

**SELF DISCLOSURE PENGGUNA APLIKASI YALLA DALAM  
MENCARI PASANGAN**

**OLEH:**

**NUR AFNI RACHMAN**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**2021**

**SELF DISCLOSURE PENGGUNA APLIKASI YALLA DALAM MENCARI  
PASANGAN**

**OLEH:**

**NUR AFNI RACHMAN**

**E311 14 023**

*Skripsi Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**2021**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JudulSripsi : **SELF DISCLOSURE PENGGUNA APLIKASI YALLA  
DALAM Mencari PASANGAN**

NamaMahasiswa : Nur Afni Rachman

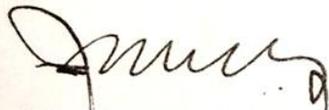
NomorInduk : E31114023

Departemen : IlmuKomunikasi

Makassar, Juli 2021

Menyetujui,

Pembimbing I



Prof. Dr. Alimuddin Unde, M.Si.

NIP. 196201181987021001

Pembimbing II



Nurul Ichsani, S.sos., M.I. Korr

NIP. 198801182015042001

Mengetahui

KetuaDepartemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



Dr. Sudirman Karnay, M.Si

NIP. 196410021990021001

## **HALAMAN PENERIMA TIM EVALUASI**

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting. Pada Hari Kamis, Tanggal Tiga Puluh September, Tahun Dua Ribu Dua Satu.

Makassar, 30 September 2021

### **TIM EVALUASI**

Ketua : Prof. Dr. Alimuddin Unde, M.Si. (.....)

Sekretaris : Nurul Ichsani, S.sos., M.I.Kom (.....)

Anggota : 1. Dr. H. Muh. Farid, M.Si. (.....)

2. Dr. Sudirman Karnay, M.Si. (.....)

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Afni Rachman

NIM : E31114023

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya ilmiah tulisan saya yang berjudul:

### **“SELF DISCLOSURE PENGGUNA APLIKASI YALLA DALAM MENCARI PASANGAN”**

adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan karya tulis orang lain dan skripsi yang tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 30 September 2021

Yang menyatakan,



**Nur Afni Rachman**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkat nikmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Self Disclosure* Pengguna Aplikasi Yalla Dalam Mencari Pasangan”. Salawat serta salam juga penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW sebagai pembawa penerangan bagi kehidupan.

Tiada kata yang bisa dikatakan selain mengucapkan syukur Alhamdulillah, karena pada akhirnya skripsi ini mampu diselesaikan oleh penulis penuh dengan perjuangan dalam meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk mendapatkan hasil yang baik. Penulis menyadari, dalam penulisan skripsi ini tidak jauh dari kekurangan. Kesempurnaan dan keberhasilan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tidak lain atas usaha dan upaya yang telah penulis lakukan serta bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Ditengah kesibukannya, mereka memberikan waktu luang untuk berbagi informasi dan motivasi bagi penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua terkasih yaitu Abd. Rachman dan Syamsiwardani yang senantiasa mengirimkan do’a dan kasih yang tulus yang pernah penulis terima. Yang selalu membimbing dan memberikan dukungan terbaik sehingga penulis memiliki semangat untuk menyelesaikan studi. semoga senantiasa terbalaskan dengan kebahagiaan dunia *wal* akhirat. Aamiin.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Dalam perjalanan menyelesaikan penelitian ini, penulis bertemu dengan berbagai macam kendala. Namun penulis sadar tidak ada sesuatu yang akan selesai bila terus terpaku dengan kendala. Semangat, bantuan, dukungan dari berbagai pihak juga membuat penulis dapat mengatasinya dan dapat mencapai titik ini dengan hati penuh suka cita. Maka izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Abd. Rachman dan Syamsiwardani atas segala dukungan serta doa yang luar biasa kepada penulis, semoga kelak Allah membalas ketulusan kalian Aamiin. Semoga tenang di alam sana.
2. Ketua dan Sekertaris Departemen Ilmu Komunikasi Unhas, Dr.Sudirman, M.Si dan Nosakros Arya, S.sos., M.I.Kom. serta dosen-dosen dan staf Departemen Ilmu Komunikasi atas segala petunjuk dan bimbingannya.
3. Prof.Dr.Alimuddin Unde,M.Si selaku pembimbing I dan Nurul Ichsani, S.sos.,M.I.Kom selaku pembimbing II atas segala waktu dan kesabarannya dalam membimbing penulis.
4. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2014 'FUTURE' , Jurnalistik 2014, teman angkatan, teman berproses, terima kasih. Semoga kita masih ingat untuk ingatkan temanta untuk selalu ingat temannya.
5. Keluarga besar KOSMIK terima kasih atas ilmu dan pengalamannya

6. Keluarga Besar peneliti yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa.
7. Kepada seluruh informan yang sudah mau meluangkan waktunya untuk diwawancarai oleh peneliti.
8. Kepada teman saya yaitu Defran, Benner, Suna, Govin, Libra, Retha, Alee, Chimmy, Noah, Zan, Racella, Gilang, Gerald, dan Kalih terima kasih selalu menyemangati dan memberi motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Untuk Deon Raizel yang setia memarahi, memberi semangat, selalu menemani ketika peneliti sedang gabut dan agak sedikit mulai gila, suka ceramahin peneliti. Jangan segan untuk mentoyor kepala peneliti.
10. Terima kasih kepada orang-orang yang mengatakan, “kamu terlalu terobsesi dengan Kim Taehyung”, tapi mereka tidak pernah mengatakan, “aku ikut senang karena Kim Taehyung bisa membuat kamu bahagia.” Setiap orang memiliki kebahagiaannya masing-masing, jangan merusak kebahagiaan seseorang hanya karena kamu tidak menyukai sumber bahagiannya.
11. Teruntuk *all member* BTS terima kasih telah menjadi salah satu alasan aku masih ada disini.
12. Terakhir, dari aku untuk diri sendiri. Peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih untuk diri sendiri. Kamu hebat sudah bertahan sejauh ini, kamu hebat bisa melalui semua masalah, kamu hebat tidak melupakan cara

untuk tersenyum, kamu hebat kamu hebat kamu hebat. Jangan begadang,  
berhenti menangis setiap pagi, jangan *self harm* lagi. AFNI kamu hebat.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritikan yang sifatnya  
memembangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini berguna dan  
bermanfaat bagi pembaca.

Makassar, Juli 2021

Nur Afni Rachman

## ABSTRAK

**NUR AFNI RACHMAN.***Self Disclosre* Pengguna Aplikasi Yalla dalam Mencari Pasangan. Dibimbing oleh **Prof. Dr. Alimuddin Unde, M.Si.** dan **Nurul Ichsani, S.sos.,M.I.Kom**

Penelitian ini bertujuan mengetahui (1) bagaimana *self disclosure* para pengguna aplikasi Yalla terhadap pasangannya. (2) faktor yang mempengaruhi *self disclosure* para pengguna aplikasi Yalla.

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan aplikasi Yalla pada bulan Juni sampai Juli 2021 dengan menentukan informan secara *purposive* dan *snowball*. Jumlah informan dalam penelitian ini ada 5 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam.

Tipe penelitian adalah penelitian kualitatif deskriptif dimana penulis berusaha meneliti dan menggali lebih dalam segala informasi yang diperlukan untuk menunjang penelitian baik informasi yang diperoleh dari informan. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan cara observasi dan wawancara mendalam kepada para informan. Data sekunder diperoleh dari sumber yang ada melalui penelusuran bahan bacaan seperti buku, jurnal, skripsi, dan artikel internet yang terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *self disclosure* pengguna Yalla dilakukan untuk merasa lebih dekat dan nyaman dalam tahap perkenalan dengan orang baru. Selain itu kelima informan menggunakan aplikasi Yalla hanya sekedar iseng dan ingi mencari teman. 2) ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengguna Yalla melakukan *self disclosure* yaitu faktor internal dan eksternal.

Kata Kunci : komunikasi antarpribadi, *self disclosure*, *new media*, yalla.

## **ABSTRACT**

NUR AFNI RACHMAN. Self Disclosure Yalla Application User in Searching for a Partner. Supervised by Prof. Dr. Alimuddin Unde, M.Sc. and Nurul Ichsani, S.sos., M.I. Kom

This study aims to find out (1) how the self-disclosure of Yalla application users to their partners. (2) factors that influence the self-disclosure of Yalla application users.

