



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1. Penelitian Terdahulu

Terdapat studi-studi yang sudah dilakukan sebelumnya, peneliti menenukan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang peneliti lakukan. Penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai salah satu acuan atau komparasi kepada teori dan konsep yang yang digunakan pada penelitian ini. Terdapat tiga penelitian terdahulu yang peneliti angkat sebagai bahan rujukan.

Penelitian terdahulu pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Usman Kharis Abdurrahman dari Universitas Indonesia yang dilakukan pada tahun 2014 yang berjudul *Self Disclosure* pada Perempuan Pengguna *Social Media* (Studi kasus pada Video Youtube Marshanda).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *self disclosure* seperti apa yang dilakukan oleh Marshanda pada video yang diunggah di Youtube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan beberapa konsep seperti *sosial media* dan *self disclosure*.

Terdapat lima kesimpulan dari penelitian ini, pertama media sosial memberikan pengaruh terhadap para penggunanya, termasuk siapapun yang memanfaatkannya untuk melakukan *self disclosure*. Kedua berbanding lurus dengan fungsi media sosial, Youtube sebagai bagian dari media sosial memiliki kekuatan yang luar biasa dalam.

Ketiga media sosial sering dimanfaatkan oleh para penggunanya yang didunia nyata memiliki konsep diri yang tertutup, namun dengan adanya media sosial seseorang dapat secara leluasa dapat mengekspresikan pikiran dan perasaannya. Keempat sesuai dengan manfaat *self disclosure* mendapatkan respon dari orang lain maka demikian yang terjadi di media sosial, akan mendapatkan tanggapan dari pengguna lain di media sosial. Yang terakhir kasus yang diangkat memberikan gambaran bahwa ternyata masyarakat belum memiliki kesadaran akan beretika dalam berinternet.

Penelitian terhadulu selanjutnya dilakukan oleh Aisyah Astri Suyadi dari Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2017 dengan judul “Media Sosial dan *Self Disclosure* (Pengungkapan Diri)”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manfaat media sosial Path sebagai ajang untuk pengungkapan diri, baik yang sudah diketahui ataupun belum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode wawancara mendalam.

Hasil dari penelitian ini terlihat bahwa pengungkapan diri yang dilakukan wanita lebih tinggi dibandingkan dengan pria. Wanita lebih mudah mengungkapkan isi hatinya melalui media sosial, sedangkan pria lebih sering memberikan informasi daripada mengungkapkan perasaan mereka.

Penelitian terdahulu yang ketiga yang peneliti gunakan sebagai komparasi yaitu penelitian yang dilakukan oleh Adrian Mailoor, dkk pada tahun 2017 dari yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat Terhadap Pengungkapan Diri

Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi”

Tujuan dari penelitian ini mengetahui pengaruh terhadap pengungkapan diri mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu komunikasi dan politik Universitas Sam Ratulangi pada penggunaan Snapchat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Snapchat berpengaruh terhadap pengungkapan diri mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik Universitas Sam Ratulangi.

Penelitian yang terakhir yakni berjudul “Pemanfaatan “Twitter TMCPOLDAMETRO” dalam memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya” yang dilakukan oleh Pusputadewi, dkk dari Universitas Padjajaran. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2016.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemanfaatan “twitter TMCPoldaMetro” dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna jalan raya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode deskriptif. Terdapat tiga simpulan dari penelitian ini, pertama pemanfaatan “twitter TMCPoldaMetro” pemenuhan kebutuhan mutakhir para pengguna jalan raya sudah cukup terpenuhi. Kedua, pemanfaatan “twitter TMCPoldaMetro” sudah cukup memenuhi pemenuhan kebutuhan informasi karena diberikan secara rutin, dan spesifik. Ketiga, pemanfaatan “twitter TMCPoldaMetro” sudah cukup memenuhi juga dikarenakan informasi yang diberikan sudah jelas.

Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
1	Usman Kharis Abdurrahman	<i>Self Disclosure</i> pada Perempuan Pengguna <i>Social Media</i> (Studi kasus pada Video Youtube Marshanda)	2014	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media sosial memberikan pengaruh terhadap para penggunanya, termasuk siapapun yang memanfaatkannya untuk melakukan <i>self disclosure</i>. 2. Media sosial sering dimanfaatkan oleh para penggunanya yang didunia nyata memiliki konsep diri yang tertutup, namun dengan adanya media sosial seseorang dapat secara leluasa dapat mengekspresikan pikiran dan perasaannya. 3. Sesuai dengan manfaat <i>self disclosure</i> mendapatkan respon dari orang lain maka demikian yang terjadi di media sosial, akan mendapatkan tanggapan dari pengguna lain di media sosial.
2	AISYAH ASTRI	MEDIA SOSIAL dan	2017	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan diri

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
	SUYADI	<i>SELF DISCLOSURE</i> (Pengungkapan Diri)		yang dilakukan wanita lebih tinggi dibandingkan dengan pria. Wanita lebih mudah mengungkapkan isi hatinya melalui media sosial, sedangkan pria lebih sering memberikan informasi daripada mengungkapkan perasaan mereka.
3	Adrian Mailoor, dkk	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat Terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi	2017	Hasil penelitian dan teori menunjukkan bahwa ternyata penggunaan media sosial Snapchat berpengaruh terhadap pengungkapan diri mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi.
4	Pusputadewi, dkk	Pemanfaatan “Twitter TMCPOLDAMETRO” dalam memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya	2016	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan “twitter TMCPoldaMetro” pemenuhan kebutuhan mutahir para pengguna jalan raya sudah cukup terpenuhi. 2. Pemanfaatan “twitter TMCPoldaMetro” sudah cukup memenuhi pemenuhan kebutuhan informasi karena diberikan secara rutin, dan spesifik. 3. Pemanfaatan “twitter TMCPoldaMetro” sudah cukup memenuhi juga dikarenakan informasi yang dibeikan sudah jelas.

Sumber: Olahan Penulis

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1 Komunikasi Interpersonal

2.2.1.1 Pengertian

Menurut DeVito (2007, p.5), komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang yang telah menjalin hubungan, orang yang dengan suatu cara “terhubung”. Komunikasi ini juga terjadi di antara kelompok kecil orang, dibedakan dari publik atau komunikasi massa; komunikasi sifat pribadi, dibedakan dari komunikasi yang bersifat umum; komunikasi di antara atau di antara orang-orang terhubung atau mereka yang terlibat dalam hubungan yang erat (DeVito, 2007, p.334). Dengan demikian, komunikasi interpersonal akan mencakup seperti komunikasi antara anak dengan ayahnya, majikan dengan karyawan, kakak-beradik, guru dengan murid, orang berpacaran, dua teman, dan sebagainya. Tipe-tipe interaksi ini yang terlintas dalam pikiran ketika kita berpikir tentang percakapan. Dengan kemajuan teknologi, banyak percakapan sekarang terjadi secara *online* (DeVito, 2007, p.6), yaitu melalui Internet. Komunikasi *online* sekarang adalah bagian utama dari pengalaman orang-orang di seluruh dunia.

Demikian komunikasi menjadi penting secara personal, sosial, dan profesional. Lebih lanjut, terdapat penelitian media internet yang mengkaji tentang komunikasi bermedia komputer (*Computer-Mediated Communications*) mulai dikembangkan pada tahun 1987. Herring (Budiargo, p.viii) mengartikan komunikasi bermedia komputer sebagai komunikasi antara seseorang dengan orang lain dengan mengunakan media komputer atau melalui komputer. Penggunaan teknologi ini memfasilitasi pertukaran

pesan yang bermakna melalui jaringan telekomunikasi yang diproses melalui satu atau lebih komputer antar individu atau kelompok (Rice dalam Budiargo, 2015, p.viii). Al-Munzir (2015) dalam jurnal berjudul “Pola Komunikasi Baru” menyatakan bahwa bermedia komputer yang dimaksud bukan hanya perangkat *personal computer* (PC) dan juga laptop, tetapi semua perangkat yang dapat mengakses internet seperti *smartphone* dan juga *tablet*. Pada jurnal yang sama menyatakan bahwa maksud dari pola komunikasi ini adalah dahulu kita berkomunikasi dilakukan dengan tatap muka dan berdekatan secara fisik, dengan adanya komunikasi bermedia komputer memungkinkan kita untuk berkomunikasi menggunakan alat berbasis komputer yang didukung dengan internet, dan juga cakupan dari komunikasi bermedia komputer ini adalah *chatting, world wide web, text, grafis, fotografi, audio, video*, sampai membagikannya ke dalam sosial media seperti Instagram.

