

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti menjadikan empat (4) penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam menyusun penelitian. Berikut merupakan pemaparan dari keempat penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti.

2.1.1 Penelitian Terdahulu 1

Penelitian terdahulu pertama yang berjudul “Analisis *Self-Disclosure* Pada Fenomena *Hyperhonest* di Media Sosial” disusun oleh Radja Erland Hamzah dan Citra Eka berasal dari Universitas Prof. DR. Moestopo, Jakarta pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan teori *Self Disclosure*, Media Sosial, *Communication Privacy Management* dan juga menggunakan paradigma konstruktivisme. Pada penelitian ini peneliti membahas mengenai penggunaan media sosial Facebook sebagai salah satu alat untuk mengungkapkan diri dengan menceritakan pengalaman pribadi sebuah akun yang bernama mommi Asf. Mommi Asf merupakan seorang ibu rumah tangga yang menceritakan lika liku perjalanan pernikahannya. Dalam akunnya tersebut Mommi Asf banyak menceritakan hal – hal yang bersifat pribadi sehingga banyak orang yang dapat melihat dan mengakses tulisan – tulisan yang Momi Asf unggah pada laman Facebooknya. Peneliti melihat hal ini sebagai sebuah pergeseran makna dalam orang – orang menggunakan media sosial dimana media sosial memiliki fungsi awal sebagai pengganti interaksi langsung menjadi panggung pengungkapan diri atau *self disclosure*. Selain kisah dari Mommi Asf tersebut semakin banyak orang – orang yang juga mengunggah cerita atau kisah pribadinya dalam media sosial sehingga membentuk fenomena *hyperhonest* yang merupakan situasi dimana orang menjadi terlalu jujur pada media sosial. Dari penelitian yang dilakukan oleh Hamzah dan Citra Eka, mereka menemukan bahwa terdapat tiga (3) hal yang mendorong seseorang mengungkapkan diri di media sosial dalam fenomena *hyperhonest*, pertama adalah

curhat di media sosial memberi rasa senang kepada orang yang mengunggah kisah mereka, kedua, terpenuhinya kebutuhan untuk didengarkan, dan yang terakhir adalah kebutuhan untuk dikenal. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan menggunakan metode penelitian studi kasus.

2.1.2 Penelitian Terdahulu 2

Penelitian terdahulu kedua berjudul “*Self Disclosure Individu Queer Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @kaimatamusic)*” disusun oleh Dhiya Fauziani Hediani dan Septi Winduwati yang berasal dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara, Jakarta tahun 2019. Penelitian ini dilandaskan dengan teori komunikasi antarpribadi dengan referensi konsep *self disclosure* dan teori media sosial. Pada penelitian ini peneliti membahas secara mendalam mengenai seorang individu *Queer* bernama Kai Mata (@kaimatamusic) yang menggunakan media sosial Instagramnya untuk melakukan *self disclosure* atau mengungkapkan diri. *Queer* sendiri merupakan seseorang yang tidak ingin dikategorikan sebagai gender yang dipasangkan, misalkan laki laki & perempuan, homoseksual & heteroseksual atau individu yang tidak ingin diberi label berdasarkan identitas seksual mereka. Dari penelitian yang dilakukan oleh Dhiya Fauziani Hediani dan Septi Winduwati, ditemukan hasil penelitian bahwa Kai Mata melakukan pembukaan diri dengan membagikan hasil karya, identitas seksual, ide dan gagasan, sikap yang terbuka dengan orang lain. Tetapi dalam melakukan pembukaan diri tersebut terdapat topik – topik yang tidak diunggah melalui akun Instagramnya, yaitu mengenai pasangan romantis dan keluarga. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan dikumpulkan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi non partisipan, dokumentasi dan studi kepustakaan. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