This research was carried out using the Yalla application from June to July 2021 by determining the informants purposively and snowballing. The number of informants in this study were 5 people. Data collection techniques in this study emnggunakan in-depth interview method.

The type of research is descriptive qualitative research where the author tries to research and dig deeper into all the information needed to support research, both information obtained from informants. Primary data were collected using observation and in-depth interviews with informants. Secondary data is obtained from existing sources through searching reading materials such as books, journals, dissertations, and related internet articles.

The results of the study show that: 1) self-disclosure of Yalla users is done to feel closer and comfortable in the introduction stage with new people. In addition, the five informants used the Yalla application just for fun and wanted to find friends. 2) there are several factors that influence Yalla users to self-disclosure, namely internal and external factors.

Keywords: interpersonal communication, self disclosure, new media, yalla.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN TIM EVALUASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah . .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	9
D. Kerangka Konseptual .....	10
E. Definisi Operasional .....	20
F. Metode Penelitian .....	20
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Komunikasi Interpersonal.....	25
B. Self Disclosure .....	32
C. Media Baru.....	41

D. Yalla.....	46
<b>BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI</b>	
A. Aplikasi Yalla.....	48
B. Fitur-fitur Yalla .....	49
C. Fungsi Yalla .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	51
B. Pembahasan .....	70
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan . .....	81
B. Saran. ....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

**DAFTAR GAMBAR :**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 1.1 Model Johari Window</b>	<b>17</b>
<b>Gambar 1.2 Bagan Kerangka Konseptual</b>	<b>19</b>
<b>Gambar 1.3 Model Interaktif Analisis Data</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 1.4 Bagan Kerangka Konseptual</b>	<b>17</b>

**DAFTAR TABEL :**

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 4.1 Karakteristik Informan Pengguna Yalla</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4.2 Faktor Eksternal dan Internal</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.3 Keterbukaan Diri Pengguna Aplikasi Yalla</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4.4 Johari Window pada Keterbukaan Diri Informan 1</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 4.5 Johari Window pada Keterbukaan Diri Informan 2</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 4.6 Johari Window pada Keterbukaan Diri Informan 3</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4.7 Johari Window pada Keterbukaan Diri Informan 4</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4.8 Johari Window pada Keterbukaan Diri Informan 5</b>	<b>78</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, diantaranya untuk pembentukan atau pengembangan pribadi dan kontak sosial. Dalam suatu hubungan, diperlukan komunikasi yang terbuka antara satu dengan yang lain. Dengan adanya keterbukaan dalam berkomunikasi, maka manusia yang sedang menjalin suatu hubungan dapat mengenal pribadi satu sama lain dengan baik. Hal-hal tersebut dapat membantu manusia dalam membangun sebuah hubungan yang baik. “Everet M. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana dua orang atau lebih melakukan pertukaran informasi sebagai antara satu sama lain, yang ada gilirannya terjadi pengertian yang mendalam (Wiryanto, 2004: 6).

Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain niscaya akan terisolasi dari masyarakatnya dan dapat kehilangan keseimbangan jiwa. Oleh karena itu menurut Dr. Everett Kleinjan dari East West Center Hawaii (Cangara, 2006: 1), komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup maka ia perlu berkomunikasi. Profesor Wilbur Schramm menyebutnya bahwa

komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya (Cangara, 2006:1).

Semakin majunya perkembangan zaman sekarang ini, tentulah menghasilkan banyak penemuan baru yaitu berupa teknologi. Teknologi dibuat oleh manusia untuk mempermudah manusia dalam melakukan suatu aktifitas, sehingga aktifitas yang sulit dapat menjadi lebih efisien dari biasanya.

Pada saat ini komunikasi antara komunikator dengan komunikan tidak hanya melalui tatap muka langsung, saat ini mulai berkembang media internet (*online*) dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan menciptakan konten sesuai dengan yang ingin disampaikan penggunanya. Media *online* juga merupakan tempat dimana para pengguna bisa berinteraksi dan berkomunikasi satu dengan yang lain tanpa hambatan berarti. Banyak jenis media *online* yang dapat digunakan oleh seseorang sesuai dengan kebutuhannya. Sebagian besar pengguna internet Indonesia menggunakan internet untuk bermedia sosial.

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia hingga kuartal II/2020 mencapai 196,7 juta atau 73,7 persen dari populasi. Jumlah ini bertambah sekitar 25,5 juta pengguna dibandingkan tahun lalu. Media sosial merupakan media yang telah menjadi bagian integral masyarakat, tanpa kecuali didalam sebuah masyarakat dalam lingkup suatu perusahaan media

sosial bisa dikatakan bagian *New Media* atau lebih sering di sebut sebagai media konvergensi. Menurut McQuail, komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara (Riswandi, 2009:103).

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. *New Media* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. *New Media* atau media baru merupakan media menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara *private* maupun *public*. Kemunculan media baru memberikan dampak mengubah pola kehidupan bermasyarakat. Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan. Internet merupakan salah satu teknologi komunikasi baru juga memiliki kemampuan untuk membantu kita memilih dan mengatur informasi yang kita inginkan dengan lebih efisien. Internet tidak hanya memperkecil jarak dalam menyampaikan pesan, teknologi komputer dan internet telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap

bisa memfasilitasi transmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia. ([https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media\\_baru](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_baru)).

Disinilah *new media* di definisikan sebagai agen yang telah menciptakan apa yang disebut sebagai realitas virtual. Yaitu cara manusia memvisualisasikan, memanipulasi, dan berinteraksi dengan komputer dan data yang sangat kompleks dengan kecepatan tinggi, dalam sebuah ruang baru (*cyberspace*), sebuah ruang sosial yang dibentuk oleh data (Massyat, M, dkk, 2013).

Perkembangan teknologi dan aplikasi secara tidak sadar menuntun para penggunanya untuk memahami apa yang terjadi di sekitarnya dan memahami apa yang harus diikuti oleh para penggunanya. Saat ini masyarakat dimanjakan oleh teknologi yang memudahkan seluruh aspek kehidupan sehari-hari. Begitu banyak hal disediakan oleh internet dan salah satu yang paling banyak digunakan masyarakat melalui media internet adalah media sosial. Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*. (Nasrullah, 2015: 11).

Pada zaman sekarang, istilah "jomblo" sudah tidak asing lagi di Indonesia. Bila didefinisikan berdasarkan anak muda zaman sekarang, "jomblo" adalah bahasa percakapan yang digunakan untuk menyebut orang tidak memiliki pasangan atau pacar. Awalnya "jomlo" hanya

digunakan untuk perempuan. Seiring perkembangan zaman kata jomblo lebih sering dilafalkan dengan penambahan huruf konsonan “b” dan mengalami perluasan makna, tidak hanya untuk perempuan namun juga ternyata bisa digunakan untuk pria yang tidak memiliki kekasih.

Di era modern dan teknologi yang semakin canggih saat ini, banyak pihak yang memanfaatkan latar belakang kebutuhan manusia akan pencarian jodoh atau pasangan hidup tersebut sebagai peluang bisnis. Mencari jodoh yang tadinya hanya dapat menggunakan cara konvensional saat ini sudah bisa dilakukan dengan menggunakan ranah digital dan ternyata tidak sedikit pasangan yang bertemu pertama kali melalui situs atau aplikasi kencan *online*.

Saat ini urusan mengobrol dengan kenalan beda daerah, beda provinsi, bahkan negara semakin dimudahkan dengan hadirnya berbagai aplikasi *voice and chat* dirasa membawa banyak keuntungan bagi para penggunanya. Berbagai aplikasi *voice and chat* memberikan tampilan fitur yang dapat membuat penggunanya betah menggunakan aplikasi tersebut, dan tampilan tidak terlalu rumit sehingga pengguna yang kurang paham dengan teknologi tetap dapat mengoperasikannya. Cukup mengunduh aplikasi *voice and chat* yang diinginkan pada *smartphone* dan koneksi internet, daftar menggunakan fitur yang disediakan dan dapat langsung dimulai. Selain mudah digunakan, aplikasi *voice and chat* praktis digunakan dimanapun, bahkan ditengah kesibukan penggunanya dapat *online* atau diselingi untuk mengobrol dengan pengguna lain.