2.2.1.2 Elemen-Elemen Komunikasi

Menurut DeVito (2007, p.10-21) merumuskan elemen-elemen komunikasi interpersonal:

1. Sumber-Penerima

Komunikasi interpersonal melibatkan paling sedikit dua orang. Istilah sumber-penerima menekankan bahwa kedua fungsi dilakukan oleh setiap individu dalam komunikasi tersebut. Setiap orang melakukan fungsi sumber (merumuskan dan mengirimkan pesan) dan juga melakukan fungsi penerima (mempersepsikan dan memahami pesan).

2. *Encoding-Decoding*

Istilah *encoding* (berbicara atau menulis) dan *decoding* (mendengar atau membaca) untuk menekankan bahwa kedua aktivitas dilakukan dalam kombinasi oleh setiap partisipan.

3. Pesan

Pesan adalah sinyal yang disajikan sebagai stimulus untuk penerima, mungkin bisa didengar, dilihat, disentuh, berbau, dirasakan, atau kombinasi apapun. Cara kita berbicara, berjabat tangan, menyalin rambut, duduk, tersenyum, adalah sinyal dari pesan komunikasi interpersonal tentang diri kita. Komunikasi interpersonal dapat terjadi melalui telepon, tatap muka, dan bahkan melalui komputer (DeVito, 200, p.12).

4. Media

Media adalah sarana di mana pesan bisa lewat. Ini adalah jembatan yang menghubungkan sumber dan penerima. Komunikasi jarang terjadi hanya di satu media. Dua, tiga, atau empat media sering digunakan serentak. Contohnya, interaksi tatap muka, kita berbicara dan mendengar, tetapi kita juga bergerak dan menerima sinyal secara visual, dan kita mengeluarkan bau serta mencium bau orang lain. Media lainnya adalah kontak tatap muka, telepon, *e-mail*, surat biasa yang lambat, grup *chat*, pesan *instant*, postingan berita, film, televisi, radio, sinyal asap, atau *fax*.

Perlu diingat bahwa media membebaskan pembatasan yang berbeda dalam penafsiran pesan kita. Contohnya, dalam CMC (*Computer Mediated*

Communication), kita dapat berhenti untuk memikirkan kata atau kalimat selama yang kita mau tanpa interupsi dan kita dapat memperbaiki pesan kita dengan mudah (DeVito, 2007, p.15).

5. Gangguan

Gangguan adalah sesuatu yang mengubah pesan, sesuatu yang mencegah penerima menerima pesan (DeVito, 2007, p.15).

6. Konteks

Dimana komunikasi terjadi akan mempengaruhi isi dari komunikasi yang dilakukan. Isi dari komunikasi tersebut yang dinamakan konsteks (DeVito, 2007, p.331)

7. Etika

Etika dalam komunikasi adalah moralitas dari tingkah laku pesan (DeVito, 2007, p.332).

8. Kompetensi

Dalam komunikasi interpersonal, artinya pengetahuan tentang komunikasi dan kemampuan untuk melibatkan dalam komunikasi secara efektif (DeVito, 2007, p.330).

2.2.1.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Tujuan komunikasi interpersonal menurut DeVito (2007, p. 9-10):

1. Untuk mempelajari

Ketika seseorang berkomunikasi dengan orang lain, orang tersebut belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Kenyataannya, persepsi

diri seseorang sebagian besar dihasilkan dari apa yang telah dipelajari tentang diri sendiri dari orang lain selama komunikasi, khususnya dalam pertemuan-pertemuan antarpribadi. Komunikasi juga membantu seseorang menemukan dunia luar, dunia yang dipenuhi obyek, peristiwa, dan manusia lain.

2. Untuk berhubungan

Seseorang menghabiskan banyak waktu dan energi berkomunikasi untuk membina dan memelihara hubungan sosial. Seseorang berkomunikasi dengan teman dekat di sekolah, di kantor, dan di telepon, dan Internet. Seseorang berinteraksi pula dengan rekan kerjanya

3. Untuk membantu

Membantu seseorang mengkritik, menyatakan sebuah empati, bekerja dengan suatu kelompok untuk memecahkan suatu masalah atau mendengarkan dan mendukung orang lain pada saat berbicara.