2.1.3 Penelitian Terdahulu 3

Penelitian terdahulu ketiga memiliki judul “*Self Disclosure* di Media Sosial Pada Mahasiswa IAIN Kendari (Suatu Kajian Psikologi Komunikasi Pada Penggunaan Media Sosial)” yang diteliti oleh Sri Hadijah Arnus pada tahun 2016. Penelitian yang dilakukan ini menggunakan konsep Komunikasi Interpersonal dan konsep *Self Disclosure* dan konsep Johari Window. Penelitian ini membahas mengenai mahasiswa IAIN Kendari yang melakukan pengungkapan diri melalui jejaring sosial atau lebih tepatnya jejaring sosial Facebook. Terdapat fokus yang ingin peneliti raih yaitu mengetahui apa saja faktor – faktor yang ingin dicapai Mahasiswa dalam melakukan *self disclosure* dan juga topik – topik apa aja yang dibahas dalam melakukan *self disclosure* melalui Facebook. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan subjek penelitian adalah mahasiswa IAIN Kendari menggunakan metode wawancara yang telah ditentukan (*purposive*) sebelumnya. Banyaknya mahasiswa yang diwawancara adalah 20 orang dengan 15 orang mahasiswa perempuan dan 5 orang mahasiswa laki – laki.

2.1.4 Penelitian Terdahulu 4

Penelitian terdahulu keempat memiliki judul “*Self Disclosure* Generasi Milenial Melalui *Second Account* Instagram” yang diteliti oleh Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, Novian Rasyid Ohorella pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan teori *Self Disclosure* dengan konsep Johari Window dan Paradigma Konstruktivisme Sosial. Penelitian ini membahas mengenai generasi milenial yang semakin melek akan teknologi dan juga penggunaannya media sosial, terutama Instagram. Melihat dari banyaknya penggunaan media sosial Instagram di kalangan generasi milenial ini juga berhubungan dengan cara mereka membuka diri melalui akun Instagram tersebut. Saat ini semakin banyak generasi milenial yang memiliki *second account*. Untuk itu fokus utama dari penelitian ini adalah menemukan keterbukaan diri atau *self disclosure* dengan kebebasan berekspresi dan juga

menghilangkan rasa *insecure* dengan menggunakan *second account*. Penelitian merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap beberapa narasumber yang sebelumnya telah dipilih secara acak dengan rentang usia 20 – 24 tahun atau dewasa awal.

Keempat penelitian terdahulu yang telah dipaparkan tersebut digunakan oleh peneliti untuk menjadi referensi dalam menyusun penelitian ini. Terdapat persamaan dan juga perbedaan dalam keempat penelitian terdahulu tersebut. Persamaan yang dapat ditemukan adalah topik yang diambil mengenai *self disclosure* dan cara pengungkapan diri para informan yang dilakukan melalui media sosial. Dari keempat penelitian tersebut juga menggunakan teori atau konsep *self disclosure* dan keempatnya merupakan penelitian kualitatif.

Hanya saja untuk perbedaan, penelitian pertama yang disusun oleh Radja Erland Hamzah dan Citra Eka Putri (2020) membahas mengenai kegiatan *self disclosure* yang dilakukan oleh Mommi Asf, seorang ibu rumah tangga yang menceritakan kisah lika liku pernikahan bersama sang suami. Mommi Asf melakukan *self disclosure* melalui media sosial Facebook. Hal ini juga menjadi salah satu alasan fenomena *hyperhonest* di media sosial semakin marak. Dengan melakukan penelitian ini, peneliti dapat mengetahui tiga alasan seseorang melakukan pengungkapan diri melalui media sosial.

Penelitian kedua yang disusun oleh Dhiya Fauziani Hadiana dan Septia Winduwati (2019) membahas secara mendalam kegiatan *self disclosure* yang dilakukan oleh seorang individu *Queer* yang bernama Kai Mata melalui akun Instagram miliknya @kaimatamusic. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menemukan bagaimana pembukaan diri yang Kai Mata lakukan dan juga meskipun ia melakukan *self disclosure* melalui akun media Instagram terdapat beberapa hal

privasi yang tidak ingin di bagikan kepada para pengikut ataupun pengguna Instagram lain, yaitu hal mengenai pasangan dan keluarga.