Salah satu aplikasi *voice and chat* yang saat ini banyak digemari adalah Yalla. Yalla adalah aplikasi yang berbasis *voice and chat* yang terhubung dengan banyak orang dari seluruh dunia. Dengan aplikasi ini, kita bisa bertemu banyak orang baru dan melakukan diskusi menarik di semua ruang obrolan yang bisa ditemukan. Ada banyak fitur untuk membantu menemukan ruang obrolan yang bagus di Yalla misalnya, bisa mencari ruang obrolan grup berdasarkan negara atau topik. Selain dapat mengobrol dengan banyak orang di aplikasi ini juga dapat mengobrol secara privat dengan pengguna lain. Melalui aplikasi Yalla, kegiatan komunikasi dilakukan oleh para penggunanya yaitu untuk mencari atau berkenalan dengan pengguna dari berbagai daerah, yang pada umumnya berawal dari pertemanan, berpacaran hingga ke jenjang pernikahan.

Berbagai kalangan dapat menggunakan aplikasi ini, mulai yang masih sekolah, mahasiswa/mahasiswi, hingga kalangan orang dewasa yang sudah berkeluarga. Teruntuk anak-anak dibawah umur diberikan himbauan oleh pengguna aplikasi Yalla untuk tidak sering menggunakan atau *online* di aplikasi ini karena dikhawatirkan melalaikan tugas utama mereka yakni belajar. Kebanyakan pengguna aplikasi Yalla adalah mereka yang sudah bekerja.

Pengguna aplikasi ini beberapa telah bertemu atau *meet up* sesama kota. Sebelum melakukan tatap muka secara langsung, para pengguna aplikasi Yalla melakukan interaksi *online* dimana pengguna mulai bertukar

informasi diri sebagai proses pengembangan hubungan yang disebut *self disclosure*.

*Self disclosure* merupakan tindakan seseorang dalam memberikan informasi yang bersifat pribadi tersebut mencakup sikap atau opini, selera dan minat, pekerjaan atau pendidikan, fisik, keuangan, dan kepribadian. *Self disclosure* merupakan bentuk komunikasi, dimana informasi tentang diri yang disimpan atau dirahasiakan dikomunikasikan kepada orang lain. Dalam melakukan proses *self disclosure* atau pengungkapan diri seseorang haruslah memahami waktu, tempat, dan tingkat keakraban. Sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Devito (1997: 61) bahwa *self disclosure* atau pengungkapan diri merupakan jenis komunikasi dimana kita mengungkapkan informasi tentang diri kita sendiri yang biasanya kita sembunyikan. Kunci dari suksesnya *self disclosure* itu sendiri adalah kepercayaan. Menurut Powell (Hidayat, 2012) pada tingkatan-tingkatan dalam pengungkapan diri tingkatan hubungan paling puncak adalah pengungkapan diri yang telah dilakukan secara mendalam. Seperti pada pengguna aplikasi Yalla mulai dari berkenalan, pacaran secara *online*, bertemu, hingga memutuskan untuk menikah.

Adapun beberapa penelitian yang pernah membahas topik yang hampir sama adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Siti Hardyana Nursyam mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin, yang

membahas tentang *self disclosure* di media sosial pada mahasiswa Universitas Hasanuddin. Inti dari penelitian ini adalah bagaimana mahasiswa berkepribadian *introvert* yang ada di Universitas Hasanuddin melakukan *self disclosure* di media sosial dan faktor yang mempengaruhi mahasiswa introvert melakukan *self disclosure* di media sosial. (Nursyam, 2018)

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Sri Hadijah Arnus mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Kendari, yang membahas tentang *self disclosure* di media sosial pada mahasiswa IAIN. Inti dari penelitian ini adalah bagaimana mahasiswa yang ada di IAIN melakukan *self disclosure* di media sosial dengan mudah dan perbedaan pengungkapan terhadap orang yang dikenal hanya melalui media sosial. (Arnus, 2016)

Dari uraian di atas, maka penulis akan membahas tentang *self disclosure* pengguna aplikasi Yalla, dengan judul : **“SELF DISCLOSURE PENGGUNA APLIKASI YALLA DALAM MENCARI PASANGAN”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *self disclosure* para pengguna aplikasi Yalla terhadap pasangannya?

2. Apa faktor yang mempengaruhi *self disclosure* para pengguna aplikasi Yalla?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah peneliti kemukakan, maka penelitian ini bertujuan:

- Untuk mengetahui *self disclosure* pengguna aplikasi Yalla terhadap pasangannya.
- Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi *self disclosure* pada pengguna aplikasi Yalla.

#### 2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

##### a. Secara Teoritis

- Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang studi Ilmu Komunikasi Antrapribadi, spesialisasi *self disclosure* pengguna aplikasi ruang obrolan suara.
- Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai *self disclosure* pada pengguna aplikasi ruang obrolan suara.

b. Secara Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa atau peneliti lainnya yang ingin mengadakan penelitian yang sama dibidang komunikasi antarpribadi khususnya di *self disclosure*.

#### **D. Kerangka Konseptual**

Komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dengan komunikasi yang tepat, makna yang hendak kita sampaikan kepada partisipan komunikasi, yang biasa disebut dengan komunikan, akan tercapai (Junaedi, 2019: 40) Komunikasi merupakan medium penting bagi pembentukan atau pengembangan pribadi dan untuk kontak sosial, salah satunya ialah komunikasi antarpribadi. Peran komunikasi antarpribadi dalam suatu hubungan sangat penting. Jika di kategorikan komunikasi antarpribadi termasuk dalam sebuah jenis ilmu komunikasi. Menurut Trenholm dan Jensen (Fajar, 2009: 31) komunikasi merupakan suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran. Suatu proses yang mentransmisikan pesan kepada penerima pesan melalui berbagai media yang dilakukan oleh komunikator adalah suatu tindakan komunikasi.

#### **Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran pesan yang bermakna diantara dua orang atau lebih yang saling berinteraksi. Komunikasi antarpribadi merupakan hal yang jauh

lebih sulit untuk dilakukan dibandingkan komunikasi non-antarpribadi. Pada dasarnya yang menyebabkan seseorang atau manusia itu melakukan komunikasi adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kebutuhannya untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. “Komunikasi yang dilakukan dalam suatu hubungan interpersonal antara dua orang atau lebih, baik secara verbal maupun non-verbal, dengan tujuan untuk mencapai kesamaan makna” (Ruliana, Lestari, 2019:119).

Meskipun komunikasi antarpribadi merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak. “Komunikasi Interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula” (Mulyana, 2012). Sebagaimana layaknya konsep-konsep ilmu sosial lainnya, komunikasi interpersonal juga mempunyai banyak definisi sesuai dengan persepsi ahli-ahli komunikasi yang memberikan batasan pengertian. Menurut Joseph A. Devito komunikasi interpersonal adalah interaksi verbal dan non-verbal antara dua (atau kadang-kadang lebih dari dua) orang yang saling tergantung satu sama lain. (Ruliana dan Lestari, 2019:118).

Pola-pola komunikasi antarpribadi mempunyai efek yang berlainan pada hubungan interpersonal. Semakin sering seorang melakukan komunikasi dengan orang lain, semakin baik hubungan. Beberapa faktor lain yang dapat menumbuhkan hubungan. Beberapa faktor lain yang dapat menumbuhkan interpersonal yaitu percaya, sikap suportif dan sikap terbuka. Diantara berbagai

faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, faktor percaya adalah yang paling penting. Percaya meningkatkan komunikasi antarpribadi karena membuka saluran komunikasi, memperjelas pengiriman dan penerimaan informasi, serta memperluas peluang komunikasi untuk mencapai maksudnya. Jika seseorang tidak mau mengungkapkan bagaimana perasaan dan pikirannya, maka akan sulit memahami tentang diri orang tersebut (Rakhmat, 2007:130).

Berdasarkan konsep yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dalam pembahasan teori komunikasi antarpribadi, difokuskan pada dimensi-dimensi pokok antara lain:

1. Individu dalam komunikasi antarpribadi.
2. Memahami tentang diri pribadi.
3. Memahami diri orang lain.
4. Bagaimana memahami aspek hubungan (*relational*) dalam komunikasi antarpribadi.

### **Media Baru (*New Media*)**

Teori media baru merupakan sebuah teori Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. *New Media* atau media baru merupakan sarana perantara yang baru. Baru dalam arti disini dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya. Terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya termasuk di dalamnya adalah web, blog *online social network*, *online forum*, dan sebagainya (Putri, T 2015:7).

