

SKRIPSI

***SELF DISCLOSURE* PENGGUNA APLIKASI BUMBLE WANITA
DALAM MENCARI PASANGAN**

OLEH:

NABILAH NURAZIZAH

E021191043



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

2023

SKRIPSI

***SELF DISCLOSURE* PENGGUNA APLIKASI BUMBLE WANITA
DALAM MENCARI PASANGAN**

OLEH:

NABILAH NURAZIZAH

E021191043

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : ***SELF DISCLOSURE* PENGGUNA APLIKASI BUMBLE
WANITA DALAM Mencari PASANGAN**

Nama Mahasiswa : Nabilah Nurazizah

Nomor Induk : E021191043

Departemen : Ilmu Komunikasi

Makassar, 13 Juni 2023

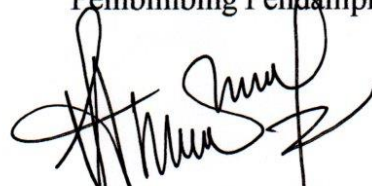
Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.
NIP. 196107161987021001

Pembimbing Pendamping



Dr. Siti Murniati Muhtar, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 196610132000032001

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Hasanuddin,



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 Selasa, 13 Juni 2023.

Makassar, 13 Juni 2023

TIM EVALUASI

Ketua : 1. Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.



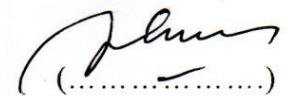
(.....)

Sekretaris : 2. Dr. Siti Murniati Muhtar. S.Sos., M.I.Kom



(.....)

Anggota : 3. Dr. Kahar, M.Hum.



(.....)

: 4. Prof. Dr. Tuti Bahfiarti. S.Sos.,M.Si.



(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nabilah Nurazizah
NIM : E021191043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul:

***Self Disclosure* Pengguna Aplikasi Bumble Wanita Dalam Mencari Pasangan**

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, 13 Juni 2023

Yang menyatakan,



Nabilah Nurazizah

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 “*Self Disclosure* Pengguna Aplikasi Bumble Wanita dalam Mencari Pasangan”. 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 penulis yaitu Ayah tercinta Alm. Kamaruddin dan Ibu Ratnasari 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 Bapak Nosakros Arya, S.Sos.,M.I.Kom. selalu Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi serta dosen pengajar dan staff Departemen Ilmu Komunikasi atas segala petunjuk dan bimbingannya.
3. Dr. H. Muhammad Farid, M.Si. selaku pembimbing 1 dan Dr. Siti Murniati Muhtar. S.Sos., SH, M.I.Kom. selaku pembimbing 2 atas segala waktu dan kesabarannya dalam membimbing penulis.

4. Prof. Dr. Tuti Bahfiarti. S.Sos.,M.Si. dan Dr. Kahar, M.Hum. selaku tim penguji atas waktu, masukan dan ilmu yang diberikan kepada penulis.
5. Untuk Kak Jejen sang dewi ku tercinta yang sudah sangat berjasa meluangkan waktu, pemikiran, dan segala bantuan kepada penulis sejak awal penulisan skripsi ini hingga ketahap akhir skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan.
6. Untuk kesembilan informan yang sudah bersedia meluangkan waktu, membagikan informasi, cerita dan pengalaman kepada penulis untuk membantu menyelesaikan penelitian ini.
7. Untuk bestie ku Teguh, Didi, Vira, Ruhul yang telah berada disampingku dan menggila bersama, terimakasih guys! Semoga kita terus saling berkabar dan tidak *lost contact*. Boleh donk gas *healing* lagi nih temeyn-temeyn, WLAAAA.
8. Untuk saudara/i ku Ani, Dzaky, Rakha, terimakasih sudah ada dan bertahan sampai saat ini. Semoga persaudaraan kita semakin erat meskipun diterjang badai dan ombak. Love u all!
9. Untuk teman-teman hijrahku Teguh (yes, apapun circlenya teguh bestiinya), Owen, Noca, Nasywa, Dilski, Dilu, Syu, Iin, Imoy yang sudah ada *since* 2019, Semoga kita semua dipertemukan oleh masa depan yang cerah!
10. Untuk sahabat surga dan bonju, terimakasih sudah selalu membuatku tertawa sejak SMA sampai detik ini, syurgakhi. Tidak lupa untuk teman KKN 108 ku, yang sangat kucintai, pertemuan kita memang baru saja, namun kenangan yang kalian torehkan sangat berharga. Alang, doa yang terbaik ku selalu menyertaimu.
11. Untuk my *beloved person* Afdal, terimakasih karena telah memberikan *love and support* kepadaku sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga

semesta memberikan mu kebaikan yang serupa bahkan lebih untukmu. Doa baik ku selalu menyertaimu kapanpun dan dimanapun kamu, love u!

12. Last but not least, i wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive. I wanna thank me for tryna do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all times. Ruby you did it!

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 peneliti dengan senang hati menerima kritik dan saran yang dapat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Makassar, 13 Juni 2023

Nabilah Nurazizah

ABSTRAK

NABILAH NURAZIZAH. Self Disclosure Pengguna Aplikasi Bumble Wanita dalam Mencari Pasangan. (Dibimbing oleh Dr. H. Muhammad Farid, M.Si. dan Siti Murniati Muhtar. S.Sos., SH., M.I.Kom.)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) faktor yang mempengaruhi *self disclosure* para pengguna aplikasi Bumble wanita dalam mencari pasangan (2) bagaimana *self disclosure* pengguna aplikasi Bumble wanita dalam mencari pasangan.

