

SKRIPSI

**ANALISIS POLA *SELF DISCLOSURE* ANTARA PENGGUNA AKUN *PSEUDONYM*
TWITTER DENGAN *FOLLOWERS***

**OLEH:
VIRANTI FIRDHANISA
E021191078**



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

2023

SKRIPSI

**ANALISIS POLA *SELF DISCLOSURE* ANTARA PENGGUNA AKUN *PSEUDONYM*
TWITTER DENGAN *FOLLOWERS***

OLEH:

VIRANTI FIRDHANISA

E021191078

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Departemen Ilmu Komunikasi

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Proposal : Analisis Pola *Self Disclosure* antara Pengguna Akun
Pseudonym Twitter dengan *Followers*

Nama Mahasiswa : Viranti Firdhanisa

Nomor Pokok : E021191078

Makassar, 7 Februari 2023

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dr . Sudirman Karnav, M.Si.
NIP. 196410021990021001

Pembimbing Pendamping

Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos.,M.Si.
NIP. 197306172006042001

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin




Dr. Sudirman Karnav, M.Si.
NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN 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 Rabu tanggal 15 Februari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga.

Makassar, 15 Februari 2023

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. Sudirman Karnay, M.Si.  (.....)

Sekretaris : Sartika Sari Wardhani DH. Phasa, S.Sos.,M.I.Kom.  (.....)

Anggota : Dr. Tuti Bahfiarti. S.Sos.,M.Si.  (.....)

: Dr. Das'ad Latief, S.Sos.,S.Ag.,M.Si.,Ph.D.  (.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Viranti Firdhanisa
NIM : E021191078
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul:

***Analisis Pola Self Disclosure antara Pengguna Akun Pseudonym Twitter
dengan Followers***

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

Makassar, 15 Februari 2023

Yang menyatakan

Viranti Firdhanisa



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kepada Allah yang Maha Esa karena atas rahmat dan hidayahnya-lah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “Analisis Pola *Self Disclosure* Pengguna Akun *Pseudonym* Twitter dengan *Followers*”. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar kesarjanaan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kendala dan tidak akan berjalan tanpa adanya pengorbanan, dukungan, maupun bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta penulis yaitu Bapak Lukman dan Ibu Sapowani yang telah memberikan dukungan secara moral dan mental, perhatian, dukungan dan kasih sayangnya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dan juga menyelesaikan pendidikan di jenjang S1.
2. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi dan juga selaku Pembimbing 1 penulis yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos.,M.Si. selaku Pembimbing 2 yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom. selalu Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi, serta Ibu Sartika Sari Wardhani DH. Phasa, S.Sos., M.I.Kom. dan Bapak Dr. Das'ad Latief, S.Sos., S.Ag., M.Si., Ph.D. selaku tim penguji atas waktu, masukan dan ilmu yang diberikan kepada penulis.
5. Seluruh Dosen pengajar dan Staff Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama berkuliah di Universitas Hasanuddin dan telah membantu penulis untuk menyelesaikan berkas untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
6. Untuk ketujuh informan yang sudah bersedia meluangkan waktu, membagikan informasi, cerita dan pengalaman kepada penulis untuk membantu menyelesaikan penelitian ini.
7. Untuk Kak Jejen tersayang yang sudah meluangkan waktu, pemikiran, dan segala bantuan kepada penulis sejak awal penulisan skripsi ini hingga ketahap akhir skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan.
8. Untuk teman-teman penulis yaitu Ruby, Didi, Teguh, Ruhul yang dipertemukan dan disatukan oleh *broadcasting* tercinta sudah menemani dan mengisi masa-masa akhir perkuliahan penulis sejak semester 5 hingga detik-detik skripsi dan perkuliahan penulis terselesaikan. Masa-masa *broadcasting* yang penuh kegilaan jadi *full of happiness because of you guys*.
9. Untuk Punel, Valma, Astrella, Cia, Dina, Andri, Ai dan Faiq yang sudah bertahan dan menemani penulis sejak maba hingga skripsi dan perkuliahan

penulis terselesaikan. *You rock guys*, semangat mengejar gelar S.I.Kom bersama.

10. Untuk teman-teman KKN penulis yaitu Nopi, Ari dan khususnya Kadri yang sudah membantu penulis pada saat awal penulisan skripsi ini sehingga akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan.
11. Untuk Farraos Abdillah untuk segala waktu yang menghibur, dukungan, dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhirnya sampai ditahap akhir perkuliahan.
12. Untuk teman-teman Aurora 2019 yang sudah kebersamai sejak maba, atas segala suka duka yang terjadi diperkuliahan hingga akhirnya sampai ditahap ini.
13. *Last but not least*, terima kasih untuk diri penulis sendiri yang mampu bertahan hingga saat ini.

Akhir kata, penulis ingin berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan, yang tidak dapat dituliskan satu persatu. Semoga segala bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlimpah.

Penulis menyadari hasil penelitian ini tentu saja jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Makassar, 7 Februari 2023

Penulis

ABSTRAK

VIRANTI FIRDHANISA. Analisis Pola Self Disclosure Antara Pengguna Akun Pseudonym Twitter dengan Followers. (Dibimbing oleh Sudirman Karnay dan Tuti Bahfiarti)

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengategorikan dan menganalisis faktor yang mempengaruhi pengguna akun *pseudonym* Twitter melakukan *self disclosure*. (2) Untuk menganalisis pola *self disclosure* antara pengguna akun *pseudonym* Twitter dengan *followers*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik penentuan informan yaitu *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi partisipan, wawancara mendalam dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *self disclosure* pengguna akun *pseudonym* Twitter dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor internal yang berasal dari diri sendiri dan faktor eksternal yang berasal lingkungan. Faktor internal meliputi kenyamanan, perasaan aman saat identitasnya tidak diketahui dan kebebasan mengekspresikan diri. Sedangkan faktor eksternal meliputi keinginan untuk menghindari lingkungan tertentu, dorongan untuk mengikuti kelompok tertentu dan adanya positif *feedback* yang didapatkan dari pengikut. Pengungkapan diri yang dilakukan pada akun *pseudonym* cenderung netral antara positif dan negatif dan dilakukan dengan sangat terbuka. Informasi pengungkapan diri yang dibagikan terkait keseharian, percintaan, keluarga, hubungan sosial hingga pendapat politik. Pengungkapan diri yang dilakukan oleh pengguna akun *pseudonym* tersebut membentuk pola *self disclosure* yaitu adanya pergeseran jendela Johari yakni informasi umum pada jendela terbuka kini bergeser ke jendela tersembunyi. Sedangkan informasi rahasia yang berada pada jendela tersembunyi dan hanya diketahui oleh diri sendiri kini bergeser ke jendela terbuka. Sehingga jendela terbuka akan terus meluas dan jendela tersembunyi akan menyempit. Hal ini terjadi dikarenakan pengguna akun *pseudonym* akan terus mengungkapkan diri sehingga informasi pada jendela terbuka akan terus bertambah dan jendela tertutup akan mengecil karena informasi pada jendela ini berisikan identitas asli diri yang disembunyikan oleh pengguna.

Kata kunci: *Self Disclosure*, Pengungkapan Diri, *Pseudonym*, Twitter.

ABSTRACT

VIRANTI FIRDHANISA. *Analysis of Self Disclosure Patterns between Pseudonym Twitter Account Users and Followers. (Supervised by Sudirman Karnay and Tuti Bahfiarti.)*

The purposes of this research are (1) to categorize and analyze the factors that influence Twitter pseudonym account users to self disclosure. (2) To analyze the pattern of self disclosure between Twitter pseudonym account users and followers. This research uses descriptive qualitative research methods. The informant determination technique is purposive sampling. The data collection techniques carried out were participant observation, in-depth interviews and literature studies.