4. Untuk mempengaruhi

Dalam pertemuan sehari-hari seseorang berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain. Seseorang akan berusaha mengajak orang lain melakukan sesuatu, mencoba cara diet yang baru, membeli produk tertentu, menonton film, mengunjungi website tertentu, meyakini, bahwa sesuatu itu benar atau salah, menyetujui atau mengecam gagasan tertentu, dan sebagainya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5. Untuk bermain

Komunikasi seperti bermain, memasukkan motif kesenangan, melepaskan diri, dan relaksasi. Kita menceritakan humor, sesuatu yang cerdas, dan berhubungan dengan cerita menarik sebagian besar untuk kesenangan yang diberikan kepada kita dan pendengar. Demikian pula, kita mungkin berkomunikasi karena hal tersebut membuat relaks, mengijinkan kita untuk melepaskan diri dari tekanan dan tanggung jawab.

2.2.2 *Self Disclosure*

2.2.2.1 Definisi *Self Disclosure*

Secara bahasa, *self* berarti diri sendiri, dan *disclosure* dari kata *closure* yang diartikan sebagai penutupan, pengakhiran, sehingga *disclosure* berarti terbuka atau keterbukaan. Menurut Leary, McDonald dan Tangney (2003) dalam (Agus, 2013, p.46) *self* adalah: “Kelengkapan psikologis yang memungkinkan refleksi diri berpengaruh terhadap pengalaman kesadaran, yang mendasari semua jenis persepsi, kepercayaan dan perasaan tentang diri sendiri serta yang memungkinkan seseorang meregulasi tentang perilakunya sendiri.”

(DeVito, 1997, p.40) menjelaskan *self disclosure* sebagai salah satu tipe komunikasi ketika informasi tentang diri yang biasa dirahasiakan diberitahu kepada orang lain. Ada dua hal penting yang harus diperhatikan, yaitu informasi yang diutarakan tersebut harus informasi yang biasanya disimpan atau dirahasiakan dan informasi tersebut harus diceritakan kepada orang lain baik secara tertulis dan lisan.

Definisi lain mengenai *self disclosure* menurut Johnson (1981) dalam (Supratiknya, 1995, p.14), menjelaskan bahwa: “Pengungkapan diri atau *self disclosure* adalah mengungkapkan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang kita hadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan atau yang berguna untuk memahami tanggapan kita di masa kini tersebut”

Penjelasan dan definisi diatas lebih banyak merujuk pada *self disclosure* di dunia nyata atau kehidupan sehari-hari. Bedanya, dalam penelitian ini peneliti ingin mengkaji bagaimana fenomena *self disclosure* berkembang di dunia maya yaitu pada media sosial yaitu Instagram. Fenomena yang diangkat peneliti dalam penelitian ini yaitu peneliti akan meneliti fenomena *self disclosure* atau pengungkapan diri yang dilakukan oleh para *followers* akun Instagram @sisilism pada media sosial Instagram pribadi yang dimiliki oleh pengguna akun tersebut. Untuk mengetahui bagaimana *self disclosure* di instagram maka peneliti akan mengaitkan beberapa aspek yang akan berhubungan dengan *self disclosure*.

2.2.2.2 Dimensi *Self Disclosure*

Menurut (Devito, 1997, p.40) dimensi dalam *self disclosure* ini dibagi menjadi 5 bagian:

1. Ukuran atau jumlah *self disclosure*

Ukuran *self disclosure* didapat dari frekuensi seseorang melakukan *self disclosure* dan durasi pesan-pesan yang bersifat *self disclosure* atau waktu yang diperlukan untuk menyatakan pengungkapan tersebut. Dalam hal ini *self disclosure* yang dilakukan akan sangat tidak terbatas oleh waktu, di mana

seseorang dapat kapan saja terhubung dengan aktivitas internet dan melakukan *self disclosure* pada media sosial saat seseorang merasa hal atau kejadian yang dialaminya patut untuk diungkapkan.