Penelitian ini dilakukan melalui aplikasi Bumble pada bulan Januari sampai Februari 2023 dengan menentukan informan secara *purposive* dan *snowball*. Jumlah informan dalam penelitian ini yaitu 9 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori penetrasi sosial dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Data penelitian diperoleh dari data primer yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam kepada para informan, data sekunder yang diperoleh sumber tertentu melalui penelusuran hasil bacaan seperti buku, jurnal, skripsi, dan artikel internet.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 2 faktor yang mempengaruhi pengguna aplikasi Bumble wanita melakukan *self disclosure* untuk mencari pasangan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang peneliti temukan pada riset ini adalah karena merasa kesepian, bosan, dan keinginan untuk mencari teman/pacar baru. Sedangkan faktor eksternal yang mendorong pengguna Bumble wanita dalam mencari pasangan dikarenakan pengaruh dari luar yakni teman-teman dan keluarga. Adapun dari beberapa faktor-faktor *self disclosure* menurut Devito hanya tiga faktor yang sejalan dan sesuai dengan penelitian ini yakni faktor topik, efek diadik, dan perasaan menyukai. Pengungkapan diri pengguna Bumble wanita dalam mencari pasangan berdasarkan teori penetrasi sosial membuka irisan kepribadian model bawang secara acak dan tidak berurutan. Hanya irisan kepribadian tingkat pertama yang dibuka pada waktu bersamaan, yaitu artefak non-verbal. Ini dapat diketahui pada saat calon *match* pertama kali swipe dan melihat profil informan. Informan sebagai wanita merasa aman dan nyaman ketika menggunakan aplikasi Bumble dikarenakan wanita sebagai pemegang kendali pada aplikasi Bumble membuat informan dapat berhati-hati untuk memberikan informasi pribadinya dan lebih selektif memilih teman *match*.

Kata kunci: *self disclosure*, penetrasi sosial, wanita, Bumble

ABSTRACT

NABILAH NURAZIZAH. Self-disclosure of Female Bumble Application Users in Searching for a Partner. (Supervised by Dr. H. Muhammad Farid, M.Si. and Siti Murniati Muhtar. S.Sos., SH., M.I.Kom.)

This study aims to determine (1) the factors that influence the self-disclosure of female Bumble application users in finding partners (2) how self-disclosure of female Bumble application users in finding partners.

This research was conducted through the Bumble application from January to February 2023 by determining informants in purposive and snowball way. There are number of informants in this research are 9 informants. Data collection techniques in this study using in-depth interviews method.

Theory that used in this study is the theory of social penetration with a qualitative descriptive research type. Research data were obtained from primary data collected through observation and in-depth interviews with informants, secondary data obtained from certain sources through searching reading results such as books, journals, theses, and internet articles.

The results of this study indicate that there are 2 factors that influence the female Bumble users to do self-disclosure for finding a partner, internal factors and external factors. The internal factors that the researchers found in this study were feeling lonely, bored, and wanting to find new friends/boyfriend. While the external factors that encourage female Bumble users to find a partner are due to external influences, friends and family. As for the several factors of self-disclosure according to Devito, only three factors are in line and in accordance with this study, topic factors, dyadic effects, and feelings of being liked. Bumble woman user's self-disclosure in looking for a partner based on social penetration theory opens the onion model personality slices randomly and not sequentially. Only one part of the first level of personality is unlocked at the same time, that is, non-verbal artifacts. This can be known when the prospective mate first swipes and looks at the informant's profile. Informants as women feel safe and comfortable when using the Bumble application because women are in control of the Bumble application so that informants can be careful in providing personal information and prefer to choose suitable friends.

Keywords: self disclosure, social penetration, female, Bumble

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENERIMA TIM EVALUASI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kerangka Konseptual.....	8
E. Definisi Operasional.....	12
F. Metode Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Media Baru.....	18
B. Self Disclosure	32
C. Penetrasi Sosial	44

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	55
A. Aplikasi Bumble	55
B. Fitur – fitur Aplikasi Bumble.....	56
C. Fungsi Aplikasi Bumble.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Hasil Penelitian	61
B. Pembahasan.....	108
BAB V KESIMPULAN & SARAN	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
3.1	Kelebihan dan Kekurangan Aplikasi Bumble	58
3.2	Fitur Premium Bumble	59
4.1	Karakteristik Informan.....	70
4.2	Faktor yang mempengaruhi <i>Self Disclosure</i> Pengguna Aplikasi Bumble Wanita dalam Mencari Pasangan.....	79
4.3	<i>Self Disclosure</i> Pengguna Aplikasi Bumble Wanita dalam Mencari Pasangan berdasarkan Teori Penetrasi Sosial	107

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.1	Kerangka Konseptual.....	11
1.2	Model Interaktif Analisis Data Miles dan Huberman.....	15
2.1	Tahapan Proses Penetrasi Sosial.....	47
2.2	Penetrasi Sruktur <i>Personality</i> oleh Pete	52
4.1	Profil Bumble Informan 1 (Nasywa)	81
4.2	Profil Bumble Informan 2 (Imoy)	85
4.3	Profil Bumble Informan 3 (Aisyah)	88
4.4	Profil Bumble Informan 4 (Nur).....	91
4.5	Profil Bumble Informan 5 (Viah)	94
4.6	Profil Bumble Informan 6 (Dira).....	97
4.7	Profil Bumble Informan 7 (Mawar)	100
4.8	Profil Bumble Informan 8 (Aul)	103
4.9	Profil Bumble Informan 9 (Adel)	106

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengguna internet di seluruh dunia terus bertumbuh dari tahun ke tahun. Di Indonesia sendiri kurang lebih 77 persen penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Hal tersebut diungkap oleh Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Muhammad Arif. Pertumbuhan ini sangat fantastis, sebelum pandemi angkanya hanya 175 juta. Sedangkan data terbaru APJII, tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 210 juta. Artinya ada penambahan sekitar 35 juta pengguna internet di Indonesia, Dewi (2022)