The results of this study show that the self-disclosure of Twitter pseudonym account users is influenced by 2 factors, namely internal factors derived from oneself and external factors derived from the environment. Internal factors include comfort, a feeling of security when one's identity is unknown and freedom of self-expression. Meanwhile, external factors include the desire to avoid certain environments, the encouragement to follow certain groups and the positive feedback obtained from followers. Self-disclosure done on pseudonymous accounts tends to be neutral between positive and negative and is done very openly. Self-disclosure information shared related to daily life, romance, family, social relationships to political opinions. The self-disclosure carried out by the pseudonym account user forms a self-disclosure pattern, namely the shift of the Johari window, namely the general information in the open window is now shifted to a hidden window. Meanwhile, confidential information that is in a hidden window and only known by oneself is now shifted to an open window. So that the open window will continue to expand and the hidden window will narrow. This happens because the pseudonym account user will continue to reveal themselves so that the information in the open window will continue to grow and the closed window will shrink because the information in this window contains the user's real identity hidden by the user.

Keywords: Self Disclosure, Pseudonym, Twitter.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Kerangka Konseptual.....	10
E. Definisi Konseptual	16
F. Metode Penelitian	17

BAB II	21
A. Self Disclosure.....	21
B. Media Sosial	28
C. Teori Manajemen Privasi Komunikasi	32
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	34
A. Media Sosial Twitter.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian.....	38
B. Pembahasan	82
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
GLOSARIUM	98
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
4.1	Karakteristik Informan.....	44
4.2	Faktor yang Mempengaruhi <i>Self Disclosure</i> Pengguna Akun <i>Pseudonym</i> Twitter dengan <i>Followers</i>	57
4.3	<i>Self Disclosure</i> Pengguna Akun <i>Pseudonym</i> Twitter.....	82

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....15
1.2	Bagan Teknik Analisis Miles dan Hubberman.....21
2.1	Johari Window Model.....30
4.1	Pola <i>Self Disclosure</i> Pengguna Akun <i>Pseudonym</i> Twitter.....91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perilaku komunikasi telah mengalami pergeseran menuju ke era digital. Perubahan yang diiringi perkembangan internet ini telah membawa peradaban baru yang disebut sebagai peradaban virtual atau peradaban *cyber*. Sebuah peradaban baru yang berhasil meruntuhkan keterbatasan jarak. Internet memberi kesempatan bagi siapapun untuk saling berinteraksi, entah dengan orang sekitar atau orang dari luar peredaran sekalipun, melalui media sosial. Hadirnya media sosial menjadi fenomena yang semua orang bisa menumpahkan segala kediriannya; mengekspresikan diri, mengungkapkan pemikiran, emosi dalam pesan personal, bahkan sekedar curhat mengenai apa yang dialami.

Pergeseran bentuk komunikasi tatap muka ke penggunaan media sosial merupakan suatu kajian keilmuan komunikasi yang menarik perhatian lebih. Berdasarkan Riset Wearesocial Hootsuite yang dirilis Februari tahun 2022, pengguna media sosial aktif di Indonesia sebanyak 191,4 juta jiwa dari total populasi 277,7 juta jiwa. Persentase pengguna media sosial tahun 2022 ini, naik 12,6% dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 170 juta jiwa. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya (Riyanto, 2022).

Dick Costolo, selaku *Chief executive Officer* Twitter, mengatakan bahwa Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna terbanyak di Twitter. Bahkan Twitter juga telah mendirikan kantor Twitter di Jakarta (Juditha, 2015). Pernyataan ini kemudian berkenaan dengan laporan We Are Social. Twitter

menjadi platform media sosial ke-6 yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase pengguna sebanyak 58,3%. Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna Twitter di Indonesia mencapai 18,45 juta pada 2022 (Riyanto, 2022). Angka tersebut menempatkan Indonesia di peringkat kelima negara pengguna Twitter terbesar di dunia. Hal ini menunjukkan bahwa Twitter menjadi salah satu platform yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini.

Media sosial yang paling populer berdasarkan intensitas penggunaan yang dilakukan masyarakat Indonesia tahun 2022 adalah; Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram, dan Twitter (Riyanto, 2022). Masing-masing dari media sosial tersebut mempunyai karakteristik tersendiri dalam menarik minat penggunanya. Whatsapp dan telegram dikenal sebagai media komunikasi langsung dan interaktif. Youtube dengan daya tariknya pada keindahan audio-visual. Facebook sebagai media untuk mencari hiburan dan transaksi jual beli. Instagram yang lebih menonjolkan sisi visualitas dan *personal branding* dan belajar dari orang lain melalui pertukaran informasi adalah motif utama bagi pengguna Twitter. Twitter memanjakan penggunanya dengan informasi tepat guna yang menampilkan informasi *trending* atau viral.

Berbagai fenomena banyak ditemui pada kanal media sosial Twitter. Hal ini dikarenakan interaksi dan fitur yang cenderung lebih mudah dan komprehensif. Beberapa akun juga ditemukan ternyata tak hanya digunakan oleh perseorangan namun juga digunakan oleh institusi-institusi lain, seperti; media massa, stasiun televisi, perusahaan, organisasi, bahkan institusi pemerintahan. Bagi sebagian besar institusi yang juga tergabung sebagai pengguna Twitter, menjadikan media sosial

ini sebagai acuan untuk melihat potensi yang sedang dibicarakan khalayak umum melalui kanal *trending topic*.

Beragamnya fungsi utilitas media sosial menghadirkan berbagai macam identitas pengguna. Perkembangan era memacu identitas bergerak lebih bebas, berubah-ubah, bahkan dapat diciptakan. Dengan berbagai alasan, orang-orang terdorong untuk menciptakan identitas diri yang berbeda di media sosial dengan identitasnya yang ada di dunia nyata.

Menurut Rosenbach dan Schmund (dalam Kris dkk., 2020) terdapat tiga kategori dalam penggunaan identitas di media seperti internet, diantaranya:

1. Pengguna nama asli (*orthonym*).
2. Nama alias atau samaran (*pseudonym*).
3. Tanpa nama (*anonym*).

Bahkan di beberapa literasi menyatukan klasifikasi antara *pseudonym* dan *anonym* (Kalaloi 2019).

Identitas merupakan penghubung antara seorang individu dengan masyarakat. Sementara komunikasi adalah mata rantai yang menginisiasi terjadinya suatu interaksi atau hubungan antar individu dengan masyarakat. Identitas pengguna tercipta tak terlepas dari pemaknaan dan pengalaman selama bermedia sosial. Pada media sosial Twitter, ada beberapa jenis pengguna yang diketahui, diantaranya: *personal account*, *roleplay account*, *fan account*, *autobase account*, *cyber account* (Syam dan Mariani, 2019). *Personal account* merupakan jenis pengguna Twitter yang menampilkan keaslian dirinya dengan menggunakan nama asli, foto asli, dan keterangan lain yang berkaitan dengan dirinya di dunia nyata.

Berbeda dengan *personal account*, *cyber account* mendefinisikan dirinya di media sosial dengan cara yang berbeda. Pengguna *cyber account* mengidentikkan dirinya terhadap hal lain di luar identitas aslinya di dunia nyata atau sekedar menyamarkan identitas aslinya. Beberapa pengguna *cyber account* bahkan sama sekali tidak mengungkapkan apapun dalam akun yang digunakannya (*anonym*). Menurut Pfizman & Kohntopp dan Joinson (dalam Lilis Nosiva Rini dkk., t.t., 2019) anonimitas dapat dikategorikan dalam skala fungsional, mulai dari *less anonymous* hingga *fully anonymous*; dari *visual anonymity* di mana fitur pengguna disembunyikan, *pseudonym* atau nama samaran di mana partisipasi dilakukan menggunakan identitas *online* yang dibuat untuk membangun reputasi tanpa pengungkapan identitas asli, dan *fully anonymous* hadir di mana interaksi tidak membawa efek reputasi dan di mana pengguna tidak dapat diketahui setelah interaksi selesai. Beberapa pengguna *cyber account* dapat ditemui pada awalnya juga menggunakan *personal account*.

Papacharissi dan Rubin (dalam Nur Hanifah Nora Lailul Amal, n.d.) menemukan bahwa motif seseorang dalam menggunakan media sosial yang ada di internet terdiri dari: motif *interpersonal utility*, motif *pass time*, motif *information seeking*, motif *convenience* dan motif *entertainment*. Media sosial Twitter juga digunakan atas motif-motif tersebut. Alasan penciptaan identitas juga berakar atas sebuah motif. Di Indonesia sendiri, dalam penggunaan fitur tagar/tanda pagar (*hashtag*) memiliki motif yang berbeda.