*New Media* adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khusus. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, *online social network*, *online forum*, dan lain-lain menggunakan komputer sebagai medianya. (Andara, 2019).

Menurut Everett M. Rogers (Abrar, 2003: 17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan. Rogers memperlihatkan bahwa era tulisan memang yang pertama kali. Kedua, era komunikasi cetak. Fase ini komunikasi manusia lebih maju dengan memanfaatkan teknologi cetak. Ketiga, era telekomunikasi berimplikasi pada pengertian komunikasi dengan jarak yang berjauhan. Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

*New Media* atau media baru merupakan media menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara *private* maupun *public* (Mondry, 2008:13). Internet merupakan salah satu teknologi komunikasi baru juga memiliki kemampuan untuk membantu kita memilih dan mengatur informasi yang kita inginkan dengan lebih efisien. Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, dan Stewart, 2013: 110). Internet tidak hanya memperkecil jarak dalam menyampaikan pesan, teknologi

komputer dan internet juga telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bisa memfasilitasi transmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia (Bagdakian, 2004: 114).

Saat ini masyarakat dimanjakan oleh teknologi yang memudahkan seluruh aspek kehidupan sehari-hari. Begitu banyak hal yang disediakan oleh internet dan salah satu yang paling banyak digunakan masyarakat melalui media internet adalah media sosial. Nasrullah (2015:11) mengatakan bahwa media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*.

“Menurut Shriky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Banyaknya pengguna media sosial saat ini mendorong munculnya berbagai fenomena-fenome baru di masyarakat. Salah satunya adalah media sosial berbasis kencana *online*” (Nasrullah, 2015:11).

## **Yalla**

Yalla adalah aplikasi komunitas obrolan suara secara live dan hiburan yang sangat populer. Mengobrol dengan orang-orang terdekat maupun dari seluruh dunia. Yalla menggunakan profil dari *facebook*, *twitter*, dan nomor telepon. Didirikan pada 2016, aplikasi Yalla mulai masuk ke Indonesia pada 2018

dan berkembang sangat pesat. Yalla adalah salah satu di antara segelintir perusahaan media sosial asal China yang memanfaatkan layanan nirkabel yang tengah booming di Timur Tengah dan Afrika Utara. Layanan Yalla termasuk *voice chat* dan games yang terpasang di dalam aplikasinya telah meraup pengguna di negara-negara seperti Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan Turki.

### **Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*)**

Secara umum komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Pengertian proses mengacu pada perubahan dan tindakan (*action*) yang berlangsung terus menerus. Komunikasi antar pribadi juga merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Sedangkan makna, yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman di antara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi (Daryanto, dan Rahardjo, 2016: 37).

Informasi tentang diri akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Ketika berkomunikasi tidak selamanya kita dapat membuka diri secara leluasa. Pengungkapan diri biasa melalui lapisan-lapisan dari lapisan luar hingga ke lapisan paling dalam atau yang bersifat pribadi tentang diri kita. Hubungan antarpribadi yang sehat ditandai keseimbangan pengungkapan diri yang tepat yaitu saling memberikan data biografis, gagasan-gagasan pribadi, dan perasaan-

perasaan yang tidak diketahui bagi orang lain, umpan balik berupa verbal dan respon-respon fisik kepada orang atau pesan-pesan mereka dalam suatu hubungan (Budyatna, Muhammad dan Leila Mona Ganiem, 2011: 40).

Menurut Johnson (dalam Yuliana, dan Utami, 2018: 23) *self disclosure* adalah atau pengungkapan diri adalah bagaimana kita mengungkapkan reaksi atau tanggapan dalam menghadapi situasi dan menyampaikan informasi dari masa lalu yang terkait dengan persepsi kita di masa depan. Sisi dalam pengungkapan diri atau *self disclosure* kita harus terbuka kepada orang lain sehingga akan tercipta relasi yang terbuka. Keterbukaan kita kepada orang lain akan membawa pada relasi yang terbuka dan luas.

Ciri-ciri komunikasi interpersonal menurut Suranto AW (2011: 14) dalam bukunya komunikasi interpersonal antara lain: arus pesan dua arah, suasana informal, dan peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Interaksi yang terjadi di antara individu menentukan sejauh mana pengungkapan diri atau *self disclosure* dilakukan. Apabila interaksi yang terjadi di antara individu berlangsung dengan baik, membahagiakan, menyenangkan dan menciptakan rasa nyaman kemungkinan terjadi pengungkapan diri atau *self disclosure* semakin besar atau luas (Yuliana, dan Utamu, 2018; 24).

Teori *self disclosure* dikenal dengan adanya Johari Window (dalam Budyatna, dan Mutmainah, Nina. 1994), model ini penting dalam komunikasi

antarpribadi. Untuk hal seperti itu dapat di kelompokkan ke dalam empat bidang, yaitu:

	Information Known To Self	Information Unknown To Self
Information Known To Others	<b>1. Open Area</b> (Diketahui diri sendiri dan orang lain)	<b>2. Blind Area</b> (Tidak diketahui diri sendiri namun diketahui orang lain)
Information Unknown To Others	<b>3. Hidden Area</b> (Diketahui diri sendiri, tapi tidak diketahui orang lain)	<b>4. Unknown Area</b> (Tidak diketahui diri sendiri maupun orang lain)

**Gambar 1.1**

### **Model Johari Window**

Sumber: Joseph Luft dan Harry Ingham (Rakhmat, J, 2012)

Jendela Johari terdiri dari sebuah persegi yang terbagi menjadi empat kuadran, yaitu: *Open*, *Blind*, *Hidden*, dan *Unknown*. Berdasarkan konsep tersebut, tingkah laku manusia dapat digambarkan seperti sebagai berikut:

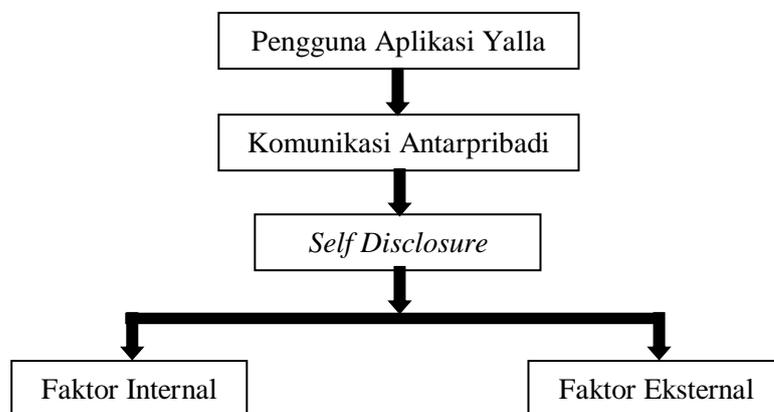
1. Kuadran 1 (*open*) merujuk kepada perilaku, perasaan, dan motivasi yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain. Ketika seseorang baru berkenalan dengan orang lain, ukuran kuadran 1 yang tidak terlalu besar akan membuka seiring mengenal terus berlanjut, batas kuadran kan bergeser ke kanan dan kebawah untuk memperbesar kuadran 1.

2. Kuadran 2 (*blind*) merujuk kepada perilaku, perasaan, dan motivasi yang diketahui oleh orang lain, tetapi tidak diketahui oleh sendiri. Misalnya ketika orang lain menyatakan diri saya sebagai orang yang keras kepala dan saya tidak menyadarinya. Apa yang diketahui oleh teman-teman saya dan saya yang semula tidak sadar menjadi sadar membuat kuadran 2 saya mengecil seiring dengan membesarnya kuadran 1. Proses mengecilnya kuadran 2 bisa terhambat jika orang lain tidak mau memberi tahu apa yang ia ketahui mengenai hal yang saya tidak tahu. Misalnya ketika saya sedang berbicara dengan lawan bicara saya di depan umum, saya jarang melakukan kontak mata sehingga membuat lawan bicara saya terganggu. Mungkin lawan bicara saya tidak berkata apa-apa karena takut mempermalukan saya di depan orang lain. Namun dalam keadaan seperti ini, saya menjadi kesulitan untuk mendapat informasi dan mengenali diri saya.
3. Kuadran 3 (*hidden*) merujuk kepada perilaku, perasaan dan motivasi yang diketahui oleh diri kita sendiri, tetapi tidak diketahui oleh orang lain. Biasanya hal-hal yang disimpan di kuadran ini bersifat sangat pribadi atau memalukan. Proses penyingkapan diri ini disebut *self disclosure*. Selain *self-disclosure*, terdapat proses lain yaitu menerima umpan balik (*feedback*) dari orang lain. Contoh penerimaan umpan balik

adalah saya meminta umpan balik kepada orang lain tentang kesan dan perasaannya setelah mendengar saya adalah seorang homoseksual lalu orang tersebut itu menyatakan perasaan kecewa dan tidak suka, maka area kuadran 2 saya akan mengecil. Saya menjadi tahu bahwa saya tidak disukai orang lain karena orientasi seksual saya.