2. Valensi *self disclosure*

Valensi merupakan kualitas positif dan negatif dari *self disclosure*. Individu dapat mengungkapkan diri dengan baik dan menyenangkan (positif), atau dengan tidak baik dan tidak menyenangkan (negatif), kualitas ini akan menimbulkan dampak yang berbeda, baik pada orang yang mengungkapkan diri maupun pada pendengarnya. Dalam hal ini, peneliti melihat pada media sosial instagram yang menjadi objek penelitian, @sisilism cenderung memposting hal-hal tentang seks yang dianggap tabu namun juga bermanfaat di media sosial instagram.

3. Kecermatan dan kejujuran

Kecermatan atau ketepatan *self disclosure* akan dibatasi oleh sejauh mana individu mengetahui atau mengenal dirinya sendiri. Selanjutnya *self disclosure* akan berbeda tergantung pada kejujuran. Individu dapat secara total jujur atau dapat melebih-lebihkan, atau berbohong. Dalam hal ini, mengenal diri sendiri akan berkaitan dengan tinjauan konsep diri (*self-concept*) seseorang. Pada penelitian ini akan diteliti lebih lanjut mengenai fenomena *self disclosure* @sisilism yang terjadi di media sosial instagram.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

4. Tujuan dan maksud

Individu akan menyingkapkan apa yang ditujukan untuk diungkapkan, sehingga dengan sadar individu tersebut dapat mengontrol *self disclosure*. Dalam hal ini, mengenai penyingkapkan perasaan terkadang seseorang berpikir secara spontan, melibatkan *emotional* yang kadang kurang terkontrol. Untuk itu, akan diteliti lebih lanjut mengenai fenomena *self disclosure* @sisilism yang terjadi di media sosial instagram .

5. Keintiman

Individu dapat menyingkapkan hal-hal yang intim dalam hidupnya atau hal dianggap sebagai feriferal atau impersonal atau hal-hal yang terletak antara feriferal atau impersonal.

2.2.2.3 Fungsi *Self Disclosure*

Pengungkapan diri memiliki beberapa fungsi. Menurut Derlega&Grzelak (dalam Sears, 1985, p.254) ada lima fungsi pengungkapan diri, yaitu:

1. Ekspresi

Kadang-kadang kita mengatakan segala perasaan kita untuk “membuang semua itu dari dada kita.” Dengan pengungkapan diri semacam ini, kita mendapat kesempatan untuk mengekspresikan perasaan kita.

2. Penjernihan diri

Dengan membicarakan masalah yang sedang kita hadapi kepada seorang teman, pikiran kita akan lebih jernih sehingga kita dapat melihat duduk persoalannya dengan lebih baik.

3. Keabsahan sosial

Dengan mengamati bagaimana reaksi pendengar sewaktu kita sedang mengungkapkan diri, kita memperoleh informasi tentang ketepatan pandangan kita.

4. Kendali sosial

Kita dapat mengemukakan atau menyembunyikan informasi tentang diri kita sebagai peranti kendali sosial.

5. Perkembangan hubungan

Saling berbagi informasi dan saling mempercayai merupakan sarana yang paling penting dalam usaha merintis suatu hubungan dan semakin meningkatkan keakraban.

2.2.2.4 Manfaat *Self Disclosure*

Membahas mengenai *self disclosure*, maka harus juga mengetahui manfaat dari *self disclosure* itu sendiri. Menurut (Devito, 2011, p.67-69) manfaat dari melakukan *self disclosure* adalah:

1. Pengetahuan diri

Salah satu manfaat dari pengungkapan diri adalah kita mendapatkan perspektif baru tentang diri sendiri dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku kita sendiri.

2. Kemampuan mengatasi kesulitan

Argumen lain yang berkaitan erat adalah bahwa kita akan lebih mampu menanggulangi masalah atau kesulitan kita, khususnya perasaan bersalah,

yakni melalui pengungkapan diri. Dengan mengungkapkan perasaan dan menerima dukungan, bukan penolakan, kita menjadi lebih siap untuk mengatasi perasaan bersalah dan mungkin mengurangi dan bahkan menghilangkannya.

3. Efisiensi komunikasi

Seseorang memahami pesan-pesan dari orang lain sebagian besar sejauh kita memahami orang lain secara individual.

4. Kedalaman hubungan

Dengan pengungkapan diri, kita memberitahu orang lain bahwa kita mempercayai mereka, menghargai, dan cukup peduli akan mereka dan akan hubungan kita untuk mengungkapkan diri kita kepada mereka.