Twitter menyajikan fitur tagar/tanda pagar (*hashtag*) untuk mempermudah peredaran informasi yang ingin dibicarakan. Di berbagai negara luar fitur tagar ini

digunakan untuk membedakan sebuah topik yang memiliki kesamaan kalimat tapi dengan substansi yang berbeda. Sementara di Indonesia fitur ini tidak jarang digunakan untuk memperbesar perluasan wacana dari sebuah topik. Melalui penggunaan fitur ini, pengguna lain yang juga tertarik dengan topik yang dibicarakan diberi kesempatan untuk ikut meningkatkan intensitas interaksi topik dengan menggunakan fitur *retweet*. Hal ini dapat meningkatkan interaksi pengguna lain atas topik yang dibawa.

Di Beberapa tahun terakhir berbagai isu yang dikawal oleh beberapa kalangan *Social Justice Warrior* (SJW) berhasil memenuhi posisi teratas di kanal *trending topic*; di 2019 bulan September. Tagar yang memenuhi kanal *trending topic* Twitter berkuat pada isu RKUHP dan rancangan Undang-Undang (Minerba, Pertanahan, Masyarakat Adat, KPK, PPKS) dan juga diiringi tagar aksi mahasiswa atas penolakan di beberapa isu rancangan undang-undang tersebut. Isu yang mengambil jatah di tahun 2020 pada kanal *trending topic* Twitter adalah Omnibus Law. Di tahun ini, 2022, isu penolakan tiga periode Jokowi, kenaikan BBM, kenaikan minyak goreng bahkan PPN, pernah menduduki *trending topic* nasional. Tragedi Kanjuruhan, 1 Oktober 2022, bahkan berhasil menembus *trending* global.

Fenomena lain yang juga terjadi di tahun 2022 ini adalah kehadiran Bjorka di Twitter. Bjorka sendiri merupakan salah satu pengguna akun *anonym*. Bjorka dikabarkan melakukan peretasan dan membagikan berbagai data terkait data pelanggan IndiHome, 1,3 miliar data registrasi *sim card*, data KPU, bahkan daftar surat ke Presiden Indonesia. Bjorka menyebarluaskan semua data tersebut di kanal media sosial Twitter. Sebelumnya, Bjorka menggunakan media sosial telegram

untuk penyebaran data yang diretasnya. Namun dengan melalui Twitter Bjorka berhasil mendapat perhatian publik lebih luas lagi. Hal ini menunjukkan peran Twitter begitu signifikan untuk penyebarluasan suatu isu.

Twitter sering digunakan masyarakat untuk membagikan informasi, cerita, kegiatan dan emosi-emosi yang mereka rasakan. Twitter memberi kesempatan bagi siapapun untuk saling terhubung dan saling mempengaruhi sesama pengguna. Twitter memiliki konsep mengunggah tulisan dengan singkat maksimal 280 karakter per-*tweet*nya. Adanya batasan ukuran ini membuat penggunaannya benar-benar lebih fokus kepada isi/konteks yang ingin disampaikan kepada pengikutnya. Alih-alih berfokus pada keindahan visual, tulisan-tulisan di Twitter dianggap sebagai bentuk ekspresi yang paling natural tanpa perlu “berdandan” dan ditata dengan *background* sedemikian rupa untuk mendapatkan estetika didalamnya. Oleh karena itu, tidak ada kekhawatiran mengenai estetika foto ataupun video (Dewi & Delliana, t.t.,2020).

Twitter tidak hanya dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan inspirasi, tapi juga menjadi media untuk mengekspresikan diri (*self expression*), bahkan ajang untuk berkeluh-kesah (curhat). Twitter dianggap sebagai media yang aman untuk menampilkan panggung belakang atau sisi tersembunyi pada diri pengguna (Kirana Dan Pribadi, t.t.,2021) dibandingkan dengan media sosial lainnya yang lebih menonjolkan pada pembentukan citra atau *personal branding*. Pengguna memulai pengungkapan dirinya dengan nge-*tweet* isi hati, perasaan atau emosi yang sedang dirasakan kemudian Twitter menyediakan fitur *reply* dan *retweet*. Fitur *reply* ini berfungsi untuk membalas cuitan dan fitur *retweet* berfungsi untuk memposting

ulang cuitan seseorang dan akan ditampilkan di beranda pengguna yang *re-tweet*. Dengan adanya fitur *reply* dan *retweet* ini pengguna Twitter dapat berkomunikasi dengan mudah untuk melakukan pengungkapan diri (*Self Disclosure*).

Self disclosure merupakan jenis komunikasi atau cara mengungkapkan informasi tentang diri kita yang biasanya kita sembunyikan (Devito, 2011). *Self disclosure* dapat terjadi jika seseorang dapat membuka dirinya dan berbagi informasi mengenai dirinya kepada orang lain. Pengungkapan diri ini dapat berupa berbagai topik informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang sesuai dan terdapat dalam diri seseorang yang bersangkutan (Hidayat, 106:2012). Menurut Boyd dan Heer (2006) *self disclosure* dalam media sosial bermanfaat sebagai sarana dalam mempresentasikan identitas diri.

Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti terkait cara seseorang melakukan *self disclosure* di media sosial berdasarkan identitas media sosialnya. Hakikatnya, *self disclosure* merupakan hal penting bagi individu yang khususnya yang memasuki tahap dewasa awal, karena pada masa tersebut individu membutuhkan sarana untuk membangun hubungan sosial dengan orang lain serta untuk kebutuhan eksistensi diri (Zachra Fauzia dkk., t.t., 2019). Eksistensi diri ini berkaitan juga dengan identitas seseorang. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam terkait upaya *self disclosure* seseorang di media sosial yang beridentitas *pseudonym* atau *less anonym* yang mulanya menggunakan *personal account* dengan keterangan identitas aslinya di dunia nyata.

Beberapa penelitian terdahulu telah menganalisis pengguna akun *pseudonym* pada media sosial Twitter. Salah satu diantaranya yakni penelitian dengan judul “Fenomena Penggunaan Akun *Pseudonym* dalam Memenuhi Motif Identitas Pribadi pada Pengikut *Autobase @karawangfess* di Twitter”. Penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dkk (2020) ini berfokus pada pengikut akun *autobase* yang menggunakan akun *pseudonym*. Dalam Penelitiannya, Panjaitan dkk mengungkapkan bahwa motif penggunaan akun *pseudonym* pada pengikut akun *autobase* didasari oleh keinginan mencari ruang kebebasan berekspresi dan berperilaku untuk menjalankan peran sosial namun tetap dalam kondisi yang aman dan nyaman. Syam (2019) dalam penelitiannya terkait “Fenomena *Pseudonym* di Twitter Studi Fenomenologi Konstruksi Identitas *Cyber Account* di Twitter” berfokus pada akun *pseudonym fully anonymous* yang dimana penggunanya membangun identitas baru yang berbeda dengan identitas aslinya di dunia nyata. Syam (2019) mengungkap bahwa motif penggunaan akun *pseudonym (cyber account)* ini adalah adanya ketertarikan bertukar informasi yang tidak bisa dibicarakan di dunia nyata karena keharusan berstatus *pseudonym*. Tominaga sendiri dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa ada perbedaan yang signifikan terkait pengungkapan diri pada Twitter berdasarkan latar belakang budaya (Tominaga dkk, 2018). Hal ini membuka kemungkinan bagi peneliti untuk mengkaji *self disclosure* pengguna Twitter khususnya yang menggunakan akun *pseudonym*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka akan dilakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pola *Self Disclosure* Antara Pengguna Akun *Pseudonym* Twitter dengan *Followers*”**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka peneliti menyimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana faktor yang mempengaruhi pengguna akun *pseudonym* Twitter melakukan *self disclosure* pada media sosial Twitter?
2. Bagaimana pola *self disclosure* pengguna akun *pseudonym* Twitter dengan *followers*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengategorikan dan menganalisis faktor yang mempengaruhi pengguna Twitter melakukan *self disclosure*.
- b. Untuk menganalisis pola *self disclosure* antara pengguna akun *pseudonym* Twitter dengan *followers*.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan teori dibidang ilmu komunikasi dan juga dapat menjadi bahan bacaan atau referensi untuk penelitian yang serupa.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca dalam mengetahui dan memahami bagaimana pola *self disclosure* antara pengguna akun *pseudonym* Twitter dengan *followers*. Penelitian ini juga sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

D. Kerangka Konseptual

1. Twitter sebagai Media Sosial

Twitter adalah salah satu bentuk media baru yang hadir sebagai medium untuk berinteraksi ke sesama penggunanya tanpa harus bertemu secara langsung. Twitter dengan konsep *microblogging*, yaitu mengunggah tulisan yang memungkinkan penggunanya membuat pesan singkat yang dipublikasikan (*tweet*) dan dibagikan dengan pengguna lain secara *online*. Menurut Nasrullah (2015: 11), munculnya budaya berbagi dan pengungkapan diri (*self disclosure*) di dunia maya merupakan dampak dari media sosial. Hal ini terjadi karena media sosial menjadi sarana yang memungkinkan setiap penggunaannya mengunggah apapun yang mereka inginkan. Pengungkapan ini menjadi suatu budaya yang pada akhirnya mengaburkan batas-batas antara ruang pribadi dan ruang publik.