Begitu banyak manfaat yang disediakan oleh internet dan salah satu yang paling umum digunakan hampir di setiap lapisan masyarakat ialah media sosial. Penggunaan internet untuk bermedia sosial sangat memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi dan berkomunikasi antar pengguna yang lain. Media sosial dapat dikatakan sebagai *New Media*, yaitu media yang menggunakan internet, berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara *private* maupun *public*. Teori media baru merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Media sosial merupakan medium di internet yang membuat pengguna dapat mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi, dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual, dikemukakan oleh Massyat dalam Rachman (2021). Terlebih dengan adanya situasi pandemi COVID-19 menggeser drastis kebiasaan masyarakat dan membuat

mereka mengandalkan internet sebagai media untuk berkomunikasi. Fenomena ini mengharuskan setiap individu melakukan karantina diri di rumah masing- masing dan menjaga jarak antara satu sama lain. Kondisi karantina diri atau *lockdown* sangat berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan, seperti bersosialisasi, mencari teman bahkan pasangan. Aplikasi kencan menjadi salah satu aplikasi yang berkembang pesat dan banyak digunakan sebagai ruang alternatif untuk membangun hubungan dengan seseorang.

Pada tahun 2021 jumlah pengguna aplikasi kencan *online* sudah mencapai 323,9 juta di seluruh dunia. Angka ini meningkat 10,3% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 293,7 juta pengguna. Munculnya aplikasi kencan *online* ini telah mengubah perilaku pencarian pasangan kencan dari pertemuan tatap muka menjadi pertemuan *online*. Sebelum adanya aplikasi kencan *online* ini, seseorang menemukan pasangan kencan dari teman, orang tua atau pada suatu acara yang memungkinkan bertemu dengan orang banyak. Sekarang menjalin hubungan dengan seseorang dipermudah dengan adanya aplikasi kencan *online*. Peningkatan pengguna aplikasi kencan *online* paling banyak terjadi pada aplikasi Tinder, Bumble, dan Engsel yang dikemukakan oleh Rizaty (2022b).

Salah satu aplikasi kencan *online* yang sedang menjadi perbincangan hangat di berbagai platform media sosial saat ini adalah Bumble. Secara garis besar, fungsi dan kegunaan dari aplikasi Bumble tidak jauh berbeda dengan aplikasi kencan *online* yang lain seperti Tinder dan aplikasi yang sejenis. Menurut data *Business of Apps*, pengguna aplikasi Bumble di seluruh dunia sudah mencapai 42 juta orang pada tahun 2020. Jumlah tersebut meningkat 20% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebanyak 35

juta orang. Seperti pada aplikasi kencan *online* lainnya, Bumble memungkinkan penggunanya untuk mendapatkan teman ngobrol, pasangan, atau teman kencan dengan melihat identitas masing-masing dan berkenalan melalui fitur chat, Rizaty (2022a)

Sama seperti aplikasi kencan *online* pada umumnya, Bumble dapat diunduh di App Store dan juga Play Store. Pada aplikasi Bumble pengguna dapat menulis profil singkat di bio, memilih *interest* yang disukai, dan dapat dihubungkan ke Instagram atau Spotify yang dimiliki. Tujuannya agar seseorang yang tertarik bisa menghubungi lebih lanjut melalui media sosial lainnya. Pengguna harus mengaktifkan fitur lokasi, agar aplikasi dapat mencari pasangan potensial di area sekitar pengguna. Bumble dapat digunakan untuk mencari pasangan yang sesuai dengan kriteria. Pengguna hanya perlu melakukan *swipe* kanan untuk seseorang yang disukai dan *swipe* kiri, saat merasa orang tersebut kurang cocok. Jika seseorang yang berhasil di *swipe* kanan, juga melakukan hal yang sama, maka akan muncul animasi bertuliskan BOOM dan muncul foto profil milik pengguna beserta pasangan yang di *swipe*. Hal ini menandakan "*match*" antara pengguna dan pasangan yang di *swipe* tersebut, Hadi (2020).

Perbedaan Bumble dengan aplikasi lainnya adalah pengguna wanita Bumble adalah pihak pertama yang harus memulai obrolan saat *match*. Apabila dalam 24 jam tidak terdapat perbincangan yang dimulai oleh pengguna wanita, maka *match* tersebut akan hangus. Fitur dikembangkan oleh pihak Bumble agar wanita merasa memiliki kontrol dalam hubungan. Widyantoro (2021) mengemukakan bahwa fitur pada Bumble ini juga terbukti cukup efektif bagi para pengguna wanita, di mana 80% wanita yang aktif menggunakan aplikasi mengatakan mereka merasa lebih aman menggunakan Bumble dibandingkan aplikasi-aplikasi kencan lainnya. Selain itu aplikasi ini memiliki

fitur anti-pelecehan seksual, yakni mampu mendeteksi dan memburamkan otomatis foto-foto tidak senonoh yang dikirimkan dalam chat. Bumble juga menerapkan sistem verifikasi foto untuk melindungi penggunanya dari penipuan.

Keunikan Bumble dari aplikasi kencan lainnya yaitu pendirinya, Whitney Wolfe Herd memang membuat Bumble agar dapat menjadi aplikasi kencan yang aman untuk wanita, Widyantoro (2021). Awalnya Wolfe merupakan karyawan Tinder yang menduduki jabatan sebagai *vice president of marketing* namun mengundurkan diri setelah 2 tahun peluncuran aplikasi tersebut karena mengalami seksisme dan pelecehan seksual yang dilakukan oleh teman kerjanya di Tinder. Tak berselang lama Whitney bangkit dan resmi mendirikan Bumble dua bulan setelah keluar dari Tinder. Menyoroti kisah Wolfe melalui fitur yang diberikan oleh Bumble berfungsi untuk melawan “seksisme” yang terjadi dalam dunia kencan bahkan dalam dunia teknologi yang luas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan dan proses keterbukaan diri dengan kedudukan wanita sebagai pemegang kendali dalam sebuah hubungan dalam aplikasi kencan daring. Dengan kehadiran aplikasi Bumble diharapkan bagi pengguna laki-laki akan berperilaku baik serta meminimalisir pelecehan seksual dikarenakan kedudukan wanita sebagai heteroseksual yang memulai percakapan serta memegang kendali. Wolfe ingin merubah pandangan masyarakat tentang posisi laki-laki dan perempuan dalam hal hubungan asmara. Ia berkata bahwa masyarakat pada umumnya memiliki pandangan bahwa dalam hubungan asmara, semuanya harus dimulai oleh laki-laki, dan kita pihak perempuan hanya menunggu. Bahkan jika pihak perempuan mengirimkan pesan terlebih dahulu dianggap sebagai tindakan yang salah, Sofyani (2019).

