar dapat merespons secara negatif. Ketepatan dalam pengungkapan diri dapat dilihat dari kepada siapa yang pengungkapan diri ditunjukkan, kapan pengungkapan diri dilakukan, sebagian besar dalam hal yang diungkapkan, motivasi mengungkapkan diri, dan sebagian besar hal yang diungkapkan. Pengungkapan diri adalah salah satu faktor yang menandakan keberhasilan seseorang dalam interaksi sosial. Seorang individu yang mampu refleksi diri mungkin memiliki dasar yang lebih kuat untuk keyakinan mereka, yang akan membantu mereka untuk memahami diri mereka sendiri dan orang lain.² Pengungkapan diri dapat membuat individu untuk menyadari siapa dirinya, membutuhkan peran yang ada dalam masyarakat dimana individu juga dapat timbal balik berupa informasi pribadi orang lain, seperti memberikan informasi pribadi. Selain itu, memiliki kepercayaan diri memiliki manfaat lain, termasuk menyebarkan informasi tentang diri sendiri, memfasilitasi komunikasi yang efektif, membantu pemecahan masalah, membina hubungan interpersonal yang kuat, dan pada akhirnya meningkatkan kesehatan mental.³

Perkembangan zaman membuat masyarakat untuk mengikuti gaya hidup yang berbeda, karena kemajuan teknologi dan digitalisasi khususnya di bidang komunikasi. Teknologi komunikasi merupakan sebuah alat untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi. Belakangan ini, masyarakat dunia lebih gemar berkomunikasi melalui alat komunikasi atau gadget. Media sosial menjadi pilihan media komunikasi yang sering digunakan masyarakat.

² Gainau, B. M. (2009). Keterbukaan Diri (Self Disclosure), hal 95-112

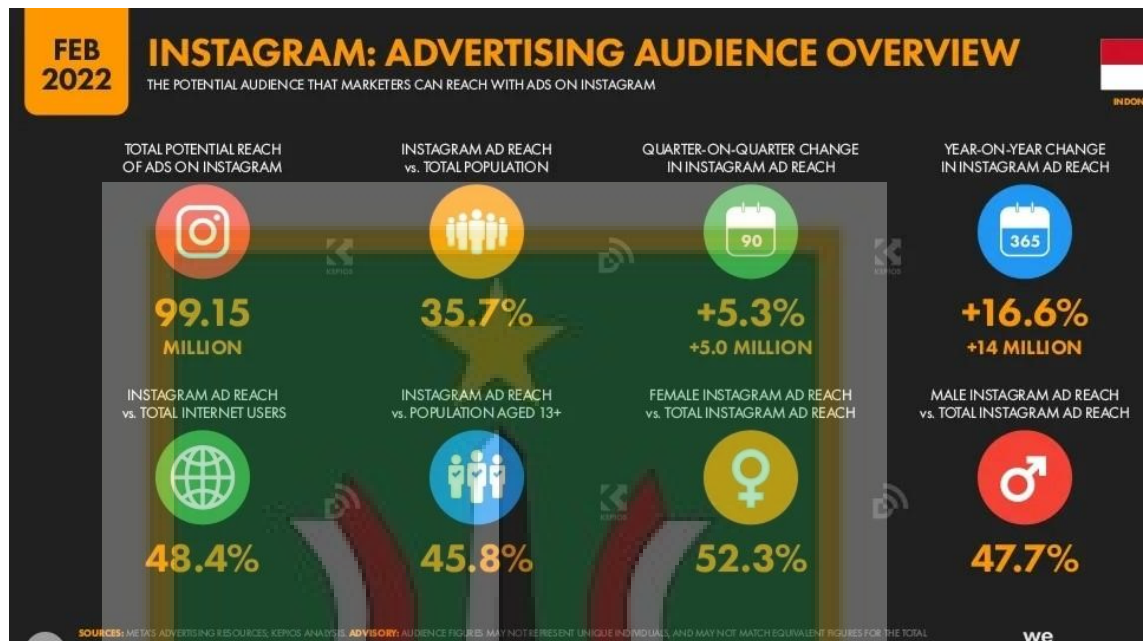
³ Sears, David O. (2009). Psikologi Sosial 2. Jakarta: Erlangga.