4. Kuadran 4 (*unknown*) merujuk kepada perilaku, perasaan, dan motivasi yang tidak diketahui, baik oleh diri kita sendiri ataupun oleh orang lain. Inilah informasi yang tenggelam di alam bawah sadar atau sesuatu yang luput dari perhatian.

Untuk lebih jelasnya, maka akan digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



**Gambar 1.2**  
**Kerangka Konseptual**

## **E. Definisi Operasional**

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu pemberian batasan-batasan sebagai berikut:

1. Yalla adalah aplikasi komunitas obrolan suara secara live dan hiburan yang sangat populer. Mengobrol dengan orang-orang terdekat maupun orang dari seluruh dunia.
2. Pengguna aplikasi Yalla. Pengguna yang menggunakan aplikasi Yalla lebih dari 5 jam per hari, dan mencari pasangan/jodoh.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan melalui aplikasi Yalla selama 2 bulan yaitu mulai Mei – Agustus 2021.

### **2. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan teori-teori komunikasi antarpribadi untuk melihat *self disclosure* yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Yalla.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Data yang digunakan adalah:

a. Data primer:

- Data primer di dapat dari wawancara dengan para informan pengguna *Yalla* di aplikasi tersebut. Wawancara mendalam (*indepth interview*), yaitu mewawancarai dan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan secara langsung dan berusaha menggali lebih dalam mengenai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

b. Data sekunder:

Data sekunder didapat dari buku, jurnal online dan artikel yang berkaitan dengan penelitian ini. Studi kepustakaan untuk memperoleh data dari beberapa literatur yang relevan dan erat kaitannya dengan permasalahan yang dibahas. Dilakukan dengan membaca sejumlah buku, hasil penelitian, situs internet, dan bahan kuliah yang da relevansinya dengan masalah yang akan diteliti. Studi kepustakaan ini dimaksudkan untuk memperoleh teori, konsep, maupun keterangan-keterangan yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini.

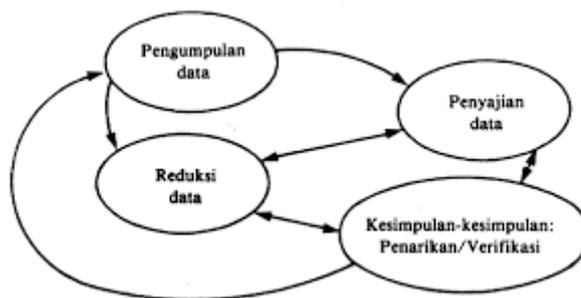
4. Informan

Informasi penelitian ditentukan secara *purposive* dan *snowball* dalam teknik ini tidak semua memiliki kesempatan sebagai sample (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini informan adalah pengguna *Yalla*:  
1) Menggunakan aplikasi *Yalla* selama 6 bulan lebih, 2) usia diatas 20

tahun menurut UU 16 tahun 2019 tentang perkawinan yaitu batas minimal usia untuk menikah bagi pria dan perempuan dipersamakan yakni usia 19 tahun yang dinilai telah matang jiwa raganya, 3) menggunakan aplikasi Yalla setiap hari selama 5 jam lebih.

## 5. Unit Analisis

Dalam analisis data penelitian kualitatif, peneliti menggunakan teknik analisis data dilakukan berdasarkan model Miles dan Huberman, model ini mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:



**Gambar 1.3**  
**Model Interaktif Analisis Data**  
**Sumber: Miles dan Huberman (Sugiyono, 2011:247)**

### a. Pengumpulan Data

Kegiatan ini digunakan untuk memperoleh informasi yang berupa kalimat-kalimat yang dikumpulkan melalui kegiatan observasi, wawancara mendalam, dan dokumen. Data yang

diperoleh masih berupa data yang mentah yang tidak teratur, sehingga diperlakukan analisis agar data menjadi teratur.

b. Reduksi Data

Merupakan suatu proses seleksi, pengfokusan pada penyederhanaan dan abstraksi dari data mentah yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Peneliti mencari data-data yang relevan dengan konteks penelitian melalui kontak langsung dengan informan, kejadian, dan situasi di lokasi penelitian.

c. Penyajian Data

Pada tahap ini, sekumpulan data dan informasi disajikan atau diklasifikasi dan tersusun yang memungkinkan kesimpulan irset dapat dilakukan dan pengambilan tindakan. Dalam hal ini, data disajikan dalam bentuk narasi. Semuanya dirakit secara teratur guna mempermudah pemahaman informasi dan agar laporan dapat teratur guna mempermudah pemahaman dan agar laporan dapat disusun secara sistematis.

d. Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan proses pengambilan kesimpulan berdasarkan narasi yang disusun sebelumnya yang bertujuan memahami tafsiran dalam konteksnya dengan masalah yang diteliti. Kesimpulan akhir akan diperoleh hanya sampai pada akhir pengumpulan

data, melainkan dibutuhkan suatu verifikasi yang berupa pengulangan (terus-menerus) dilakukan selama penelitian berlangsung dengan melihat kembali data mentah agar kesimpulan yang di ambil lebih kuat dan bisa dipertanggung jawabkan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. Sebab masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif berupa temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Mula-mula belum jelas kemudian menjadi jelas.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka (*face to face*), bisa juga melalui sebuah medium telepon. Secara umum, komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Pengertian proses mengacu pada perubahan dan tindakan (*action*) yang berlangsung terus-menerus. Komunikasi antarpribadi juga merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal-balik. Sedangkan makna, yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut adalah kesamaan pemahaman di antara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi. (Roudhonah, 2019: 136) .

Berikut adalah beberapa pengertian komunikasi interpersonal menurut para ahli (dalam Ruliana, Poppy dan Lestari, Puji, 2019: 118), diantaranya adalah sebagai berikut

- a. G.R Miller dan M. Steinberg: Komunikasi interpersonal dapat dipandang sebagai komunikasi yang terjadi dalam suatu hubungan interpersonal.

- b. Judy C. Person, dkk : Komunikasi interpersonal sebagai proses yang menggunakan pesan-pesan untuk mencapai kesamaan makna paling tidak antara dua orang dalam sebuah situasi yang memungkinkan adanya kesempatan yang sama bagi pembicara dan pendengar.
- c. Joseph A. Devito : Komunikasi interpersonal adalah interaksi verbal dan non-verbal antara dua (atau kadang-kadang lebih dari dua) orang yang saling tergantung satu sama lain.
- d. Ronald B. Adler, dkk : Komunikasi interpersonal adalah semua komunikasi antara dua orang atau secara kontekstual komunikasi interpersonal.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan dalam suatu hubungan interpersonal antara dua orang atau lebih, baik secara verbal maupun non-verbal, dengan tujuan untuk mencapai kesamaan makna.

Ciri-ciri komunikasi interpersonal menurut Suranto AW dalam bukunya komunikasi interpersonal (2011: 14) antara lain: arus pesan dua arah, suasana informal, dan peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non-verbal.

Karakteristik atau ciri-ciri komunikasi antar pribadi (dalam Roudhonah, 2019: 143) ini sebenarnya dapat diketahui dari pengertiannya yang sudah disampaikan sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Sifatnya dua arah/timbal balik (*two way traffic communication*). Karena dilakukannya secara langsung sehingga masalah cepat dapat diatasi dan dipecahkan bersama.
2. *Feed back*-nya langsung tidak tertunda. Ini karena berlangsungnya komunikasi tersebut langsung, maka umpan balik atau *feed back*-nya dapat seketika diketahui.
3. Komunikator dan komunikan dapat bergantian fungsi; sekali waktu menjadi komunikator dan sekali waktu pula menjadi komunikan.
4. Bisa dilakukan secara spontanitas; maksudnya tanpa direncanakan terlebih dahulu.
5. Tidak berstruktur; maksudnya masalah yang dibahas tidak mesti terfokus melainkan mungkin hal-hal yang tidak dalam rencana, juga masuk dalam pembicaraan.
6. Komunikasi ini lebih banyak terjadi antara dua orang, tapi tidak menutup kemungkinan terjadi pada sekelompok kecil orang.