2.2.2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Self Disclosure*

Tidak semua individu mampu melakukan *self disclosure* begitu saja, karena tingkat kepribadian yang dimiliki seseorang cenderung berbeda-beda. Untuk itu, (Devito, 2011, p.65-67) mengemukakan ada delapan faktor yang mempengaruhi *self disclosure*:

1. Besaran kelompok

Besaran kelompok atau ukuran *audience*, maksimal 4 orang. Pengungkapan diri lebih banyak terjadi dalam kelompok kecil dari pada kelompok besar.

Diad (kelompok yang terdiri atas dua orang) merupakan lingkungan yang paling cocok untuk mengungkapkan diri. Bila, ada lebih dari satu orang

pendengar, pemantauan seperti ini menjadi sulit, karena tanggapan yang muncul pasti berbeda dari pendengar yang berbeda.

2. Perasaan menyukai

Kita membuka diri kepada orang-orang yang kita sukai atau cintai, dan kita tidak akan membuka diri kepada orang yang tidak kita sukai

3. Efek diadik

Seseorang melakukan pengungkapan diri bila bersama orang yang melakukan pengungkapan diri pula. Efek diadik ini mungkin membuat seseorang merasa lebih aman, dan nyatanya memperkuat perilaku pengungkapan diri.

4. Kompetensi

Orang yang kompeten lebih banyak melakukan dalam pengungkapan diri dari pada orang yang kurang kompeten.

5. Kepribadian

Orang-orang yang pandai bergaul dan ekstrover melakukan pengungkapan diri lebih banyak dari pada mereka yang kurang pandai bergaul dan lebih introvert. Orang yang kurang berani bicara pada umumnya juga kurang mengungkapkan diri daripada mereka yang merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi.

6. Topik

Kecenderungan memilih topik pembicaraan, seseorang lebih cenderung membuka diri tentang topik pekerjaan atau hobi dari pada tentang kehidupan

seks atau situasi keuangan. Umumnya, makin pribadi dan makin negatif suatu topik, makin kecil kita mengungkapkannya.

7. Jenis kelamin

Faktor terpenting yang mempengaruhi pengungkapan diri adalah jenis kelamin.

- a. Wanita : lebih terbuka dari pada pria, dan lebih terbuka pada orang yang disukai
- b. Laki-laki lebih terbuka pada orang yang dipercayai

2.2.2.6 Teori *Self Disclosure*

Proses yang dilakukan dalam memahami tingkat kesadaran dan penyingkapan diri melalui Johari Window yaitu Luft, 1969 (dalam buku terjemahan Tubbs & Moss, 2000, p.13).

	Saya Tahu	Saya tidak Tahu
Orang lain tahu	1. Terbuka	2. Buta
Orang lain tidak tahu	3. Tersembunyi	4. Tidak tahu

Gambar diatas melukiskan ketika kita berhubungan dengan manusia lainnya, dalam bentuk empat kuadran mirip empat kaca pada sebuah jendela. Ukuran setiap kuadran kaca ditentukan oleh kesadaran, diri anda dan diri orang lain, mengenai

perilaku, perasaan, dan motivasi serta tingkat kepemilikan informasi bersama. Setiap orang dapat digambarkan dengan jendela johari.

a. Kuadran 1 yaitu kuadran terbuka

Mencerminkan keterbukaan pada dunia secara umum, keinginan anda untuk diketahui. Kuadran ini mencakup semua aspek diri anda yang anda ketahui dan diketahui oleh orang lain. Kuadran ini adalah dasar bagi kebanyakan komunikasi antara dua orang.

b. Kuadran 2 yaitu kuadran gelap

Meliputi semua hal mengenai diri anda yang dirasakan orang lain tetapi tidak anda rasakan. Mungkin anda cenderung memonopoli percakapan tanpa anda sadari, atau anda menganggap diri anda jenaka tetapi teman anda menganggap gurauan anda canggung. Dapat pula anda merasa percaya diri, tetapi anda menunjukkan beberapa sikap gugup yang terlihat oleh orang lain namun tidak anda sadari. Kuadran gelap dapat memuat setiap rangsangan komunikatif yang tidak disengaja.