Media sosial merupakan media online yang dapat digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antar pengguna, dan juga dapat menerima informasi tentang aplikasi khusus melalui internet. Tujuan dari media sosial itu sendiri adalah untuk menghubungkan pengguna dengan pengguna lain di berbagai wilayah, pulau, negara, dll. Untuk dapat menggunakan media sosial dengan mudah dan cepat, Anda memerlukan koneksi internet yang stabil dan berkecepatan tinggi. Dengan akses media sosial yang mudah, kita dapat terhubung dengan banyak orang, membuat forum, berdiskusi dengan mereka, dan mengunggah aktivitas harian kita sendiri. Media sosial melibatkan perkembangan teknologi media. Media baru di sini mengacu pada teknologi komputer yang menekankan pada bentuk dan latar belakang budaya di mana teknologi itu digunakan, seperti film, perdagangan, seni, sains, dan terutama internet. Media sosial sendiri dapat menjadi sarana penggerak perubahan sosial yang berkembang dan menarik perhatian masyarakat.

Berdasarkan data dari salah satu lembaga penelitian We Are Social, 277.7 juta dari total penduduk Indonesia Jutaan orang dengan 73% populasi memiliki akses ke dunia maya. Laporan terbaru untuk tahun 2022 menunjukkan jumlah pengguna Internet di Indonesia telah mencapai sekitar 204 juta orang. ini Berarti ada peningkatan sekitar 17% atau 25 juta pengguna Internet Dibandingkan dengan tahun sebelumnya.⁴ Menariknya, dari total 277,7 juta orang, orang menggunakan internet, di mana 191 juta orang di antaranya

⁴ <https://wearesocial.com/digital-2020> diakses pada Senin, 13 Oktober 2020, pukul 12.30 WIB

menggunakan internet. Pengguna aktif media sosial (Medsos).



Gambar 1.1 Chart Pengguna Media Sosial Di Instagram

Media komunikasi utama yang digunakan oleh masyarakat umum saat ini adalah gadget dan internet. Penggunaan gadget dan aksesibilitas internet saat ini membuktikan bahwa teknologi saat ini sangat bermanfaat bagi orang dewasa bahkan anak muda. Media komunikasi yang ada saat ini menghilangkan kesulitan dalam membangun hubungan. Masyarakat dapat menggunakan media komunikasi yang ada saat ini untuk bertatap muka dan bertukar informasi terkini. Media sosial adalah alat komunikasi pilihan bagi banyak orang saat ini.

Merriam Webster menggambarkan media sosial sebagai sarana bagi individu untuk berinteraksi dengan menciptakan, berbagi, dan bertukar

informasi dan ide dalam jaringan atau komunitas virtual.⁵ Ada banyak jenis media sosial, salah satunya adalah jejaring sosial. Jejaring sosial atau media jejaring sosial adalah sarana yang dapat dilakukan hubungan sosial di dunia maya, dan hubungan dari hubungan sosial tersebut dapat membentuk nilai, moral dan etika.⁶

Instagram adalah salah satu jenis jejaring sosial yang paling populer saat ini. Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video pendek yang dapat diunggah melalui jejaring sosial.⁷ Instagram memiliki jumlah pengguna lebih dari 800 juta pengguna, hal ini merupakan hasil survei yang dilakukan WeAreSocial.net dan Hootsuite.⁸ Menurut survei, Indonesia berada di peringkat ketiga dengan sekitar 50 juta pengguna aktif dari rata-rata generasi milenial. Milenial secara aktif menggunakan Instagram untuk mengekspos kehadiran dan kesadaran diri mereka di dunia maya kepada publik, menurut sebuah studi yang dilakukan oleh *Center for Strategic and International Studies*.⁹ Instagram memiliki keunggulan unik yang berbeda-beda bagi setiap orang yang menggunakan Instagram. Menjadi bintang atau selebriti Instagram adalah salah satu manfaat menghasilkan keuntungan. Selebriti bisa menjadi terkenal. Salah satunya adalah kita memiliki banyak pengikut atau followers melalui konten yang diunggah. Penggunaan Instagram juga digunakan oleh komunitas barista

⁵ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media> diakses pada 13 Oktober 2021, pukul 15:38 WIB

⁶ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), hal 48

⁷ Sherief Salbino, *Buku Pintar Gadger Android Untuk Pemula*, (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2013), hal 14

⁸ <https://wearesocial.com/capabilities> diakses pada 13 Februari 2022, pukul 15:45 WIB

⁹ Survei Nasional CSIS, *Orientasi Sosial, Ekonomi, dan Politik Generasi Milenial, Periode 23-30 Agustus 2017*. (Jakarta, 02 November 2017)