Penelitian ketiga merupakan penelitian yang disusun oleh Sri Hadijah Arnus (2016) yang membahas mengenai kegiatan pembukaan diri dari beberapa mahasiswa IAIN Kendari melalui akun media sosial Facebook. Pada penelitian ini Sri Hadijah Arnus menemukan faktor – faktor mahasiswa IAIN Kendari melakukan *self disclosure* melauai penulisan status di laman Facebook, yaitu mereka merasa jauh menjadi lega dan tidak merasa malu. Selain itu mereka juga dapat merasakan eksistensi diri mereka pada media sosial.

Penelitian keempat yang disusun oleh Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana dan Novian Rasyid Ohorella (2020) membahas mengenai kegiatan pembukaan diri yang dilakukan oleh generasi milenial melalui *second account* Instagram. Salah satu alasan para generasi milenial memiliki dan menggunakan *second account* Instagram adalah untuk lebih bebas dalam mengekspresikan diri sehingga mereka dapat menghilangkan rasa *insecure* yang dimiliki.

Dengan melakukan peninjauan terhadap keempat penelitian terdahulu tersebut, peneliti menemukan persamaan dalam penyusunan penelitian., yaitu membahas pembukaan diri atau *self disclosure* tetapi yang hal yang membedakan dari penelitian – penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini adalah pembahasan mengenai *self disclosure* yang dilakukan pada suatu *platform* yaitu TikTok dan membahas mengenai pengalaman masing – masing informan dalam melakukan pembukaan diri tersebut. Hal yang juga menjadi pembeda dalam penelitian ini adalah target dalam penelitian yang merupakan Generasi Z yang berusia diantara 16 – 24 tahun

Aspek	Penelitian I	Penelitian II	Penelitian III	Penelitian IV
Nama Peneliti	Radja Erland Hamzah, Citra Eka Putri	Dhiya Fauziani Hediana, Septia Winduwati	Sri Hadijah Arnus	Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, Novian Rasyid Ohorella
Tempat Penelitian, Tahun	Universitas Prof. DR. Moestopo, Jakarta, 2020	Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara, Jakarta, 2019	IAIN Kendari, 2016	Universitas Gunadarma, Depok, 2020
Judul Penelitian	<i>Analisis Self-Disclosure</i> Pada Fenomena <i>Hyperhonest</i> di Media Sosial	<i>Self Disclosure</i> Individu <i>Queer</i> Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @kaimatamusic)	<i>Self Disclosure</i> di Media Sosial Pada Mahasiswa IAIN Kendari (Suatu Kajian Psikologi Komunikasi Pada Penggunaan Media Sosial)	<i>Self Disclosure</i> Generasi Milenial Melalui <i>Second</i> <i>Account</i> Instagram
Judul Jurnal, Vol, No	Jurnal Pustaka Komunikasi, Vol 3, No 2	Jurnal Koneksi, Vol 3, No 2	Al-Izzah, Vol 11, No 2	Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 18, No 3
Tujuan Penelitian	Menganalisis pengungkapan diri status layangan putus pada fenomena Hyperhonest di media sosial.	Mengetahui pengungkapan diri individu <i>Queer</i> Kai Mata melalui akun media sosial Instagram.	Mengetahui faktor – faktor mahasiswa IAIN Kendari melakukan <i>Self Disclosure</i> pada Facebook dan topik – topik apa yang dibahas dalam melakukan <i>Self</i> <i>Disclosure</i> tersebut.	Dapat mengetahui keterbukaan atau <i>self</i> <i>disclosure</i> dengan kebebasan berekspresi dan menghilangkan rasa insecure yang dirasakan Generasi Milenial di <i>Second Account</i> .