Judy C. Pearson (dalam Roudhonah, 2019: 143) menyebutkan enam karakteristik komunikasi antarpribadi, yaitu:

1. Komunikasi antarpribadi dimulai dengan diri pribadi (*self*). Berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pengamatan dan pemahaman berangkat dari dalam diri kita, artinya dibatasi oleh siapa diri kita dan bagaimana pengalaman kita.

2. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional. Anggapan ini mengacu pada tindakan pihak-pihak yang berkomunikasi secara menyampaikan dan menerima pesan.
3. Komunikasi antarpribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi. Maksudnya komunikasi antarpribadi tidak hanya berkenaan dengan isi pesan yang dipertukarkan, tetapi juga melibatkan siapa partner komunikasi kita dan bagaimana hubungan kita dengan partner tersebut.
4. Komunikasi antarpribadi mesyaratkan adanya kedekatan fisik anatra pihak-pihak yang berkomunikasi.
5. Komunikasi antarpribadi melibatkan pihak-pihak yang saling tergantung satu dengan lainnya dalam proses komunikasi.
6. Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang. Jika kita salah mengucapkan sesuatu kepada partner komunikasi kita, mungkin kita dapat minta maaf dan diberi maaf, tetapi itu tidak berarti menghapus apa yang pernah kita ucapkan. Demikian pula kita tidak dapat mengulang suatu pernyataan dengan harapan untuk mendapatkan hasil yang sama karena dalam proses komunikasi antarmanusia hal ini akan sangat tergantung dari respons partner komunikasi kita.

Komunikasi antarpribadi memiliki fungsi untuk meningkatkan hubungan manusia, mengurangi potensi konflik antarorang dan berbagai pengetahuan ataupun pengalaman dengan orang lain. Komunikasi

antarpribadi memiliki peluang untuk meningkatkan hubungan personal memiliki peluang untuk meningkatkan hubungan personal antara pihak yang melakukan komunikasi antarpribadi. Dengan adanya komunikasi antarpribadi, manusia dapat membina hubungan yang baik sehingga mengurangi risiko konflik yang mungkin terjadi antar pihak tertentu. Komunikasi menjadi penting untuk pertumbuhan dan terbentuknya kepribadian, melalui komunikasi seseorang menemukan dirinya, mengembangkan konsep diri dan menetapkan hubungannya dengan dunia sekitar. Hubungan seseorang dengan orang lain menentukan kualitas hidupnya. Semua orang tentu saja ingin berhubungan dengan orang lain secara positif.

Keefektifan komunikasi antarpribadi disini ialah mengenai sasaran atau mencapai tujuan maupun dalam prosesnya sesuai dengan maksud si pembicara. Efektivitas dalam mencapai tujuan adalah dengan adanya perubahan sikap (*attitude change*) karena jika seseorang ingin memecahkan masalah yang dihadapi, maka dengan leluasa ia dapat mengungkapkan tanpa ada rasa malu kepada orang lain sehingga mendapatkan titik temu untuk mengadakan perubahan sikap.

J.S. Boi (dalam Pratikto, Riyono, 1987: 49) mengemukakan butir-butir persyaratan untuk suatu komunikasi yang efektif, antara lain sebagai berikut:

1. terimalah orang lain sebagaimana adanya meskipun anda suka atau tidak dengan perhitungan bahwa anda tidak dapat mengubah nilai-nilai, tujuan, pendapat, perasaannya pada saat ini juga.
2. harapkan dan undanglah orang lain untuk mengekspresikan perasaannya, tujuannya, nilai-nilainya, kekuatannya, keraguannya, informasinya dan penafsirannya dengan bebas dan yang bersangkutan dengan fokus situasi. Bantulah dia supaya semantik dari waktu ke waktu di dalam ruang-waktunya bernilai.
3. Ekspresikan reaksi semantik (seluruh reaksi total dari badan, pikiran, emosi, dan intelegensinya) anda sendiri dalam sikap/tingkah laku yang sama seperti bila anda menggunakan kata ganti “saya” sebagai subjek dalam pernyataan anda.
4. Jagalah hubungan perasaan anda masing-masing, buatlah pertukaran informasi sebagai kegiatan sekunder yang didasarkan atas rasa berkeadilan dan keramahan.
5. Jangan menilai secara kritis (mengkritik) dari segi pandangan orang lain yang bertentangan dengan segi pandangan anda sebagai standar kebijaksanaan dan kebenaran.
6. Pandangalah keseluruhan proses sebagai kawan kerja sama yang dinamis, tidak terlalu banyak untuk menemukan beberapa tujuan cara pemecahan masalah.
7. Biarkan anda masing-masing mengukur keberhasilan dari pengalaman anda bukan dalam arti kemenangan dari segi pandangan individu, tetapi

dalam arti meningkatkan kepercayaan dan kemauan yang saling menguntungkan.

Komunikasi yang efektif menjadi cita-cita semua orang yang berkomunikasi. Komunikasi yang efektif dan ideal tidak selalu terjadi karena ada halangan-halangan yang ada pada pribadi penerima. Halangan tersebut anatara lain (Hardjana, Agus. M, 2007: 40):

1. Persepsi. Persepsi adalah pandangan orang terhadap kenyataan. Persepsi merupakan proses yang kompleks yang dilakukan orang untuk memilih, mengatur, dan memberi makna pada kenyataan yang dijumpai di sekelilingnya. Persepsi dipengaruhi oleh pengalaman, pendidikan, dan kebudayaan.
2. Status orang-orang yang berkomunikasi. Status seseorang mempengaruhi proses komunikasi dan dapat menjadi penghalang. Pesan yang sama dapat diterima lebih mudah jika disampaikan oleh orang yang berstatus lebih tinggi daripada oleh orang berstatus lebih rendah.
3. Sikap defensif. Sikap defensif adalah sikap mental orang untuk menjaga dan melindungi diri terhadap bahaya, entah itu nyata atau hanya bayangan saja. Akibatnya dalam komunikasi pesan yang diterima tidak tepat dan maksud pengirim tidak dimengerti secara benar.
4. Perasaan negatif. Perasaan berupa berbagai rasa tidak nyaman, seperti: takut, enggan, agresif, menolak, dan malu. Oleh perasaan-

perasaan negatif itu pengirim atau penerima pesan menjadi terlalu sibuk dengan diri sendiri sehingga tidak fokus mendengarkan pesan yang disampaikan.

5. Asumsi. Asumsi adalah pengandaian yang dibuat oleh penerima tentang pesan yang diterimanya. Asumsi diambil oleh penerima pesan apabila pesan dirasa terlalu sulit diterima.
6. Bahasa. Bahasa menjadi penghalang komunikasi karena kata yang sama dapat diartikan berbeda, kata yang dipakai pengirim pesan tidak umum, kata bertele-tele dan sulit dimengerti.
7. Lingkungan. Lingkungan untuk menyampaikan pesan tidak mendukung.

## **B. *Self Disclosure***

*Self disclosure* (pengungkapan diri) secara relatif merupakan bentuk komunikasi yang tidak terlalu sering terjadi tetapi diakui sebagai hal penting yang mengidentifikasi bahwa kesediaan dan kemampuan individu untuk melakukan *self disclosure* adalah faktor penentu bagi kesehatan dan kepuasan pribadi, keberhasilan dalam usaha menyakinkan orang lain untuk mengerti dirinya, dan wujud dari adanya kemampuan untuk bekerja sama dengan pihak lain.

Joseph A. Devito (dalam Budyatna, dan Mutmainah, Nina, 1994: 163) mendefinisikan *self disclosure* sebagai suatu bentuk komunikasi dimana informasi tentang diri yang biasanya disimpan atau disembunyikan dikomunikasikan kepada orang lain. *Self disclosure* merupakan perilaku

komunikasi dimana pembicara secara sengaja menjadikan dirinya diketahui oleh pihak lain. *Self disclosure* terjadi apabila seseorang secara sukarela menceritakan mengenai dirinya kepada orang lain dimana orang lain tersebut lebih senang mendapatkan informasi langsung dari yang bersangkutan daripada sumber-sumber lain.