Dari fokus penelitian tersebut maka peneliti memilih teori penetrasi sosial yang dipopulerkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor, yang berpendapat bahwa teori penetrasi sosial adalah hubungan yang menjelaskan peran keterbukaan diri, keintiman, dan komunikasi dalam pengembangan hubungan interpersonal, Habibah et al., (2021). Berdasarkan asumsi teori tersebut bahwa teori penetrasi adalah suatu proses pembentukan hubungan interpersonal berjalan secara bertahap dan berkembang mulai dari tingkatan luar menuju tingkatan yang lebih dalam atau tingkatan yang lebih intim. Maka dari itu, teori penetrasi sosial dapat diartikan sebagai sebuah model komunikasi yang menggambarkan perkembangan hubungan, yaitu sebuah proses dimana seseorang yang tidak saling mengenal satu sama lain, kemudian melakukan perkenalan dan mengungkapkan informasi. Dengan kehadiran aplikasi kencan *online* merupakan sebuah kebiasaan baru yang dilakukan masyarakat untuk mencari teman kencan serta pembentukan hubungan.

Bumble memungkinkan terjadinya penetrasi sosial diantara penggunanya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti proses tahapan penetrasi sosial yang terjadi pada pengguna wanita aplikasi Bumble. Adapun tahapan penetrasi sosial menurut Altman dan Tavlora apabila dikaji menurut model bawang dibagi menjadi 7 bagian yaitu 1) *Non-verbal artefact*, 2) *Biographical data*, 3) *Preferences in* 4) *Goals, Aspirations*, 5) *Religious convictions*, 6) *Deeply held fears and Fantasies trauma*, 7) *Concept of self*, Manu et al., (2017). Dengan objek perempuan sebagai pemegang kendali dalam memulai penetrasi sosial pada aplikasi Bumble. Pada dasarnya, kekuatan dalam sebuah hubungan dapat dinilai dari besarnya informasi yang diungkapkan kepada orang lain, sehingga pada tahapan ini akan dilihat dari faktor keterbukaan diri atau *self disclosure* yang dapat menumbuhkan sebuah hubungan di antara individu yang belum saling kenal satu sama lain.

Adapun beberapa penelitian yang pernah membahas topik yang serupa yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dimas Pamuncak yang membahas tentang Pengaruh Tipe Kepribadian terhadap *Self Disclosure* Pengguna Facebook di SMA Negeri 2 Depok. Tipe kepribadian yang dimaksud disini adalah kepribadian *ekstrovert* dan *introvert*. Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara tipe kepribadian terhadap *self disclosure* pengguna Facebook, Pamuncak (2011) Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Nur Afni Rachman yang membahas tentang *Self Disclosure* Pengguna Aplikasi Yalla dalam Mencari Pasangan. Penelitian menunjukkan bahwa *self disclosure* pengguna Yalla dilakukan untuk merasa lebih dekat dan nyaman dalam tahap perkenalan dengan orang baru. Selain itu, alasan dibalik menggunakan aplikasi Yalla bagi narasumber terkait yaitu hanya sekedar iseng dan ingin mencari teman. Faktor yang mempengaruhi pengguna Yalla melakukan *self disclosure* yaitu faktor internal dan eksternal, Rachman (2021). Berdasarkan penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengkaji *self disclosure* dengan teori penetrasi social pada pengguna aplikasi Bumble. Objek penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya mempengaruhi segmentasi pengguna yang berbeda pula. Selain dari objek penelitian yang berbeda, teori yang digunakan peneliti pun berbeda sehingga dapat dipastikan bahwa hasil yang diraih nantinya akan berbeda pula. Pada segmentasi `pengguna Bumble peneliti ingin mencari tahu lebih dalam seperti apa *self disclosure* yang terbentuk.

Dari uraian di atas, maka penulis akan membahas tentang *self disclosure* pengguna aplikasi Bumble, dengan judul : **“Self Disclosure Pengguna Aplikasi Bumble Wanita dalam Mencari Pasangan”**

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana faktor yang mempengaruhi *self disclosure* para pengguna aplikasi Bumble wanita dalam mencari pasangan?
2. Bagaimana *self disclosure* pengguna aplikasi Bumble wanita dalam mencari pasangan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

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

- Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi *self disclosure* pengguna aplikasi Bumble dalam mencari pasangan.
- Untuk mengetahui *self disclosure* pengguna aplikasi Bumble wanita dalam mencari pasangan.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

a. Secara Teoritis

- Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang studi ilmu komunikasi antar pribadi, spesialisasi *self disclosure* pengguna aplikasi kencan *online*.

- Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai *self disclosure* pengguna aplikasi kencan *online*.

b. Secara Praktis

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

D. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah keterkaitan antara teori – teori atau konsep yang mendukung dalam penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menyusun sistematis penelitian. Fokus penelitian ini adalah bagaimana pengungkapan diri atau *self disclosure* berdasarkan teori penetrasi sosial pengguna aplikasi Bumble wanita di Kota Makassar dalam mencari pasangan.