Metodelogi	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Teori/Konsep	<i>Self Disclosure, Media Sosial, Communication Privacy Management</i>	Komunikasi Antarpribadi, <i>Self Disclosure, Queer, New Media</i>	<i>Interpersonal Communication, Self Disclosure</i>	Teori <i>Self Disclosure</i> (Johari Window), Paradigma Konstruktivisme Sosial
Hasil Penelitian	Terdapat tiga hal yang mendorong seseorang melakukan pengungkapan diri melalui media sosial, yaitu pertama curhat di media sosial membawakan rasa senang, kedua, terpenuhinya kebutuhan untuk didengerkan, ketiga, kebutuhan untuk dikenal.	Dapat diketahui bahwa informan melakukan pembukaan diri melalui akun media sosial Instagram dengan membagikan hasil karya, identitas seksual, ide, gagasan, aktivitas dan juga sikap yang terbuka dengan orang lain. Tetapi informan juga membatasi informasi – informasi yang ingin dibagikan pada media sosial terutama hal – hal yang membahas mengenai pasangan romantis dan keluarga.	Mahasiswa melakukan <i>Self Disclosure</i> melalui Facebook karena mereka merasa lebih lega dan tidak merasa malu jika harus berinteraksi secara <i>face-to-face</i> . Melalui Facebook mereka juga berusaha untuk menunjukkan eksistensi diri mereka, karena dengan Facebook mereka dapat mengekspresikan diri mereka secara bebas. Sedangkan untuk topik – topik yang dibicarakan pun terbilang hal – hal yang basa basi. Tetapi jika dalam melakukan self disclosure tersebut bersama	Setiap orang terutama generasi milenial memiliki keterbukaan diri yang berbeda – beda karena adanya perbedaan karakteristik. Melalui <i>second account</i> para pengguna dapat bebas untuk berekspresi dan mengunggah apapun yang diinginkan. Memiliki <i>second account</i> tersebut sangat menambah kepercayaan diri mereka dan menghilangkan rasa <i>insecure</i> , karena tidak semua dapat mengakses akun tersebut.

			teman yang akrab maka pembahasan dapat disesuaikan dengan keadaan atau emosi yang mereka rasakan.	
Perbandingan yang dijadikan alasan tinjauan penelitian	Penelitian ini menggunakan teori dan konsep yang sama oleh penulis, tetapi penelitian ini lebih fokus membahas mengenai fenomenologi kisah layangan putus yang terjadi di media sosial Facebook.	Penelitian ini memiliki narasumber yang berbeda, yaitu para individu Queer dalam akun Instagram @kaimatamusic dalam melakukan pembukaan diri. Dan juga penelitian ini menggunakan teori <i>Queer</i> dan <i>New Media</i> yang peneliti tidak gunakan dalam melaksanakan penelitian.	Penelitian menggunakan teori dan konsep yang sama. Tetapi pembahasan yang di teliti oleh peneliti tidak membahas atau menghubungkan penelitian konsep <i>Self Disclosure</i> Johari Window yang tidak peneliti gunakan dalam penelitian.	Teori <i>self disclosure</i> menggunakan konsep Johari Window merupakan kesamaan yang dimiliki. Tetapi dalam penelitian saya ingin membahas mengenai Generasi Z yang menggunakan TikTok sebagai <i>self disclosure</i> .
Link Jurnal	https://doi.org/10.32509/pustakom.v3i2.1124	http://dx.doi.org/10.24912/kin.v3i2.6489	http://dx.doi.org/10.31332/ai.v11i2.459	https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 *Self Disclosure*

Self disclosure atau keterbukaan diri merupakan sebuah proses yang sengaja dilakukan oleh seseorang dengan memberikan atau menyajikan informasi – informasi yang bersifat personal dan sensitif dimana sebelumnya mungkin belum diketahui oleh banyak orang (Pearson, 2011).

Menurut Johnson (Devito, 2013) keterbukaan diri yang dilakukan oleh seseorang merupakan sebuah pengungkapan reaksi atau suatu tanggapan terhadap situasi yang tengah dialami oleh individu serta memberikan juga informasi mengenai masa lalu yang relevan dan berguna untuk memahami akan tanggapan diri di masa kini. Hal ini dapat diketahui bahwa individu mengambil keputusan sendiri dalam memilih untuk membuka diri.

Berdasarkan dari kedua penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self disclosure* atau keterbukaan diri merupakan suatu kegiatan membagi informasi mengenai diri setiap individu yang belum diketahui oleh banyak orang secara sadar dan sengaja sebagai suatu proses pengungkapan mengenai yang dirasakan dan dipikirkan, serta memahami perasaan akan orang lain yang disukai ataupun tidak secara terbuka.