Dimensi *self disclosure* (dalam Budyatna, dan Mumainah, Nina, 1994: 163) dibedakan satu dengan lainnya karena berbagai dimensinya. Devito mengungkapkan ada 5 dimensi *self disclosure*, yaitu:

1. Ukuran *self disclosure*

Ukuran *self disclosure* dapat dilihat dari frekuensi seseorang melakukan *self disclosure* dan durasi pesan-pesan yang bersifat *self disclosure*, yakni waktu yang diperlukan untuk menyatakan pengungkapan diri tersebut.

2. Valensi *self disclosure*

Valensi *self disclosure* adalah kualitas positif dan negatif dari *self disclosure*. Kita dapat mengungkapkan diri dengan baik dan menyenangkan (*self disclosure* positif), atau tidak baik dan tidak menyenangkan (*self disclosure* negatif). Kualitas ini akan menimbulkan dampak yang berbeda, baik pada orang yang mengungkapkan diri maupun pada pendengarnya.

3. Kecermatan dan kejujuran

Kecermatan atau ketepatan dari *self disclosure* kita akan dibatasi oleh sejauh mana kita tahu atau mengenal diri kita sendiri. Selanjutnya, *self disclosure* juga akan berbeda tergantung pada kejujuran. Kita dapat secara total jujur atau kita dapat melebih-lebihkan, membuat detail-detail yang penting, atau berbohong.

#### 4. Tujuan atau maksud

Kita akan menyingkapkan apa yang kita tujukan untuk disingkapkan. Dengan demikian kita akan secara sadar mengontrol *self disclosure* yang kita lakukan.

#### 5. Keintiman

Kita dapat menyingkapkan hal-hal yang paling intim dalam hidup kita atau hal yang kita anggap sebagai feriferal atau impersonal, atau hal-hal yang terletak anatra kedua esktrim ini.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *self disclosure* menurut Joseph A. Devito (dalam Budyatna, dan Mutmainah, Nina, 1994: 164) adalah sebagai berikut:

##### 1. Efek diadik

Umumnya *self disclosure* adalah resiprokal. Dalam tiap interaksi *self disclosure* lebih mungkin terjadi jika individu lainnya sebelumnya juga membuka diri. Tindakan *self disclosure* diikuti oleh *self disclosure*. Ini merupakan efek diadik jika seseorang dalam hubungan diadik (hubungan antara

dua orang) mengerjakan sesuatu, maka yang lainnya juga akan melakukan yang sama. Dengan demikian tindakan pengungkapan diri yang dilakukan oleh seseorang akan merupakan stimulus bagi orang lainnya untuk juga menyingkapkan diri.

## 2. Ukuran *audience*

*Self disclosure* lebih mungkin terjadi dalam kelompok kecil daripada kelompok yang besar. Namun *self disclosure* paling mungkin terjadi dalam hubungan diadik. Ini disebabkan orang yang mengungkapkan diri itu akan lebih mudah untuk menghadapi reaksi dan respons dari satu orang lainnya daripada kelompok orang (tiga, empat atau lima orang). Ia akan lebih dapat mengontrol situasi komunikasi yang berkembang. Ia akan terus memonitor reaksi dan respons orang lainnya; jika respon itu mendukungnya ia akan terus menyingkapkan dirinya, namun bila reaksi atau respon itu tampak tidak lagi mendukungnya ia akan berhenti menyingkapkan dirinya.

## 3. Topik

Topik mempengaruhi ukuran dan tipe *self disclosure*. Sejumlah topik lebih memungkinkan orang untuk membuka dirinya daripada topik lainnya. Kita misalnya lebih suka mengungkapkan diri tentang pekerjaan dan hobi kita daripada kehidupan seksual atau kondisi keuangan.

#### 4. Valensi

Valensi (kualitas positif atau negatif) dari *self disclosure* juga penting. *Self disclosure* yang positif lebih disukai daripada *self disclosure* negatif, baik pada hubungan antarpribadi yang intim maupun yang tidak intim. Namun *self disclosure* yang negatif lebih banyak terjadi dalam hubungan yang telah lama dan intim, daripada dalam hubungan yang kurang intim.

#### 5. Jenis kelamin

Banyak riset menunjukkan bahwa wanita lebih membuka dirinya dibandingkan pria. Ada yang menaruh dalam melihat kecenderungan melakukan *self disclosure* antara wanita dan pria. Wanita lebih banyak mengungkapkan dirinya pada orang yang disukai, sedangkan pria lebih banyak pada orang yang ia percayai.

#### 6. Ras, kebangsaan, dan usia

Ras, kebangsaan, dan usia juga mempengaruhi *self disclosure*. Dari penelitian di Amerika Serikat terbukti bahwa pelajar berkulit hitam lebih sedikit melakukan *self disclosure* dibandingkan pelajar berkulit putih. *Self disclosure* lebih banyak terjadi pada pasangan yang berusia 17 hingga sekitar 50 tahun, dan sesudah usia itu kecenderungan *self disclosure* umumnya menurun.

## 7. Mitra kita dalam suatu hubungan

Penelitian banyak menunjukkan bahwa seseorang akan lebih terbuka kepada orang yang juga terbuka dengannya, seperti pasangan, keluarga, dan teman dekat. Sejumlah penelitian juga membuktikan bahwa kita lebih terbuka pada orang yang kita sukai daripada yang tidak kita sukai, sekalipun orang yang tidak kita sukai itu dengan kita. Kita cenderung lebih membuka diri pada orang yang kita lihat atau persepsikan memiliki sifat hangat, penuh perhatian, dan suportif. Secara umum, kita melakukan *self disclosure* pada orang yang dekat dengan kita dan sukai.

Menurut Brook dan Emmert (1997) dalam Rakhmat (2009:136-137) menjelaskan karakteristik orang yang bersikap terbuka dikontraskan dengan orang yang bersikap tertutup (dogmatis) yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Sikap terbuka:
  - a. Menilai pesan secara objektif dengan menggunakan data dan keajegan logika.
  - b. Membedakan dengan mudah, melihat nuansa, dsb.
  - c. Berorientasi pada isi.
  - d. Mencari informasi dari beberapa sumber.
  - e. Lebih bersifat profesional dan bersedia mengubag kepercayaannya.

- f. Mencari pengertian yang tidak sesuai dengan rangkaian kepercayaan.
2. Sikap tertutup:
- a. Menilai pesan berdasarkan motif-motif pribadi.
  - b. Berpikir simpistis, artinya berpikir hitam-putih (tanpa nuansa).
  - c. Bersandar lebih banyak pada sumber pesan daripada isi pesan.
  - d. Mencari informasi tentang kepercayaan orang lain dari sumber sendiri, bukan dari sumber kepercayaan orang lain.
  - e. Secara kaku mempertahankan dan memegang teguh sistem kepercayaan.
  - f. Menolak, mengabaikan, dan mendistorsi pesan yang tidak konsisten dengan sistem kepercayaannya.

Berdasarkan karakteristik orang yang bersikap terbuka dan tertutup pada penjelasan di atas, maka dimaksudkan dari karakteristik orang yang bersikap terbuka sebagai berikut:

- a. Menilai pesan secara objektif dengan menggunakan data dan logika.

Orang yang bersikap terbuka dapat menilai pesan yang diterima secara logis (dapat diterima oleh akal) dan menilai pesan atau informasi yang diterima secara objektif atau tidak berdasarkan argumentasinya sendiri.

- b. Mampu membedakan dengan mudah melihat nuansa.

Orang yang bersikap terbuka memiliki kemampuan untuk melihat perbedaan dari informasi atau pesan yang disampaikan kepadanya, tidak langsung menyalahkan atau membenarkan informasi yang diterima tetapi diselidiki dahulu informasi tersebut. Orang yang bersikap terbuka bisa memahami situasi dan kondisi yang tepat bagi mereka yang membuka diri pada orang lain.

- c. Berorientasi pada isi.

Bagi orang yang bersikap terbuka akan melihat informasi yang diberikan mengenai “apa” yang diinformasikan, daripada “siapa” yang menyampaikan atau menginformasikan hal tersebut.

- d. Berusaha mencari informasi dari berbagai sumber.