Bumble

Dilansir dari *The Sun* dalam Hadi (2020) sejak Bumble diluncurkan, aplikasi kencan ini sudah memasangkan 850 juta pasangan dan sekitar 5000 pernikahan sudah dilangsungkan melalui perkenalan lewat Bumble. Bumble sendiri sempat viral dengan sebutan “aplikasi kuning” di platform media Tiktok. Pasalnya pengguna Tiktok banyak yang berhasil menemukan pasangannya melalui aplikasi kencan satu ini. Itulah mengapa aplikasi Bumble mulai ramai diperbincangkan dan mengundang lebih banyak orang untuk menjadi pengguna aplikasi ini. Ditambah dengan perbedaan signifikan yang ditampakkan oleh aplikasi Bumble dibanding aplikasi kencan lainnya yaitu

memberikan keleluasaan bagi perempuan untuk proaktif mengajak berkenalan. Meski begitu, fitur ini tidak menjadi penghalang bagi para lelaki mengurungkan niatnya untuk menggunakan aplikasi Bumble dalam mencari pasangan.

Media Baru

New media merupakan media yang menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, dan perkembangan jaringan terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuan interaktivitas yang ditawarkan memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pilihan atas informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu interaktivitas inilah yang merupakan konsep utama dari pemahaman tentang *new media*. Sebutan media baru/*new media* ini merupakan istilah untuk menggambarkan karakteristik media yang sekarang telah berbeda dari yang terdapat sebelumnya. Media seperti televisi, radio, majalah, koran digolongkan menjadi media lama/*old media*, dan media internet yang mengandung unsur interaktif digolongkan sebagai media baru/*new media*. Aplikasi Bumble merupakan media sosial yang menjadi salah satu contoh perwujudan dari media baru. Bumble memungkinkan pertemuan antar dua orang dengan tujuan untuk mencari teman maupun pasangan melalui medium internet.

Self Disclosure

DeVito menyebutkan bahwa makna dari *self disclosure* adalah suatu bentuk komunikasi saat seseorang menyampaikan informasi tentang dirinya yang biasanya disimpan. Oleh karena itu, setidaknya proses *self disclosure* membutuhkan dua orang. *Self disclosure* adalah proses pengungkapan informasi tentang diri seseorang kepada

orang lain dan merupakan aspek penting dari komunikasi interpersonal untuk memiliki hubungan yang lebih dekat, TP Yawan (2018). Oleh karena itu, *self disclosure* sudah pasti terjalin saat berkenalan dengan seseorang melalui aplikasi Bumble karena adanya interaksi antar sesama pengguna untuk saling mengenal satu sama lain.

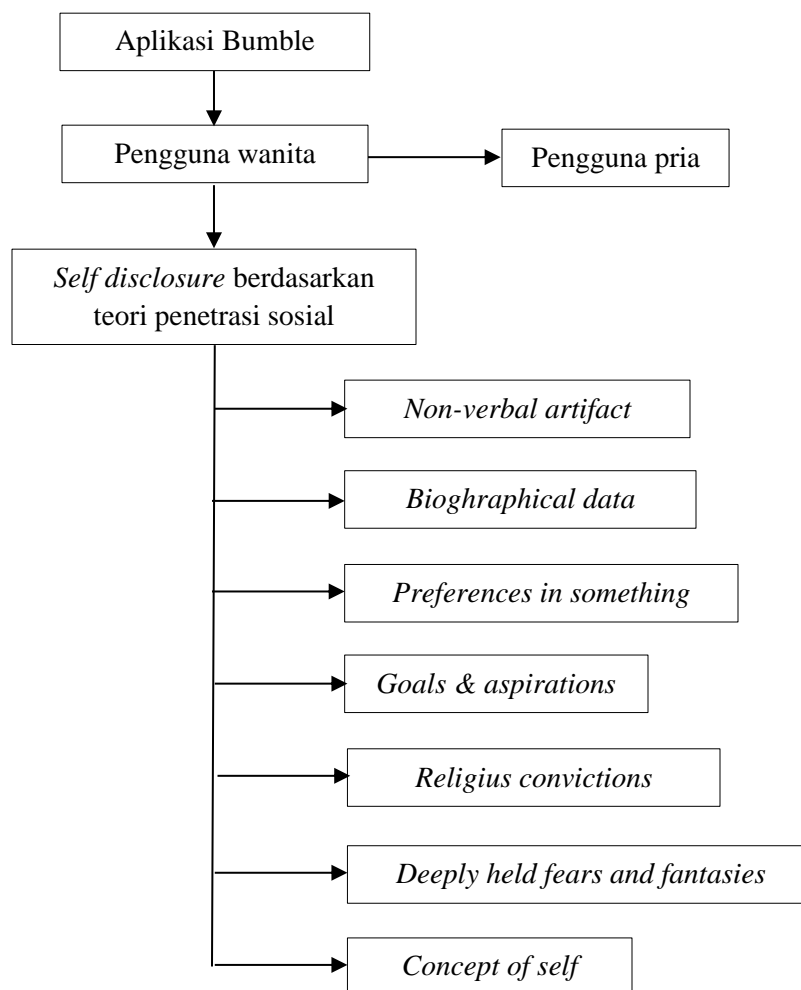
Keterbukaan diri bersifat deskriptif dan evaluatif. Keterbukaan diri deskriptif adalah kegiatan mendeskripsikan berbagai fakta mengenai informasi diri yang belum diketahui oleh orang lain yang berada di lingkungan sekitarnya. Keterbukaan diri evaluatif adalah kegiatan mengungkapkan pendapat atau perasaan individu seperti mengungkapkan perasaan mengenai orang-orang yang disukai ataupun tidak disukai.