Darlega dan Grzelak (Ningsih, 2015) menjelaskan terdapat lima (5) fungsi dalam melakukan *self disclosure*, yaitu:

1. Ekspresi
Melakukan pengungkapan diri atau *self disclosure* menjadi sebuah cara bagi seseorang untuk mengekspresikan diri mereka
2. Penjernihan Diri
Dalam melakukan penjernihan diri, individu membicarakan mengenai permasalahan yang sedang dilalui. Tanpa disadari dengan melakukan hal ini akan membantu untuk menjernihkan pikiran sehingga akan mengetahui lebih jelas akan pokok masalah.

3. Keabsahaan Sosial

Mendapatkan informasi mengenai ketepatan pandangan individu dalam suatu sudut pandang pendengar dan diperoleh dalam suatu pengamatan pada reaksi pendengar ketika individu sedang melakukan pengungkapan diri atau *self disclosure*.

4. Kendali Sosial

Masing – masing individu dapat mengendalikan akan informasi mengenai dirinya sebagai suatu peranti kendali sosial.

5. Perkembangan Hubungan

Untuk menjadi suatu cara dalam meningkatkan hubungan dan keakraban, pembagian informasi mengenai diri sendiri dan menaruh kepercayaan kepada satu sama lain merupakan suatu komponen yang penting.

2.2.2 Media Sosial Tik Tok

Media sosial merupakan sebuah media berbentuk *online* dimana para pengguna dapat mengakses secara mudah. Keberadaan media sosial juga sangat berhubungan erat dengan perkembangan teknologi yang semakin maju dan pesat. Semakin cepatnya perkembangan teknologi juga mengakibatkan muncul banyaknya beberapa media sosial termasuk salah satunya adalah TikTok.

TikTok dirilis pertama kali oleh perusahaan Cina yang bernama ByteDance pada bulan September 2016 dan mulai masuk untuk dipergunakan di Indonesia pada tahun 2018. Sejak saat itu penggunaan media sosial TikTok semakin lama semakin meningkat dikarenakan terdapat fitur spesial yang ditawarkan oleh TikTok kepada pengguna. TikTok sendiri digambarkan sebagai sebuah taman bermain virtual dan disebut sebagai media kreatif dibandingkan dengan media sosial lainnya yang memperbolehkan para pengguna kaum muda untuk menghasilkan sebuah konten tanpa perlu untuk memperhatikan estetika sebuah visual, audio visual, narasi, dan budaya online yang sebelumnya dialami dalam menggunakan media sosial lain (Bresnick, 2019).

Dalam tampilan TikTok dapat dikatakan cukup berbeda dengan media sosial lain seperti Facebook, Instagram ataupun Twitter yang menyajikan sebuah deretan konten yang dapat diakses sekaligus dengan melakukan *scroll* atau menggulir layar *handphone*. Sedangkan untuk TikTok hanya menyajikan satu konten video dan jika ingin melihat konten yang lain pengguna diharuskan untuk melakukan *scroll* ke arah bawah untuk melihat konten selanjutnya. Tetapi jika ingin melihat konten sebelumnya pengguna dapat menggeser ke arah atas. Hal ini yang membuat sebagian pengguna menghabiskan waktu dengan cukup lama dalam penggunaan TikTok (Anderson, 2020).

Menjadi salah satu media sosial yang banyak untuk diunduh dan digunakan oleh banyak orang karena mudahnya dan penawaran dari fitur yang TikTok miliki, terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan penggunaan media sosial TikTok (Deriyanto & Qorib , 2018), yaitu:

1. Faktor Internal

Merupakan faktor yang berasal dari diri seseorang. Hal yang termasuk dalam faktor ini seperti perasaan, sikap dan karakteristik seseorang, prasangka, keinginan atau sebuah harapan dan motivasi.

Dalam penggunaan TikTok, pastinya setiap orang memiliki cara yang berbeda dalam membuatnya. Jika perasaan seorang individu sedang mengalami senang maka pembuatan video ataupun konten juga turut mempengaruhi, begitu juga dengan sebaliknya.