Orang yang terbuka akan menerima saran dan kritik dari orang lain untuk memperbaiki kekurangan dalam dirinya. Selain itu ia juga akan mencari informasi dari sumber-sumber yang lain sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan dan membantu menyelesaikan masalahnya.

- e. Lebih bersifat provisional dan bersedia mengubah keyakinan.

Orang yang bersikap terbuka tidak akan bersikeras atau kaku terhadap apa yang dianggapnya benar. Ia akan bersedia mengubah pendapat atau keyakinannya jika memang tidak sesuai dengan nilai atau kebenaran. Bersifat provisional berarti seseorang bersedia

mendengar pandangan yang berlawanan dan bersedia mengubah posisi jika keadaan mengharuskan.

- f. Mencari pengertian pesan yang tidak sesuai dengan kepercayaan.

Orang yang bersikap terbuka akan menerima masukan atau pendapat dari orang lain untuk menemukan kebenaran. Selain itu apabila ia menemukan benturan terhadap apa yang diyakini, orang yang bersikap terbuka akan dapat menerima hal tersebut.

Sedangkan penjelasan tentang karakteristik orang yang bersikap tertutup atau dogmatis sebagai berikut:

- a. Menilai pesan berdasarkan motif-motif pribadi. Orang yang mempunyai sikap dogmatis menilai pesan berdasarkan desakan dari dalam dirinya. Rokeach (dalam Rakhmat, 2007:137) mengemukakan desakan tersebut antara lain kebiasaan, kepercayaan, petunjuk perseptual, motif ego irasional, hasrat berkuasa dan kebutuhan untuk membesarkan diri.
- b. Berpikir simpistis, artinya berpikir hitam-putih. Orang yang bersikap dogmatis hanya memandang sesuatu dari benar dan salah saja, tidak ada setengah benar atau setengah salah sehingga tidak mau tahu kondisi yang melatarbelakangi suatu hal.
- c. Bersandar lebih banyak pada sumber pesan daripada isi pesan. Orang yang bersikap tertutup melihat pesan berdasarkan siapa

orang yang menyampaikan, tidak melihat dari isi pesan yang disampaikan.

- d. Mencari informasi tentang kepercayaan orang lain dari sumbernya sendiri, bukan dari sumber kepercayaan orang lain. Orang yang mempunyai sikap dogmatis hanya mempercayai sumber mereka sendiri. Mereka tidak akan meneliti tentang sesuatu atau orang lain dari sumber yang lain.
- e. Secara kaku mempertahankan dan memegang teguh sistem kepercayaannya. Orang dogmatis menerima kepercayaannya secara mutlak, yakni memegang teguh dan mempertahankan setiap jengkal dari wilayah kepercayaannya sampai titik penghabisan.
- f. Menolak, mengabaikan, mendistorsi, dan menolak pesan yang tidak konsisten dengan sistem kepercayaannya.

### C. Media Baru

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual

dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat (<http://en.wikipedia.org>).

*New media* atau media baru merupakan media menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara *private* maupun *public* (Mondry, 2008: 13). Media baru pada dasarnya adalah hasil dari konvergensi dari media-media konvensional yang sudah ada sebelumnya, seperti televisi, komputer dan telepon menjadi satu media yaitu internet. Media baru merupakan media yang pada saat ini sekarang sedang berkembang dan akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. (Putri, Kenny, dkk, 2015).

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru. Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 2013: 110) dalam skripsi Putri, Nurul Rezekiah (2015). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan *image* sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

*New media* memiliki beberapa kelebihan yaitu memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan *ter-update* informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet agar kita dapat menerima pesan tersebut.

Internet juga dianggap memiliki kapasitas besar sebagai media baru. Tidak hanya memperkecil jarak dalam mengkomunikasikan pesan, teknologi komputer dan internet juga telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bisa memfasilitasi transmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia (Bagdakian, 2004: 114). Menurut Bagdakian, duplikasi dan penyebaran matri dari internet ini bisa mencapai jangkauan yang sangat luas. Satu orang khalayak bisa mengunduh kemudian menyebarkannya pada orang-orang dalam jaringan pertemanan atau jaringan kerjanya. Kemudian pihak yang mendapatkan sebaran itu bisa menyebarkannya lagi pada orang-orang dalam jaringannya, dan seterusnya (dalam skripsi Putri, 2015).

#### **D. Media Sosial**

Ditelusuri dari asal katanya, media sosial berasal dari dua kata yaitu media yang dapat dimaknai sebagai medium atau wadah dan sosial yang berarti masyarakat. Dari dua kata tersebut, dapat dipahami bahwa media sosial adalah wadah dimana banyak orang yang dapat berinteraksi

layaknya di dalam sebuah masyarakat melalui medium internet. Di dalam media sosial, kita bisa menemukan orang-orang saling mengontrol, berbagi informasi atau file, berkomentar, berdebat, mencari pasangan hingga memasarkan produk. Semua hal itu sama seperti aktivitas di masyarakat. Namun, aktivitas masyarakat di media sosial terjadi dengan perantara internet. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010: 59) mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*:. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010: 59-68), ada enam jenis media sosial, yaitu:

1. Proyek Kolaborasi *Website* mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah ataupun menghapus konten-konten yang ada di website tersebut. Contohnya Wikipedia.
2. Blog dan *MicroblogUser* lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya twitter.
3. Konten pra user dari pengguna website ini saling meng-*share* konten-konten media, baik video, ebook, gambar dan lain-lain. Contohnya youtube.
4. Situs jejaring sosial aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi itu bisa berupa foto-foto. Contohnya instagram.

5. *Virtual Game World* dunia virtual, dimana menreplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya *gameonline*.
6. *Virtual Social World* dunia virtual yang membuat penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *virtual social* lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan. Contohnya *secondlife*. Jenis *new media* sekaligus media online yang paling populer saat ini adalah media sosial (*social media*) yang juga sering disebut “*social networking*” atau jejaring sosial, antara lain: Blog, Facebook, Twitter, Instagram, Google Plus dan Path ([komunikasipraktis.com](http://komunikasipraktis.com)).

Kemunculan situs jejaring sosial ini diawali dengan adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Situs jejaring sosial pertama, yaitu *sixdegrees.com* mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000 muncul situs sosial Lunarstorm, Live Jurnal, Cyword yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, muncul *Ryze.com* yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002, muncul *Friendster* sebagai situs anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain.

Media sosial dapat memberi dampak positif maupun negative kepada pengguna, tergantung kebijakan pengguna dalam memanfaatkan media sosial ini. Beberapa manfaat media sosial sebagai berikut:

1) Mendapatkan informasi banyak

Informasi yang dapat kita peroleh lewat media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik, motivasi, maupun hal-hal yang sedang trend dibicarakan banyak orang.

2) Menjalin silaturahmi

Melalui media sosial, kita dapat menjalin silaturahmi meski terpisah jarak, baik dengan orang baru, teman lama, maupun teman sekarang. Lewat media sosial, banyak teman-teman dahulu yang hilang kontak, akhirnya bisa bertemu di media sosial, kemudian mengadakan reuni bersama. Ada juga yang sebenarnya di dunia nyata belum saling kenal, tetapi karena di *online* sudah saling berinteraksi, ketika bertemu pertama kali di dunia nyata, merasa sudah akrab satu sama lain.

3) Membentuk komunitas

Bagi yang memiliki kesukaan/hobi yang sama, dapat membentuk perkumpulan/komunitas yang berisi dengan kesukaan/hobi yang sama. Media *online* berperan untuk koordinasi, *sharing* dan interaksi ketika tidak sedang bersama.

#### **E. Yalla**

Yalla adalah aplikasi komunitas obrolan suara secara live dan hiburan yang sangat populer. Mengobrol dengan orang-orang terdekat

maupun dari seluruh dunia. Yalla menggunakan profil dari *facebook*, *twitter*, dan nomor telepon. Didirikan pada 2016, aplikasi Yalla mulai masuk ke Indonesia pada 2018 dan berkembang sangat pesat. Yalla adalah salah satu di antara segelintir perusahaan media sosial asal China yang memanfaatkan layanan nirkabel yang tengah booming di Timur Tengah dan Afrika Utara. Layanan Yalla termasuk *voice chat* dan games yang terpasang di dalam aplikasinya telah meraup pengguna di negara-negara seperti Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan Turki.