Twitter membuat para penggunanya mengungkapkan tentang dirinya melalui *tweet* yang dibatasi hanya 280 karakter. Kemudian Twitter menyediakan fitur *reply* dan *retweet*. *Reply* adalah balasan atau tanggapan terhadap *tweet* pengguna lain, sedangkan *retweet* adalah cara meneruskan *tweet* pengguna lain yang akan

dimunculkan di *profile* pengguna yang *me-retweet*. Kedua fitur ini dapat membangun hubungan komunikasi antar penggunanya.

2. Self Disclosure

Self disclosure (pengungkapan diri) merupakan kemampuan seseorang untuk mengungkapkan informasi diri kepada orang lain yang bertujuan untuk mencapai hubungan yang akrab. Keterbukaan diri ini merupakan salah satu faktor yang menunjukkan adanya keberhasilan dalam interaksi sosial. Menurut Wei, M., Russel, & Zakalik, dkk (dalam Pamuncak, 2011) mengatakan bahwa *self disclosure* merupakan suatu bentuk komunikasi antarpribadi yang bertujuan untuk menjalin suatu hubungan yang lebih bermakna dengan individu lain. Terbentuknya suatu hubungan yang lebih bermakna tentu saja tidak lepas dari adanya *self disclosure*.

Mengutip Devito (dalam Ningsih, 2015) yang mengartikan dan mempertegas *self disclosure* sebagai penyingkapan informasi tentang diri yang kemudian dikomunikasikan kepada orang lain sehingga menjadi suatu bentuk komunikasi. Dengan adanya pengungkapan diri kepada orang lain, individu tersebut akan merasa lebih dihargai, diperhatikan, dan dipercaya orang lain, sehingga meningkatkan intensitas komunikasi menuju hubungan yang semakin akrab. Pendapat ini juga diperkuat oleh Johnson (dalam Fajar, 2015) bahwa terbuka dengan orang lain berarti kita memberikan validasi terhadap perasaan, emosi, ucapan, atau perbuatannya yang menandakan kita menerima pembukaan dirinya. Kita rela mendengarkan reaksi atau tanggapannya terhadap situasi yang sedang dialaminya.

Johari window adalah sebuah alat untuk mengamati lebih luas hubungan antara *self disclosure* dan *feedback* dalam suatu hubungan. Teori ini terbagi atas empat bingkai atau kuadran yaitu: *open area*, *blind area*, *hidden area* dan *unknown area*. Keempat bingkai ini menggambarkan bagaimana setiap individu mengungkapkan dan memahami dirinya tidak hanya dari perspektif pribadi namun juga melibatkan pandangan orang lain. Teori ini merupakan salah satu model inovatif untuk memahami tingkat pengungkapan diri dalam komunikasi. Model yang dikemukakan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham ini menggambarkan kesalingbergantungan hubungan *interpersonal* kedalam bentuk suatu jendela yang mempunyai empat area. Empat area tersebut yaitu:

Pertama *open area* atau jendela terbuka, menggambarkan informasi umum mengenai diri sendiri. Informasi tersebut bersifat umum dan dapat dibagikan kepada orang lain. Semakin luas area terbuka ini, maka akan semakin dinamis juga hubungan yang terjadi antara satu individu dengan yang lainnya. Johari mengatakan bahwa bingkai ini adalah area ideal dalam hubungan *interpersonal*. Kedua, *blind area*. Pada bagian ini menggambarkan mengenai apa yang tidak diketahui oleh diri sendiri namun diketahui oleh orang lain. Contoh dari blind area adalah kebiasaan, perasaan, dan lain-lain. Ketiga adalah *hidden area*. Berbeda dengan *blind area*, pada *hidden area* ini menggambarkan apa yang diketahui oleh diri sendiri namun tidak diketahui oleh orang lain. Biasanya informasi pada area ini bersifat rahasia dan cenderung disembunyikan dari orang lain. Namun, jika seseorang telah mengungkapkan rahasia atau membuka area ini, maka terjadilah proses *self*

disclosure atau pengungkapan diri. Keempat adalah *unknown area*. Area ini merupakan area yang tidak diketahui oleh diri sendiri maupun orang lain.

Devito (dalam Ningsih, 2015) mengungkapkan terdapat 5 dimensi dalam *self disclosure*, yaitu:

- 1) Ukuran atau jumlah *self disclosure* dilihat dari seberapa sering atau bagaimana frekuensi seseorang melakukan pengungkapan diri atau *self disclosure* dan durasi pesan-pesan yang bersifat *self disclosure* atau waktu yang diperlukan untuk melakukan pengungkapan diri tersebut. Dalam hal ini, *self disclosure* tidak terbatas oleh waktu selama individu tersebut terakses dengan aktivitas internet dan melakukan *self disclosure* dalam media sosial saat individu tersebut merasa hal atau kejadian yang tengah dialaminya patut untuk diungkapkan.
- 2) Valensi *self disclosure* adalah kualitas positif dan negatif dari *self disclosure*, yaitu bagaimana seseorang mengungkapkan mengenai diri, apakah menyenangkan (positif) atau tidak menyenangkan (negatif). Dalam penelitian ini meneliti pada media sosial Twitter, kualitas ini dapat menimbulkan dampak yang berbeda, yaitu pada orang yang mengungkapkan diri dan pengguna Twitter lainnya.
- 3) Kecermatan dan kejujuran. Kedua hal ini akan dibatasi sejauh mana seseorang mengenal dirinya sendiri. Selanjutnya, *self disclosure* juga akan berbeda tergantung pada kejujuran seseorang.

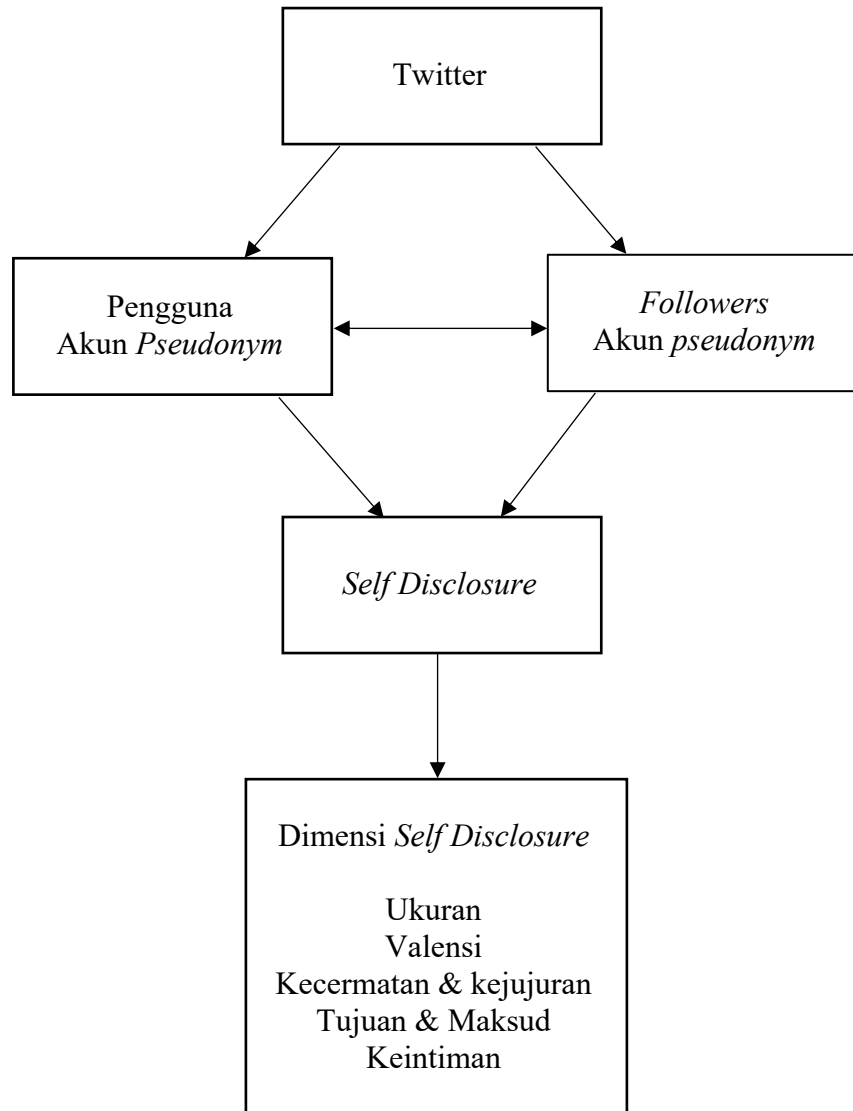
- 4) Tujuan dan maksud artinya seseorang akan mengungkapkan apa yang ditujukan untuk diungkapkan, sehingga seseorang secara sadar dapat mengontrol *self disclosure* yang dilakukan.
- 5) Keintiman artinya seseorang dapat menyingkap hal-hal yang intim dalam kehidupannya.