Penetrasi Sosial

Teori ini ialah cara utama yang digunakan untuk sebuah interaksi yang awalnya biasa saja menjadi interaksi yang intim yang telah dipopulerkan oleh Teoretikus Irwin Altman & Dalmis Taylor dalam Habibah et al., (2021) yaitu *Self disclosure* merupakan bagian dari penetrasi sosial yang didefinisikan sebagai proses mengembangkan keintiman yang lebih dalam dengan orang lain melalui keterbukaan atau saling membuka diri.

Adapun empat tahapan pengembangan hubungan dalam penetrasi sosial menurut Altman dan Taylor yaitu: orientasi, pertukaran peninjauan afektif, pertukaran afektif, dan pertukaran stabil. Altman dan Taylor membandingkan manusia dengan bawang. Artinya, diri seseorang seperti bawang, memiliki lapisan – lapisan mengenai kepercayaan / keyakinan, dan perasaan mengenai diri sendiri, orang lain, dan dunia (Griffin, 2009: 114). Lapisan - lapisan tersebut menurut model bawang dibagi menjadi 7 bagian yaitu 1) *Non-verbal artifact* yang dapat dilihat mata (*dating, worldwide,*

studies, tastes), 2) *Biographical data* (nama, alamat, umur, pekerjaan), 3) *Preferences in something (clothes, foods, music, etc)*, 4) *Goals, Aspirations* (tujuan-tujuan), 5) *Religious convictions* (keyakinan beragama), 6) *Deeply held fears and Fantasies trauma* (pengalaman masalah pribadi), 7) *Concept of self* atau konsep diri, Manu et al., (2017). Adapun kerangka konseptual yang terbentuk pada penelitian yaitu sebagai berikut.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual diatas dapat dijelaskan bahwa terjadinya *match* di aplikasi Bumble antara pengguna wanita dan pengguna pria. Terjalannya obrolan yang melibatkan kedua pengguna yang dimulai oleh pengguna wanita. Adanya obrolan yang terbentuk maka terlibat pula proses keterbukaan diri atau *self disclosure* didalamnya. Dengan teori penetrasi sosial akan dikaji proses *self disclosure* dengan melihat bagian apa sajakah yang dibuka oleh pengguna wanita pada tahap perkenalan diri melalui fitur chat di aplikasi Bumble. Adapun tahapan – tahapan berdasarkan model bawang yang dikemukakan oleh Altman dan Taylor dibagi menjadi 7 bagian yaitu 1) *non-verbal artifact*, 2) *biographical data*, 3) *Preferences in something*, 4) *Goals & aspirations*, 5) *religiuous convictions*, 6) *Deeply held fears and fantasies*, 7) *Concept of self*.

E. Definisi Operasional

1. Bumble adalah sebuah aplikasi kencan *online* yang berbasis lokasi yang memfasilitasi komunikasi antar pengguna yang berniat mencari pasangan.
2. Pengguna adalah individu yang menggunakan atau bekerja dengan objek atau perangkat apa pun atau yang menggunakan layanan tertentu, dalam hal ini aplikasi Bumble sebagai layanan perantara pencarian pasangan. Pengguna yang menjadi subjek penelitian ialah pengguna wanita di aplikasi Bumble
3. *Self disclosure* adalah proses pengungkapan diri pada pengguna aplikasi Bumble wanita di Kota Makassar.
4. Penetrasi sosial adalah teori komunikasi yang terkait dengan proses pembentukan relasi atau hubungan ketika individu beranjak dari komunikasi yang superfisial ke komunikasi lebih intim pada media Bumble.

5. Pasangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tambatan hati yaitu seorang pria untuk wanita (heteroseksual). Seorang pasangan berarti individu yang ditempatkan dalam posisi terbaik dan terpilih dalam hati seseorang yang memilihnya, Multazam (2020).
6. Mencari pasangan adalah proses menemukan individu yang ditempatkan dalam posisi yang terbaik dan terpilih dalam hati seseorang yang memilihnya, Multazam (2020).

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini yaitu di Kota Makassar, dengan waktu penelitian selama 2 (dua) bulan yaitu bulan Februari - Maret 2023.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan teori penetrasi sosial untuk melihat *self disclosure* yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Bumble wanita dalam mencari pasangan.

3. Teknik Pengumpulan Data

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

a. Data primer

Data primer didapatkan dari wawancara mendalam (*indepth reporting*) dengan para informan pengguna Bumble yang ada di Kota Makassar. Peneliti melakukan wawancara semi terstruktur dimana peneliti memiliki daftar pertanyaan

tertulis namun memungkinkan untuk menyampaikan pertanyaan secara bebas sesuai dengan fokus permasalahan informan dan 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 ada relevansinya dengan masalah yang akan diteliti. Studi kepustakaan ini dimaksudkan untuk memperoleh teori, konsep, maupun keterangan-keterangan yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini.

4. Teknik Penentuan Informan

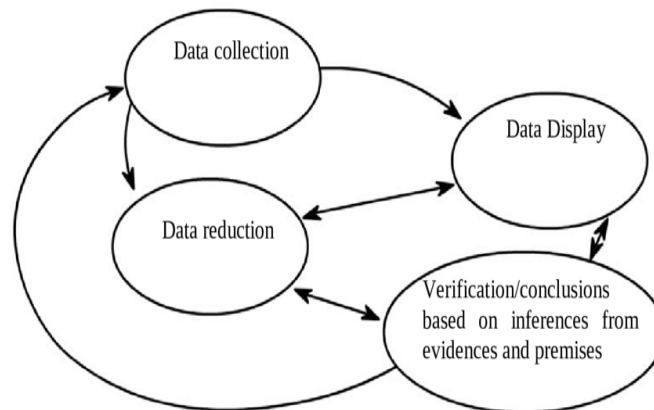
Informan penelitian dilakukan secara *purposive* dan *snowball*. Jumlah informan 5 – 11 orang. Dalam penelitian ini, informan dibatasi berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