c. Kuadran 3 yaitu kuadran tersembunyi

Kita yang menentukan kebijaksanaan. Kuadran ini dibangun oleh semua hal yang anda lebih suka tidak membeberkannya kepada orang lain. Mungkin mengenai diri anda atau orang lain.

d. Kuadran 4 yaitu kuadran tak diketahui

Kuadran gelap tidak anda ketahui, meskipun orang lain. Kuadran tersembunyi tidak diketahui orang lain, tetapi anda mengetahuinya. Kuadran 4 betul- betul

tidak diketahui. Ini mewakili segala sesuatu tentang diri anda yang belum pernah ditelusuri oleh anda atau oleh orang lain. Pada dasarnya Luft (dalam Tubbs & Moss, 2000, p.14) berpendapat memperbesar kuadran terbuka merupakan hal yang menyenangkan dan memuaskan yaitu tidak saja belajar lebih mengenali diri sendiri dan memperluas wawasan tapi juga membeberkan informasi tentang diri anda sendiri sehingga orang lain dapat mengenali anda dengan baik. Juga dipercaya bahwa pengetahuan yang lebih luas tentang diri dalam kaitannya dengan orang lain, akan meningkatkan penghargaan diri dan penerimaan diri.

2.2.3 Informasi

Newcomb (dalam Mulyana, 2010, p.68) menyatakan, bahwa kegiatan komunikasi dilihat sebagai transmisi informasi, yang terdiri dari stimulus diskriminasi yang berasal dari sumber kepada penerima. Informasi merupakan kumpulan data, pesan atau isyarat yang diatur dengan cara tertentu yang memiliki makna atau kegunaan tersendiri untuk manusia (Ruben, 1988, p. 19). Menurut Yusup (2009, p.11) Informasi adalah rekaman fenomena yang diamati, bisa juga keputusan yang dibuat oleh manusia.

Ide-ide yang tercipta dari manusia berasal dari informasi. Semua manusia dapat mengubah data-data yang ia dapatkan menjadi informasi, lalu menggunakan informasi tersebut untuk mengurangi ketidakpastian yang sedang mereka hadapi, dan dapat mengambil keputusan untuk melanjutkan hidup (Schement, 2002, p. 422).

2.2.4 Pemenuhan Informasi

Belkin (1978) menyatakan kebutuhan informasi muncul ketika seseorang sadar akan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan harapan untuk memecahkan suatu masalah (dalam Nicholas, p.20). Informasi dibutuhkan ketika seseorang menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki tidak cukup untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapinya.

Menurut Katz Gurevitch dan Haas pemenuhan kebutuhan informasi dapat dibagi menjadi lima macam (Yusup, 2009, p.338) yaitu:

a. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif berkaitan dengan kebutuhan untuk menambah atau memperkuat informasi, pengetahuan, dan juga pemahaman.

b. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan ini berkaitan dengan penguatan estetis, hal yang dapat menyenangkan, dan juga pengalaman emosional.

c. Kebutuhan Integrasi Personal

Kebutuhan integrasi personal, berkaitan dengan hasrat seseorang untuk mencari jati dirinya seperti penguatan, kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu dari orang tersebut.

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A

d. Kebutuhan Integrasi Sosial

Kebutuhan ini dikaitkan dengan menjaga hubungan baik dengan keluarga, teman, ataupun orang lain.

e. Kebutuhan Berkhayal

Kebutuhan ini berkaitan dengan kebutuhan akan melepaskan ketegangan, atau mencari hiburan untuk pengalihan diri.

Instagram adalah salah satu media sosial yang menjadi sumber informasi untuk para penggunanya. Pada akun @sisilism memberikan informasi kepada *followers* di akun tersebut yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah.