3. Teori Manajemen Privasi

Teori manajemen privasi komunikasi menjelaskan bahwa setiap orang memiliki hak atas informasi pribadinya. Sehingga, informasi pribadi menurut teori ini merupakan berbagai jenis informasi yang akan membuat seseorang berada pada kerentanan, oleh karenanya orang tersebut ingin mengontrol informasi yang dimiliki (Petronio, 2002). Menurut Petronio (dalam Saidah, 2021) ada tiga komponen utama dalam teori manajemen privasi komunikasi yaitu *privacy ownership*, *privacy control*, dan *privacy turbulence*. Ketiga komponen ini berkaitan dengan cara seseorang mengatur akses dan perlindungan informasi pribadi mereka.

Pertama, yaitu *privacy ownership*, yakni batasan privasi seseorang meliputi informasi yang dimilikinya tetapi tidak diketahui oleh orang lain. Kedua, *privacy control*, yaitu mencakup keputusan seseorang untuk membagi informasi pribadi dengan orang lain. Petronio menganggap bahwa sistem ini merupakan mesin penggerak dari manajemen privasi. Seseorang pada dasarnya memutuskan untuk membagi atau mengungkapkan informasi pribadinya melalui aturan privasi tertentu. Ketiga, *privacy turbulence*, yaitu situasi di mana terdapat ketidaksesuaian dari orang lain terhadap privasi yang kita miliki atau ketika manajemen privasi tidak berjalan sesuai harapan. Dalam proses pengelolaan aturan manajemen privasi

terbagi menjadi tiga bagian, yaitu, *boundary coordination*, *privacy rule foundations* dan *boundary turbulence*.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian

E. Definisi Konseptual

Untuk menyamakan penafsiran dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan variabel yang telah diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Media sosial adalah salah satu bentuk dari *new media* atau media baru yang berfungsi sebagai medium untuk berkomunikasi dengan orang lain tanpa harus bertemu secara langsung atau *face to face*. Media sosial pada penelitian ini adalah media sosial Twitter.
2. Twitter adalah salah satu media sosial yang dioperasikan oleh Twitter Inc dengan konsep *microblogging* berbasis teks atau tulisan yang dibatasi dengan 280 karakter. Teks atau tulisan itu disebut *tweet* yang dilengkapi dengan fitur *reply* dan *retweet* yang memungkinkan sesama penggunanya dapat berinteraksi.
3. Pengguna adalah orang yang membuat dan menggunakan *personal account* Twitter dengan identitas asli yang kemudian memilih untuk mengubah dan menyamarkan identitas menjadi akun *pseudonym*.
4. Akun *pseudonym* adalah akun dengan nama samaran, di mana partisipan pada awalnya menggunakan identitas asli dalam bentuk *personal account* dan kemudian merubah identitasnya menjadi identitas samaran yang dibuat untuk membangun reputasi tanpa pengungkapan identitas asli.
5. *Followers* adalah orang yang mengikuti akun *pseudonym* Twitter pengguna.
6. *Self disclosure* adalah pengungkapan diri seseorang mengenai pengalaman atau perasaan ke orang lain secara sukarela dan bersifat pribadi.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan selama kurang lebih 2 bulan, dimulai dari bulan Desember 2022 hingga Januari 2023. Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai pengguna Twitter secara luring atau tatap muka di Kota Makassar dan daring.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deksriptif untuk mendeskripsikan pola *self disclosure* antara pengguna akun *pseudonym* Twitter dan *followers*. Prosedur penelitian dengan cara kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari narasumber atau perilaku yang diamati.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini diperoleh data yang meliputi data primer dan sekunder sebagai berikut:

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan atau diperoleh peneliti secara langsung dari sumber datanya atau dari pihak yang bersangkutan seperti informan maupun responden (Trisliatanto, 2020:134). Data primer juga disebut sebagai data asli atau data baru yang sifatnya *up to date*. Untuk menghasilkan data primer, peneliti mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan teknik wawancara, diskusi kelompok terarah, atau observasi.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan atau diperoleh peneliti dari banyak sumber yang telah ada (Trisliatanto, 2020:134). Data sekunder dapat ditemukan dari berbagai macam sumber seperti jurnal, buku, laporan, serta data yang diperoleh dari instansi/perusahaan yang terkait. Dalam penelitian ini sumber data dan informasi yang peneliti peroleh secara tidak langsung didapatkan melalui dokumen ataupun referensi yang relevan untuk mendukung data kepada peneliti berupa buku, jurnal, dan lainnya.

Beberapa metode yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian yaitu:

a) Observasi Partisipan

Observasi partisipan yaitu peneliti melakukan pengamatan terhadap informan penelitian dengan melihat *tweet* pada akun-akun Twitter. Kemudian peneliti mencari informan dengan cara menanyakan kepemilikan akun Twitter dan kemudian peneliti mencari informan yang sesuai dengan kategori penelitian.

b) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan jawaban lengkap dan mendalam dari informan yang telah ditentukan sebelumnya yaitu dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan terkait kepada informan. Sebelumnya peneliti akan menanyakan kesediaan dari informan terlebih

dahulu, kemudian memberikan pertanyaan yang dapat memenuhi penelitian peneliti.

c) Studi Pustaka

Studi Pustaka memperoleh data melalui studi kepustakaan dengan mengkaji buku-buku, hasil penelitian dan literatur-literatur lain yang berhubungan dengan penelitian

4. Teknik Penentuan Informan

Penentuan Informan yang telah dilakukan dan diobservasi secara langsung (*purposive sampling*) yaitu:

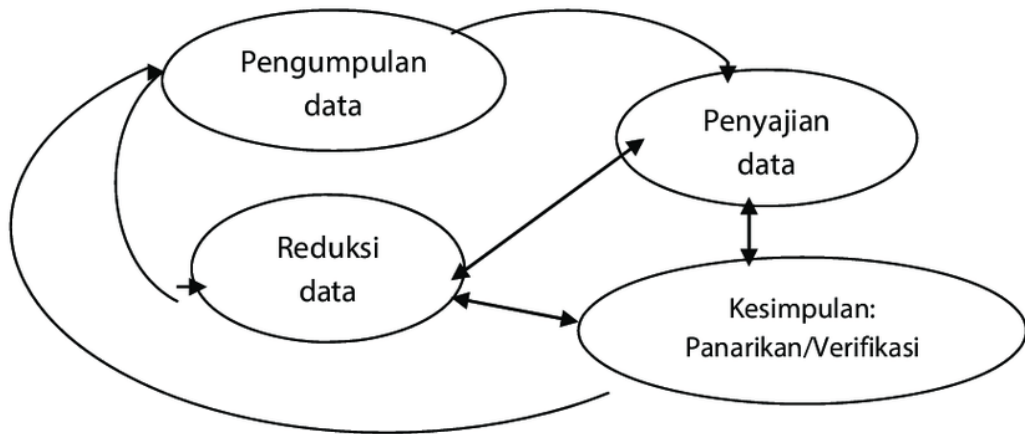
1. Pengguna berumur 17-24 tahun yang aktif menggunakan Twitter.
2. Pengguna akun *pseudonym* Twitter yang berawal dari *personal account*.
3. Memiliki *followers* pada akun Twitter.
4. Melakukan pengungkapan diri di Twitter dengan menampilkan atau mengungkapkan perasaan dalam bentuk kata-kata, foto ataupun video.
5. Menggunakan akun *pseudonym* lebih dari 3 bulan.
6. Informan berasal dari berbagai daerah.
7. Bersedia diwawancara untuk penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah menganalisis data dari hasil catatan lapangan atau dari informan. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu Teknik analisis dan kualitatif yang digunakan oleh Milles dan Huberman (2014) yaitu dengan cara:

- a) Reduksi data yaitu proses pemilihan, memfokuskan, mengabstraksi dan menyederhanakan data-data dari berbagai sumber seperti catatan yang ditulis di lapangan. Teknik analisis pada reduksi data dilakukan dengan cara mengarahkan, mengelompokkan data sehingga data yang diperoleh dapat ditarik kesimpulannya.
- b) Penyajian data, yaitu sekumpulan informasi dan data yang diperoleh kemudian disusun dan dipaparkan dalam bentuk naratif. Bentuk-bentuk dari penyajian data adalah uraian singkat, hubungan antar kategori, bagan dan sebagainya, penyajian data ini perlu dilakukan agar memudahkan penelitian dalam menarik kesimpulan.
- c) Menarik kesimpulan atau verifikasi yaitu penarikan hasil dari penelitian, juga proses untuk mendapatkan bukti-bukti dengan melihat kembali reduksi data agar kesimpulan yang ditarik relevan dengan fokus penelitian dan tujuan penelitian.

Proses analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman secara skematis dapat dilihat pada bagan di bawah ini:



Gambar 1.2 Bagan Teknik Analisis Miles dan Huberman
Sumber: Sayyida, 2021

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. *Self Disclosure*

1. Pengertian *Self Disclosure*

Self disclosure atau pengungkapan diri adalah bentuk komunikasi dimana individu membagikan informasi yang selama ini dia sembunyikan terkait dirinya kepada orang lain (Devito, 2016). Informasi-informasi yang merupakan salah satu bentuk dari pengungkapan diri berupa penyampaian emosi dan pikiran yang dirasakan (Dewi dan Delliana, 2020). Menurut Karina dan Suryanto (2012), *self disclosure* adalah proses berbagi informasi pribadi tentang diri sendiri secara sukarela kepada orang lain untuk mencapai kedekatan (*intimacy*).

Mengutip (Dasrun, 2012),

Self-disclosure dapat bersifat deskriptif dan evaluatif. Maksud dari deskriptif, yakni individu menceritakan berbagai fakta tentang dirinya sendiri yang belum diketahui oleh komunikan, seperti jenis pekerjaan, alamat, dan usia. Sedangkan, untuk evaluatif mengenai pendapat atau perasaan pribadi seperti hal-hal yang dibenci atau disukai.

Menurut Leary, McDonald dan Tangney (dalam Agus, 2016, hlm. 46) Pengungkapan diri adalah kelengkapan psikologis yang memungkinkan refleksi diri memasuki pengalaman sadar yang mendasari semua jenis persepsi diri, keyakinan, dan perasaan yang memberdayakan seseorang. Seperti yang diungkapkan oleh Wrihstman, Pengungkapan diri adalah proses memperkenalkan diri yang diwujudkan dengan berbagi perasaan dan informasi pribadi dengan orang lain. DeVito (2016) menambahkan pula bahwa melakukan pengungkapan diri dapat meningkatkan komunikasi, meningkatkan pengetahuan tentang diri sendiri,

mencegah persepsi yang tidak akurat, dan mampu meningkatkan keterampilan koping.

Zhang (2017) menjelaskan pengungkapan diri yang dilakukan di media sosial yang disertai respon atau reaksi dari orang lain akan menghasilkan kepuasan hidup, meningkatkan dukungan sosial, dan mengurangi tingkat stres yang dialami individu. Sihabudin & Winangsih (dalam Ningsih, 2015) menambahkan bahwa membuka diri di sosial media sama dengan menceritakan kepada orang lain mengenai perasaan terhadap sesuatu yang telah dikatakannya atau dilakukannya, ataupun perasaannya terhadap kejadian-kejadian yang baru saja dialaminya.

Terdapat beberapa hal yang menyebabkan self disclosure melalui media sosial akan lebih dipilih dibandingkan secara tatap muka secara langsung, seperti mudahnya menemukan orang lain yang mempunyai minat yang sama, kurangnya fitur yang menunjukkan penampilan fisik maupun identitas, hubungan yang terbentuk akan bertahan lebih baik dibandingkan pertemuan tatap muka, dan kemudahan untuk mengekspresikan diri dengan lebih terbuka (McKenna dkk., 2002; Wu dkk., 2017).

Berdasarkan konsep *self disclosure* yang dikemukakan oleh beberapa ahli tersebut, dapat ditegaskan bahwa *self disclosure* atau pengungkapan diri adalah proses keterbukaan diri oleh seorang individu atas informasi yang sebelumnya hanya tersedia untuk dirinya sendiri kemudian dibagikan kepada individu lain, meliputi pikiran, perasaan, dan ekspresi diri yang mendalam lainnya.

2. Tingkatan *Self disclosure*

Terdapat tingkatan-tingkatan yang berbeda dalam pengungkapan diri. Menurut Powell (dalam Maryam, 2018, hlm. 64) tingkatan-tingkatan pengungkapan diri dalam komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Basa basi

Merupakan tingkatan pengungkapan diri paling dangkal. Individu hanya berkomunikasi sekedar untuk menciptakan kesopanan.

b. Membicarakan orang lain

Pada tingkatan ini, masing- masing individu hanya mengungkapkan tentang hal-hal diluar dirinya atau mengungkapkan tentang orang lain, belum terjadi pengungkapan tentang diri individu sendiri.

c. Menyatakan gagasan atau pendapat

Masing-masing individu mulai menjalin hubungan dan mulai saling mengungkapkan tentang dirinya.

d. Menyatakan perasaan

Diantara individu sudah terjalin hubungan yang terbuka dan jujur. Masing-masing individu menyatakan perasaan yang mendalam.

e. Hubungan puncak

Pada tingkatan ini pengungkapan diri telah dilakukan secara mendalam. Individu dapat memahami perasaan yang dialami individu lainnya.

3. Fungsi *Self disclosure*

Menurut Derlega dan Grzelak (dalam Maryam, 2018, hlm. 63), pengungkapan diri memiliki lima fungsi diantaranya:

a. Ekspresi (*expression*)

Pengungkapan diri memberikan kesempatan kepada individu untuk mengekspresikan diri atau perasaan kepada individu lain.

b. Penjernihan diri (*self-clarification*)

Individu dapat memperoleh penjelasan dan pemahaman dari sudut pandang orang lain terhadap perasaan atau permasalahan yang sedang ia hadapi sehingga pikiran akan lebih jernih dan dapat menghadapi permasalahan dengan baik setelah melakukan pengungkapan diri mengenai apa yang sedang ia alami.

c. Keabsahan sosial (*social validation*)

Saat melakukan pengungkapan diri terkait apa yang sedang dialami, individu akan mendapatkan tanggapan atau validasi dari orang lain terkait masalah tersebut berupa dukungan atau sebaliknya.

d. Kendali sosial (*social control*)

Individu memiliki kontrol sosial atas informasi terkait dirinya sendiri untuk mengemukakan atau menyembunyikan informasi tentang dirinya.

e. Perkembangan Hubungan (*relationship development*)

Melakukan pengungkapan diri terkait perasaan dan informasi tentang diri kepada orang lain yang disertai rasa percaya akan menjadikan hubungan semakin akrab.