- a) Informan merupakan pengguna Bumble wanita yang berdomisili di Kota Makassar. Peneliti menentukan pengguna wanita sebagai informan karena aplikasi Bumble lebih mengakomodasi wanita. Dalam hal ini, pihak wanita lah yang memegang kendali dan memutuskan kepada siapa Ia ingin membuka diri setelah melakukan *match* di aplikasi.
- b) Informan adalah pengguna yang sementara menggunakan aplikasi Bumble
- c) Batasan umur informan penelitian adalah wanita berusia 20 – 30 tahun karena merupakan rentangan umur dewasa awal. Dewasa awal merupakan masa

permulaan dimana seseorang mulai menjalani hubungan secara intim dengan lawan jenisnya, mengutip dari Hurlock dalam Al-Maqassary (2010)

5. Teknik Analisis Data

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



Gambar 1.2 Model Interaktif Analisis Data Miles dan Huberman

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Tahap analisis atau pengumpulan data ini bisa dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, mengumpulkan data, dan lain sebagainya.

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta wawasan yang tinggi. Tahap mereduksi data, peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tahap ini dilakukan dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Contohnya yaitu meringkaskan data kontak langsung dengan orang, kejadian dan situasi di lokasi penelitian, pengkodean, pembuatan catatan obyektif, membuat catatan reflektif, membuat catatan marginal, penyimpanan data, pembuatan memo, menganalisis antarlokasi dan pembuatan ringkasan sementara antar lokasi.

3. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan untuk memudahkan memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya. Pada penyajian data, data yang diperoleh disajikan dalam bentuk teks narasi dan tabel. Melalui penyajian data tersebut, data dapat tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil penyajian data. Penelitian kualitatif biasanya kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak menjawab rumusan masalah. Kesimpulan awal yang dikemukakan dapat bersifat sementara jika masih mengalami perubahan saat pengumpulan data

berikutnya dan dapat bersifat kredibel jika sudah didukung bukti yang valid dan konsisten.

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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Media Baru

Pengertian Media Baru

New media (media baru) adalah istilah umum untuk mendeskripsikan proses penyampaian informasi melalui teknologi digital. Jika dahulu informasi hanya bisa diperoleh melalui koran atau majalah, kini berbagai informasi dapat disalurkan maupun diakses lewat perangkat komunikasi yang terhubung dengan internet. Mengutip dari buku *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* karya Rahmanita Ginting, dkk, Alisty (2021) mengemukakan bahwa *new media* adalah media yang menggunakan internet berbasis teknologi online, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, serta dapat berfungsi secara privat atau publik.

Secara harfiah, *new* berarti baru, sedangkan media berarti alat yang digunakan komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan. Sehingga dapat dimaknai bahwa *new media* adalah alat baru yang digunakan komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan. Dikutip dari Bimo (2017) berikut beberapa pengertian media baru menurut para ahli.

1. Mc Quail

McQuail mengemukakan bahwa media baru ialah media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Perangkat media elektronik baru yang dimaksud ini mencakup beberapa sekumpulan sistem yang saling berhubungan untuk membentuk suatu

kesatuan fungsi-kinerja, meliputi sistem teknologi, sistem transmisi, sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, dan juga sistem penyajian gambar yang dibuat dengan menggunakan teknologi komputer.

2. Lev Manovich

Lev Manovich dalam bukunya *The New Media Reader* menjelaskan bahwa media baru merupakan objek budaya dan paradigma baru dalam dunia media massa di tengah masyarakat. Dalam penyebarannya, digunakan teknologi komputer dan melalui data digital yang dikendalikan oleh aplikasi tertentu. Dengan kata lain, media baru merupakan pembaruan pada model penyebaran informasi dengan memanfaatkan teknologi seperti perangkat lunak.

3. Martin Lister

Martin Lister dkk., dalam buku *New Media: A Critical Introduction* mengemukakan bahwa media baru merupakan sebuah terminologi atau kata-kata khusus yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu hal tentang perubahan skala besar dalam produksi media, distribusi media dan penggunaan media yang bersifat teknologis, harfiah, konvensional dan budaya.

4. Carey

Carey dalam (McQuail, 2011:43) mengemukakan bahwa media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Awalnya dua kekuatan utama perubahan adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling beradaptasi.

5. Widodo

Media baru menggambarkan konten yang tersedia sesuai permintaan (*on demand*) melalui internet. Mengutip pula dari situs yang dikemukakan dalam Nugroho (2020) bahwa Arshano Sahar mengemukakan *new media* merupakan kehadiran media yang semuanya serba digital dan dipengaruhi oleh internet akibat teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang. *New media* seperti ‘kepercayaan baru’ yang melintasi semua batas politik, ekonomi dan agama yang dipeluk oleh hampir semua orang di dunia. *New media* memiliki pengaruh besar terhadap generasi muda karena mereka paham IT dan memiliki ‘dorongan untuk tahu, dikutip dari definisi yang dikemukakan oleh Abu Hassan Hasbullah.

Salah satu bagian dari *new media* adalah “*Network Society*”. “*pNetworksociety*” adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Mondry mengemukakan dalam Norhabiba et al., (2018) bahwa *new media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik.