2.2.1 Media Sosial

Perkembangan zaman menuntut untuk memberikan kemudahan kepada semua orang dalam hal apapun. Termasuk dengan media sosial yang memudahkan para penggunanya untuk berinteraksi dengan pengguna lain, berbagi informasi, dan membangun relasi baru dengan pengguna lain. Menurut Meike dan Young (dalam Nasrullah, 2015, p.11) mengartikan media sosial sebagai konvergensi komunikasi personal yang berarti berbagi antar individu (*to be shared to one*) dan media sosial untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada ikatan sosial. Jumlah pengguna media sosial lebih banyak dibandingkan dengan pembaca media massa, maka dari itu informasi yang ditampilkan di media sosial mendapatkan jangkauan lebih luas (Scott dalam Nasrullah 2015, p. 158)

2.2.1.1 Instagram

Instagram adalah media atau aplikasi memberikan kemudahan cara berbagi secara online dalam foto, video, dan layanan jejaring sosial yang digunakan oleh penggunanya untuk mengambil dan berbagi ke seluruh penggunanya (Budiargo, 2015, p:48). Menurut situs Instagram (www.instagram.com), aplikasi ini dirilis pada Oktober 2010 didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, namun pada tahun 2012 diumumkan bahwa Instagram diambil alih oleh Facebook. Instagram menyediakan layanan untuk para penggunaanya berbagi konten mereka sendiri, lalu dibagikan secara luas, hingga konten tersebut terbit. Pada Mei 2019 Instagram statistik menunjukkan bahwa telah bertambah lebih dari 1 milyar aktivitas yang dibagikan oleh penggunanya, dan bertambah 500 juta lebih *story* harian dari penggunaannya.

2.3 Hipotesis

Dalam melakukan penelitian, hipotesis diperlukan sebagai anggapan sementara dalam penelian. Hipotesis diyakini sebagai anggapan yang mungkin benar dan digunakan sebagai acuan pembuatan keputusan ataupun penyelesaian masalah untuk penelitian selanjutnya (Suprpto, 2009, p.124). Dalam pembuktian hipotesis diperlukan pengujian dan observasi terkait penelitian.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

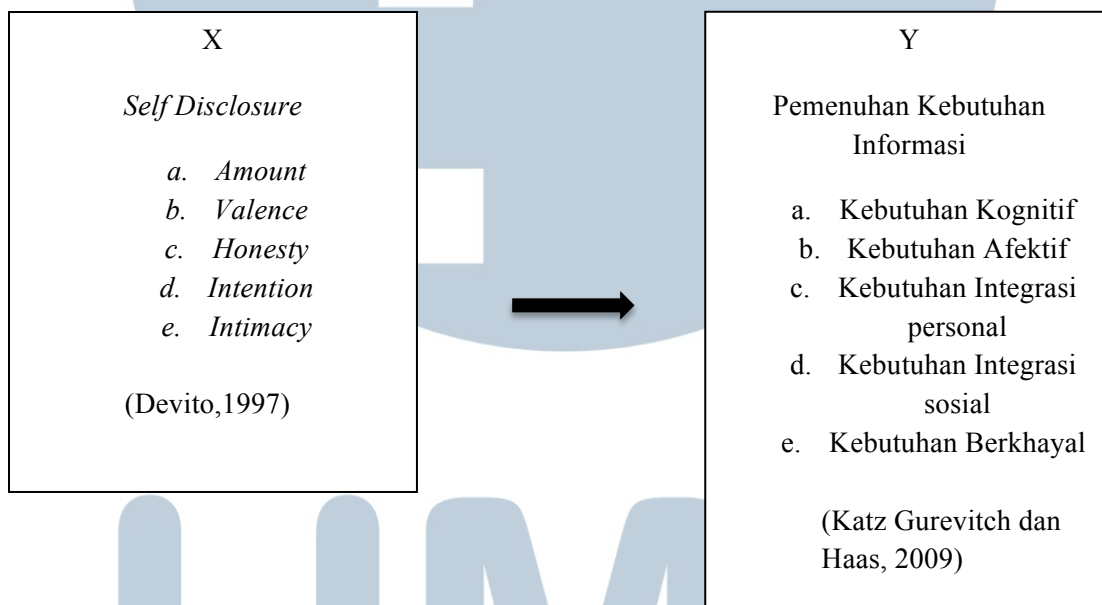
Ho: Tidak ada pengaruh keterbukaan komunikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada akun instagram @sisilism.

Ha: Terdapat pengaruh keterbukaan komunikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada akun instagram @sisilism.

2.4 Alur Penelitian

Berikut alur penelitian menjelaskan hubungan antar variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian. Penelitian ini, peneliti menggunakan “*self disclosure*” dan “pemenuhan kebutuhan informasi” sebagai variabel penelitian.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Pribadi

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A