4. Dimensi *Self disclosure*

Menurut Devito (dalam Ningsih, 2015) dimensi yang ada pada *self disclosure* ini dibagi menjadi 5 bagian:

- a. Ukuran atau jumlah *self disclosure*. Dilihat dari seberapa sering atau bagaimana frekuensi seseorang melakukan pengungkapan diri atau *self disclosure* dan durasi pesan-pesan yang bersifat *self disclosure* atau waktu yang diperlukan untuk melakukan pengungkapan diri tersebut. Dalam hal

ini, *self disclosure* tidak terbatas oleh waktu selama individu tersebut terakses dengan aktivitas internet dan melakukan *self disclosure* dalam media sosial saat individu tersebut merasa hal atau kejadian yang tengah dialaminya patut untuk diungkapkan.

- b. Valensi *self disclosure*. Valensi lebih menilik pada kualitas pengungkapan diri tersebut cenderung positif atau negatif. Individu tentu saja dapat memanifestasikan kebaikan dan kegembiraan (positif), atau dapat juga dengan memanifestasikan keburukan dan tidak menyenangkan (negatif), masing-masing kualitas baik positif atau negatif tentunya akan menimbulkan dampak yang berbeda, baik bagi yang mengungkapkan maupun bagi para individu yang menerima/mendengarkannya.
- c. Kecermatan dan kejujuran. Dalam konteks kecermatan dan kejujuran *self disclosure* akan dibatasi oleh tingkat pengetahuan diri individu. Selanjutnya pengungkapan diri akan bergantung pada kejujuran individu. Individu bisa mengungkapkan dengan jujur, atau bisa saja melebih-lebihkan, bahkan bisa saja berbohong. Dalam hal ini, pengetahuan diri tentu berkaitan dengan konsep diri (*self concept*) individu.
- d. Tujuan dan maksud. Dalam kegiatan pengungkapan diri tentunya perlu diketahui secara sadar apa yang ingin dituju dan ingin diungkapkan agar individu dapat mengontrol pengungkapan dirinya. Dalam hal mengungkapkan emosi, terkadang individu berpikir secara spontan, bisa melibatkan emosi yang terkadang lepas kendali.

- e. Keintiman. Individu dalam pengungkapan diri dapat memetakan hal-hal yang intim pada kehidupannya atau hal-hal yang dianggap feriferal atau impersonal (tidak bersifat pribadi) atau hal-hal yang terletak diantara feriferal atau impersonal.

5. Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Self disclosure*

Menurut Devito (dalam Fajar, 2015) faktor-faktor yang mempengaruhi *self disclosure*, sebagai berikut:

- a. Besar kelompok. Pengungkapan diri lebih banyak terjadi pada kelompok kecil dibandingkan pada kelompok besar. Dengan audiens yang lebih kecil, pengungkapan diri cenderung lebih efektif. Individu yang mengungkapkan diri pun dapat menyerap umpan balik pendengar dengan penuh perhatian dibandingkan dengan dua pendengar atau lebih.
- b. Perasaan menyukai. Pengungkapan diri juga didasarkan pada preferensi atau kecintaan terhadap individu lain. Perasaan cinta ini akan membuat seseorang akan dengan senang hati melakukan pengungkapan diri. Tetapi jika tidak didasari dengan hal tersebut maka seseorang akan cenderung untuk menutup diri. Hal tersebut disebabkan karena individu yang kita sukai atau cintai lebih memungkinkan memberikan dukungan atau saran yang positif.
- c. Efek diadik. Proses pengungkapan diri akan jauh lebih aman dan nyaman ketika individu melakukannya bersama-sama atau bergantian. Selain itu, dapat juga memperkuat pengungkapan diri seorang individu.

- d. Kompeten. Faktor kompeten lebih mementingkan pengalaman masing-masing individu. Individu yang memiliki pengalaman lebih banyak, cenderung untuk lebih sering mengungkapkan diri daripada yang hanya mempunyai sedikit pengalaman. Alasannya, karena kepercayaan diri yang lebih besar tentu dimiliki oleh orang yang lebih kompeten.
- e. Kepribadian. Individu yang mudah untuk bergaul akan lebih sering melakukan pengungkapan diri yang daripada individu yang kesulitan atau tidak pandai dalam bergaul.
- f. Topik. Seorang individu tentu lebih tertarik untuk mengungkapkan dirinya mengenai topik-topik yang positif daripada yang negatif. *Self disclosure* yang membahas topik bersifat pribadi dan negative memiliki kemungkinan yang kecil terjadi/terlaksana.
- g. Jenis kelamin. Gender seorang individu sangat mempunyai faktor yang penting dalam pengungkapan diri. Pria pada umumnya kurang terbuka jika dibandingkan dengan wanita.

6. Pedoman *Self disclosure*

Devito (dalam Ningsih, 2015) memberikan pedoman dalam *self disclosure* seperti berikut:

- a. Motivasi pengungkapan diri.

Tentunya dibalik sebuah pengungkapan diri seorang individu, terdapat motif yang mendasari pengungkapan tersebut. Seperti memiliki rasa berkepentingan terhadap suatu hubungan yang melibatkan individu dan

dirinya sendiri. *Self disclosure* pada hakikatnya harus bermanfaat terhadap individu lain dan semakin membuatnya produktif dalam melakukan sesuatu.

b. Kepatutan pengungkapan diri

Individu harus cermat mengamati kondisi lingkungan (konteks) dan jarak *proximity* antara komunikator dan komunikan sebelum melakukan pengungkapan diri. Jika hubungan yang terjalin sudah sangat dekat, pada umumnya topik yang dibahas akan semakin bersifat *personal* dan intim.

B. Media Sosial

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi atau berbagi konten berupa tulisan, foto, video. Media sosial adalah bentuk kemajuan komunikasi manusia, awalnya komunikasi dilakukan secara tradisional seperti komunikasi secara langsung atau tatap muka, komunikasi secara kelompok, komunikasi massa, telah berubah secara radikal dengan adanya perkembangan teknologi, khususnya internet (Nurudin, 2013, Suryani, 2016:22). Menurut Carr dan Hayes dalam Pramesti dan Dewi (2022) mendefinisikan media sosial sebagai saluran yang berbasis internet dan berfungsi untuk memungkinkan pengguna berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain.

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi dan berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*). Mengutip Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa

media sosial adalah platform komunikasi yang berfokus pada eksistensi pengguna untuk memfasilitasi aktivitas dan kerjasama mereka. Oleh karena itu media sosial dapat dianggap sebagai medium (*fasilitator*) *online* yang mempererat hubungan antar pengguna sekaligus sebagai kohesi sosial. Media sosial seperti jejaring sosial online, blog, mikroblog, dan pesan instan dapat menyediakan berbagai fitur bagi pengguna untuk menggunakan dan berbagi informasi, seperti berbagi foto, video, atau mengirim unduhan status dengan teman atau publik. (Ostendorf dkk., 2020).

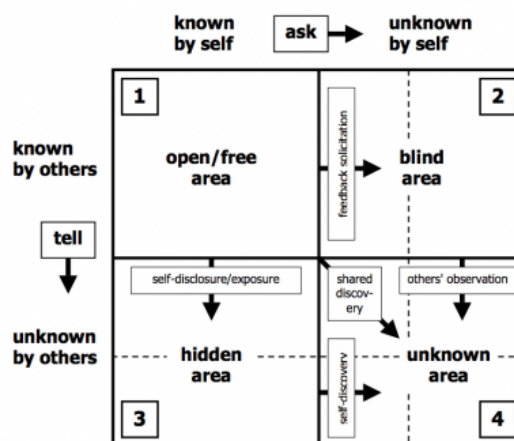
Sementara menurut Anthony Mayfield dalam bukunya yang berjudul “*What is social media?*” (2008:5) dalam (Jurnal Putra dan Nurfebiaraning, 2017:1048), media sosial memiliki karakteristik yang membedakannya dengan media tradisional, perbedaan yang dimaksud dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Participation* (partisipasi), media sosial menjembatani kesenjangan antara audiens dan media karena tujuannya untuk mendorong *feedback* atau umpan balik dan kontribusi dari orang lain.
- b. *Openness* (keterbukaan), media sosial sangat terbuka terhadap umpan balik atau partisipasi dari penggunanya, karena media sosial mengutamakan sistem voting dan komentar serta berbagai informasi, jarang ada pembatasan bagaimana konten berita dapat diakses atau dibuat di media sosial.
- c. *Conversation* (percakapan), jika di media tradisional mengacu pada percakapan satu arah, di media sosial percakapan lebih kepada dua arah atau timbal balik.