FEB 2022

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

TOTAL POPULATION

277.7 MILLION

URBANISATION 57.9%

CELLULAR MOBILE CONNECTIONS

370.1 MILLION

vs. POPULATION 133.3%

INTERNET USERS

204.7 MILLION

vs. POPULATION 73.7%

ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS

191.4 MILLION

vs. POPULATION 68.9%

SOURCES: INTERNATIONAL TELECOMMUNICATIONS UNION (ITU), WORLD POPULATION REVIEW (WPR), WORLD POPULATION PROJECTIONS (WPP), WORLD POPULATION REVIEW (WPR), WORLD POPULATION PROJECTIONS (WPP), WORLD POPULATION REVIEW (WPR), WORLD POPULATION PROJECTIONS (WPP)

we

Gambar 1.2 Chart Pengguna Media Sosial Di Indonesia

Gambar 1.2 Chart Pengguna Media Sosial Di Indonesia

Tentu saja kita menyaksikan laju pertumbuhan bisnis kopi yang juga berkembang pesat di Indonesia. Joseph A. Micheli dalam bukunya yang berjudul *Starbucks Experience* mengungkapkan bahwa kata barista berasal dari bahasa Italia. Ini berarti *bartender* yang merupakan orang yang menyiapkan dan mencampur minuman berbasis *espresso*. Istilah barista mengacu pada orang yang menyiapkan kopi, Namun, barista adalah orang-orang yang terlatih secara profesional dalam membuat *espresso* dan membuat kopi dengan racikan yang berbeda. Dan rang yang berpengalaman, rasio kopi susu dan *cappuccino*. Barista juga harus bisa mengoperasikan mesin pembuat kopi.¹⁰

Barista bekerja sama dengan perkembangan bisnis kopi di Indonesia kita akan diminta lebih dan lebih. Barista semakin dikenal sebagai jargon bagi mereka yang menyeduh atau memadukan kopi. Tingkat pertumbuhan toko yang tinggi, Kopi Indonesia berdampak pada tingginya permintaan barista

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan dari seseorang kepada orang lain. Pikiran dapat berupa informasi, pendapat, ide, dan hal-hal lain yang keluar dari kepalanya. Emosi bisa muncul dari hati, seperti marah, percaya diri, berani, pasti, curiga, cemas, dan. Adakalanya seseorang menyampaikan buah pikirannya kepada orang lain tanpa menampakkan perasaan tertentu. Pada saat yang lain seseorang juga menyampaikan perasaannya kepada orang lain tanpa pemikiran. Tidak jarang pula disadari atau tidak disadari seseorang menyampaikan pemikirannya kepada orang lain disertai perasaan tertentu. Apabila pikiran

¹⁰ Yulin Masdakaty, Sekilas Tentang Barista, diakses pada tanggal 13 Oktober 2021 dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/sekilas-tentang-barista/>

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi fokus masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana pengungkapan diri anggota barista indonesia melalui instagram? ”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana cara Pengukapan diri Anggota Komunitas Barista Indonesia melalui media sosial instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengungkapan diri Barista indonesia di media sosial instagram melalui kajian netnografi. Diharapkan memberikan pengembangan disiplin ilmu di bidang Ilmu Komunikasi. Memberikan informasi seputar dinamika pengungkapan diri Barista Indonesia melalui media sosial Instagram.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan gagasan bagi penulis sendiri dan khususnya bagi Barista Indonesia. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa komunikasi tentang pengungkapan diri Barista Indonesia melalui media sosial Instagram. Pemahaman tersebut dapat menjelaskan bahwa terdapat makna tertentu yang dilakukan user Instagram Barista Indonesia melalui unggahannya.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistem pembahasan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut agar diskusi dapat dilakukan secara sistematis dan terarah.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas pendahuluan yang meliputi Latar Belakang Masalah, Batasan dan Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika

BAB II TINJUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai Penelitian terdahulu, penjelasan Teori Johari Window, Komunikasi Kelompok, Pengungkapan Diri, Barista, Media sosial, Instagram, dan kerangka pikiran

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas tentang metodologi penelitian yang meliputi Pendekatan Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Penentuan Informan,

Teknik Pengumpulan Data (wawancara dan observasi), Teknik Analisis Data, dan Lokasi Dan Jadwal.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahas tentang Barista Indonesia, termasuk latar belakang berdirinya Barista Indonesia, profil, logo, media sosial (Facebook, dan Instagram), dan pada bab ini juga dijelaskan pengukapan diri barista indonesia melalui media sosial instagram

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari diskusi dan temuan, serta saran untuk dipertimbangkan.