2. Faktor Eksternal

Merupakan faktor yang dipengaruhi dari latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal – hal baru atau ketidakasingan suatu objek.

Dikatakan bahwa dalam seseorang mendapatkan informasi melalui video dari pengguna TikTok lain menjadi motivasi seseorang memproduksi sebuah konten dan melakukan interaksi dari informasi yang didapatkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa informasi merupakan sesuatu yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan media sosial TikTok.

2.2.3 Generasi Z

Menurut Sujak (2020) terdapat klasifikasi penjelasan mengenai nama generasi dan tahun kelahiran yang dimana penduduk dengan tahun kelahiran pada 1946-1964 mendapat sebutan Generasi *Baby Boomers* (masa angka kelahiran yang tinggi), penduduk yang lahir tahun 1965 – 1979 mendapat sebutan Generasi X, penduduk yang lahir pada tahun 1980 -1996 mendapat sebutan Generasi Millennial (Generasi Y), penduduk lahir tahun 1997 (kadang kala disebut tahun 2000) – sekarang mendapat sebutan Generasi Z. Generasi Z juga memiliki sebutan lain, yaitu iGeneration, generasi net atau generasi internet yang memiliki kemampuan mengaplikasikan kegiatan berhubungan dengan media maya dalam satu waktu secara bersamaan dan ini cukup mempengaruhi mereka karena yang sejak kecil telah terbiasa menggunakan teknologi secara akrab (Wijoyo, Indrawan , Cahyono, Handoko, & Santamoko, 2020).

Wijoyo (2020) menyebutkan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi – generasi sebelumnya, yaitu:

1. Fasih Teknologi

Atau memiliki nama lain sebagai tech-savy, web-savvy, atau appfriendly generation adalah “generasi digital” yang mahir akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Para Generasi Z dapat mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan secara mudah dan cepat.

2. Sosial

Merupakan para generasi yang intens dalam berinteraksi melalui media sosial dengan semua kalangan. Dan juga mereka memiliki ciri untuk secara intens berkomunikasi dan berinteraksi dengan semua kalangan, khususnya dengan teman sebaya melalui berbagai situs jejaring, seperti: Facebook, twitter, atau melalui SMS. Melalui media ini, mereka bisa mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkan secara spontan.

3. Ekspresif

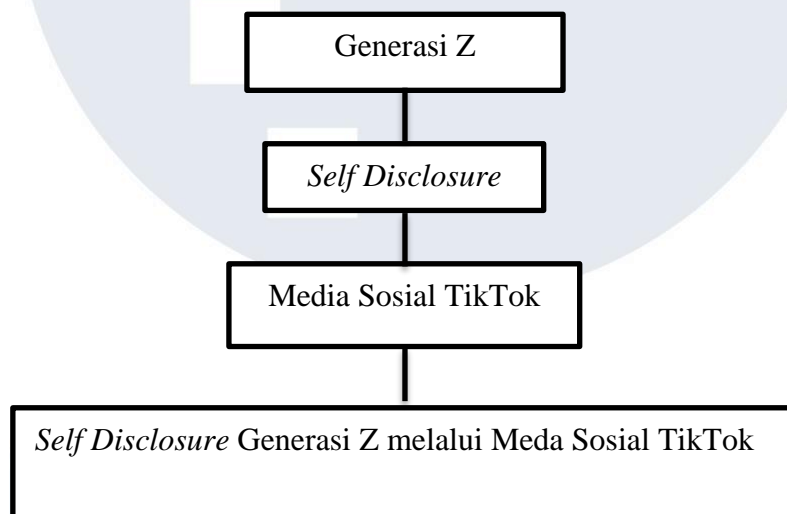
Merupakan seseorang yang cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan.

4. Multitasking

Merupakan seseorang yang terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Hal ini dilakukan untuk melakukan semuanya secara cepat karena tidak menyukai hal yang bertele – tele.

5. Cepat berpindah dari satu pemikiran/pekerjaan ke pemikiran/pekerjaan yang lain (*fast switcher*).
6. Senang berbagi.

2.3 Alur Penelitian



(Sumber Olahan Peneliti, 2022)

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