- d. *Community* (komunitas), penggunaan media sosial menawarkan peluang untuk menciptakan komunitas yang dapat bersatu membentuk komunitas berdasarkan kepentingan bersama dari masing-masing individu.
- e. *Connectednes* (keterhubungan), media sosial dapat berkembang dengan bantuan koneksi timbal balik dari penggunanya, tautan jaringan, dan sumber daya.

C. Model Johari Window

Johari window adalah sebuah model untuk mengamati lebih luas hubungan antara *self disclosure* dan *feedback* dalam suatu hubungan. Model ini terbagi atas empat bingkai atau kuadran yaitu: *open area*, *blind area*, *hidden area* dan *unknown area*. Keempat bingkai ini menggambarkan bagaimana setiap individu mengungkapkan dan memahami dirinya tidak hanya dari perspektif pribadi namun juga melibatkan pandangan orang lain. Model ini merupakan salah satu model inovatif untuk memahami tingkat pengungkapan diri dalam komunikasi. Model yang dikemukakan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham ini menggambarkan kesalingbergantungan hubungan *interpersonal* kedalam bentuk suatu jendela yang mempunyai empat area (Luft dan Ingham, 1955). Asumsi Johari bahwa ketika individu dapat memahami diri sendiri maka ia dapat mengendalikan sikap dan tingkah lakunya kala ada kontak dengan individu lain. Keempat jendela tersebut yaitu:



Gambar 2.1 Johari Window Model

Sumber: Ince, 2020

a. Kuadran satu (*open area*)

Pada *open area* ini, individu mengetahui apa yang ada pada dirinya dan orang lain juga mengetahui. Keterbukaan ini disebabkan karena adanya dua pihak yang sama-sama mengetahui informasi, ide, motif, sikap, keinginan, dan lain-lain. Informasi tersebut bersifat umum dan dapat dibagikan kepada orang lain. Semakin luas area terbuka ini, maka akan semakin dinamis juga hubungan yang terjadi antara satu individu dengan yang lainnya. Nurudin (2017:191), mengatakan bahwa area ini berisi segala informasi umum yang ada pada diri kita dan orang lain. Area ini dianggap paling ideal dalam hubungan *interpersonal*.

b. Kuadran dua (*blind area*)

Pada *blind area* ini, individu tidak mengetahui apa yang ada pada dirinya namun orang lain mengetahuinya. Nurudin (2017: 191) menunjukkan bahwa area ini adalah bukti bahwa banyak orang yang lebih mudah untuk melihat kelemahan orang lain daripada kelemahannya sendiri.

c. Kuadran tiga (*hidden area*)

Hidden area menunjukkan bahwa individu mengetahui apa yang ada pada dirinya tetapi orang lain tidak mengetahui. Nurudin (2017: 197) mengatakan bahwa area ini biasanya mengandung kelemahan diri yang tidak diungkapkan kepada orang lain karena alasan tertentu, karena takut akan konsekuensi yang tidak diharapkan. Biasanya informasi pada area ini bersifat rahasia dan cenderung disembunyikan dari orang lain. Namun, jika seseorang telah mengungkapkan rahasia atau membuka area ini, maka terjadilah proses *self disclosure* atau pengungkapan diri.

d. Kuadran empat (*unknown area*)

Unknown area disebut juga area yang tidak dikenali. Nurudin (2017: 192) menyebut ini adalah daerah gelap, yaitu area dimana diri sendiri tidak mengetahui dan orang-orang lainpun tidak mengetahui. Area ini biasanya berisi informasi yang berada di alam bawah sadar.

C. Teori Manajemen Privasi Komunikasi

Kajian teori Manajemen Privasi Komunikasi (*Communication Privacy Management-CPM*) dicetuskan oleh Sandra Petronio yang dikembangkan untuk mengetahui cara orang dalam membuat keputusan tentang mengungkapkan, dan menyembunyikan informasi pribadi. Teori ini menunjukkan bahwa seorang individu mengelola sendiri dan mengkoordinasikan batas-batas informasi dirinya untuk dibagikan dengan mitra komunikasi yang diharapkan akan mampu memberi manfaat tertentu. Sandra Petronio (2002) dalam West dan Turner (2017) mengungkapkan privasi adalah sesuatu yang penting karena dapat memberikan rasa

kepercayaan diri kepada seseorang bahwa mereka adalah pemilik sah terkait informasi mengenai dirinya sendiri. Teori manajemen privasi komunikasi menjelaskan terkait keterbukaan dan privasi antara seseorang dengan publik. Teori ini menjelaskan bahwa setiap orang yang menjalin sebuah hubungan menarik garis publik dan pribadi, antara perasaan dan pikiran di mana mereka ingin berbagi informasi pribadinya dengan orang lain atau tidak (Junior, 2020).

Mengutip Irwansyah (dalam Angelina dan Aprilia, 2022) Teori manajemen privasi komunikasi bergantung pada struktur batas privasi untuk menggambarkan dimana informasi pribadi berada dan bagaimana informasi diatur dan mengikuti kerangka dialektis. Jadi kepemilikan privasi yaitu pembatasan data pribadi, kontrol privasi yang disebut dengan mesin manajemen privasi dan turbulensi privasi atau gangguan peraturan privasi ketika memahami bagaimana orang mengelola data pribadinya. Menurut Petronio (dalam Saidah, 2021) teori manajemen privasi komunikasi memiliki tiga komponen utama yaitu *privacy ownership*, *privacy control*, dan *privacy turbulence*. Ketiga elemen ini berkaitan dengan cara individu mengontrol dan melindungi informasi pribadi mereka.

Pertama, yaitu *privacy ownership*, yakni batasan privasi individu meliputi informasi yang dimilikinya tetapi tidak diketahui oleh orang lain. Kedua, *privacy control*, yaitu mencakup keputusan individu untuk membagi informasi pribadi dengan orang lain. Petronio menganggap bahwa sistem ini merupakan mesin penggerak dari manajemen privasi. Pada dasarnya seseorang memutuskan untuk membagi atau mengungkapkan informasi pribadi terkait dirinya melalui aturan privasi tertentu. Ketiga, *privacy turbulence*, yaitu situasi di mana terdapat

ketidaksesuaian dari orang lain terhadap privasi yang kita miliki atau ketika kontrol privasi tidak berjalan sesuai yang diharapkan.

Dalam proses pengelolaan aturan manajemen privasi terdiri dari tiga privasi aturan manajemen untuk mengatur proses pengungkapan dan penyembunyian informasi pribadi. Ketiga elemen tersebut meliputi karakteristik aturan pribadi, batasan koordinasi, serta batasan turbulensi (Junior, 2021).

a. Karakteristik Aturan Privasi (*Characteristics of Privacy Rules*).

Karakteristik aturan privasi merupakan suatu proses didalam sistem manajemen privasi yang menggambarkan sifat dasar dari kebijakan privasi. Ciri-ciri aturan privasi sendiri memiliki lima kriteria yang menjelaskan struktur dari aturan privasi tersebut, antara lain: 1) Kriteria Berdasarkan Budaya 2) Kriteria Berdasarkan Gender 3) Kriteria Mengenai Motivasi 4) Kriteria Kontekstual 5) Kriteria Rasio Resiko-Keuntungan.

b. Batasan Koordinasi (*Boundary Coordination*)

Koordinasi batasan mengacu pada bagaimana antar individu dalam sebuah hubungan mengelola dan menjaga informasi yang dimiliki bersama.

c. Batasan Turbulensi (*Boundary Turbulence*)

Istilah turbulensi batasan muncul ketika terdapat ketidaksesuaian kriteria privasi antar kedua komunikan, maka terjadi turbulensi batasan. salah satu kejadian yang dapat terjadi selama turbulensi batasan adalah bocornya suatu rahasia seseorang ke pihak lain sehingga dapat memungkinkan timbulnya konflik.