Karakteristik Media Baru

Media baru sebagai salah satu jenis media yang modern ini berkembang di tengah masyarakat global memiliki karakteristik yang berbeda bila dibandingkan dengan jenis-jenis media yang lain. Denis McQuail dalam buku *Teori Komunikasi Massa*, Bimo (2017) menjelaskan bahwa ciri khas media baru, di antaranya adalah:

1. Pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di pihak penyedia komunikasi berskala besar misalnya seperti koran nasional, atau dengan kata lain bersifat desentralisasi. Media baru menggunakan stasiun pemancar, satelit, kabel optik, dan lain sebagainya sehingga kemampuannya sangat tinggi dalam mengatasi hambatan komunikasi karena memiliki media transfer data yang kuat.
2. Komunikasi yang terlaksana bersifat interaktif, dalam arti penerima dapat memilih, menukar informasi, menjawab kembali, dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung. Selain itu, media baru juga memiliki berbagai kelenturan dari segi tekstur, bentuk, atau yang lainnya.
3. Media baru memiliki beberapa ciri khas, yaitu digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan simulasi. Beberapa ilmuwan lain termasuk Martin Lister, bersama-sama merumuskan hal ini. Digital mengacu pada bentuk data yang diolah dalam media baru yang merupakan sebuah data digital. Interaktif mengacu pada adanya pengguna saling berinteraksi. Hiperteks mengacu pada kemampuan pengguna untuk memulai membaca teks dari mana pun yang mereka inginkan. Jaringan mengacu pada ketersediaan konten yang cenderung banyak dan terbagi melalui jaringan internet. Virtual dan simulasi berkaitan erat dengan upaya untuk mewujudkan dunia virtual tertentu.

Mengutip dari Nugroho (2020) yang mengemukakan bahwa setidaknya ada lima karakteristik dari media baru:

1. Digitalisasi

Digitalisasi juga dikenal sebagai digitalisme adalah ciri dari *new media*. Hampir semua media komunikasi dan informasi sudah mengutamakan bentuk digital.

Digitalisasi digunakan untuk mengartikan kondisi kehidupan dalam budaya digital yang dianalogikan dengan modernitas dan post-modernitas. Dengan adanya *new media*, Anda dan masyarakat lainnya bisa mengakses informasi yang bisa didapatkan dengan seketika melalui penyimpanan informasi gelombang ketiga.

2. Konvergensi

Konvergensi adalah penggabungan komunikasi massa cetak, televisi, radio, internet bersama dengan teknologi portabel dan interaktif melalui berbagai platform media digital. Konvergensi media bertujuan memberikan pengalaman yang dinamis. Masyarakat yang kaya teknologi telah memasuki era digital, dan industri media bergulat dengan peluang baru dan ancaman oleh apa yang disebut “konvergensi”.

Orang-orang media cenderung sangat bersemangat tentang konvergensi, karena konvergensi sangat menjanjikan. Perpaduan berbagai media yang berbeda, menggabungkan layanan baru yang dipersonalisasi sangat memudahkan siapapun mencari informasi.

3. Interaktivitas

Interaktivitas adalah media proses komunikasi yang terjadi antara manusia dengan platform-platform media. Dengan karakteristik ini, *new media* bisa menghubungkan pesan-pesan yang terhubung satu sama lain.

4. *Virtuality*

New media juga menghadirkan *virtuality*, adanya kehadiran dalam platform *online* yang memudahkan Anda untuk berhadapan langsung pada objek yang Anda hubungi secara virtual.

5. *Hypertextuality*

Hypertextuality, merupakan inti dari dokumen Internet, dibuat oleh bahasa *markup hypertext* sederhana (HTML). Ciri dari *new media* adalah beritanya pasti menggunakan hyperlink internal dan eksternal. Sejauh mana (bagian dari) pesan terhubung satu sama lain. *New media* berbeda dari media lama, karena isi beritanya tidak bisa ditautkan ke platform media tertentu. Oleh sebab itu, *new media* memiliki karakteristik *hypertextuality*, tulisannya lebih dapat ditransfer dari perangkat ke perangkat. Informasinya juga dapat disimpan secara elektronik daripada harus disimpan secara fisik.

Dikutip dari buku *Journalism Today* (2019) karya Andi Fachruddin, mengemukakan bahwa terdapat tujuh karakteristik *new media*. Sama seperti lima karakteristik diatas namun terdapat dua poin tambahan yaitu:

1. Simulasi

Simulasi adalah tiruan atau imitasi dari peristiwa atau suatu hal yang nyata, namun dalam penyajiannya diberi efek tertentu supaya lebih dramatis.

2. Jaringan

New media juga punya karakteristik jaringan yang diartikan sebagai arus perpindahan data lewat jaringan internet, yang memungkinkan penggunanya mengirim serta menerima data.

Teori Media Baru

Tak bisa dipungkiri bahwa perkembangan ilmu media terbilang cukup pesat, walaupun beberapa teori mungkin bermula dari teori media lama. Begitu pula dengan masalah media baru. Beragam teori media baru nampaknya bermula dari teori-teori

media lama. Akan tetapi, beberapa teori baru pun lahir sebagai upaya untuk mendalami media baru agar lebih mendetail. Berikut ini beberapa teori media baru yang dapat dipelajari menurut Bimo (2017).

1. *Social Construction of Technology*

Teori *Social Construction of Technology* (SCOT) adalah salah satu teori mengenai studi ilmu teknologi. Teori ini menjelaskan bahwa teknologi tidak menentukan tindakan manusia, sebaliknya tindakan manusia itulah yang membentuk teknologi. Penggunaan dari suatu teknologi juga tidak dapat dipahami tanpa memahami bagaimana teknologi yang tertanam dalam konteks sosial yang terdapat didalamnya. Dari sudut pandang teori ini, media baru ialah wujud akibat dari perubahan perilaku manusia yang semakin ingin cepat dan responsif terhadap banyak hal.

2. *Carlile & Christensen Three-Stage Model of Theory-Building*

Teori yang diungkapkan oleh Carlile & Christensen ini mengemukakan bahwa jenis teori-bangunan melalui tiga tahap yaitu deskriptif, kategorisasi dan normatif. Masing-masing dari tiga kategori tersebut memiliki kategori-kategori lagi sendiri. Sub-tahapan dalam unsur deskriptif teori-bangunan misalnya pengamatan fenomena, klasifikasi induktif dalam skema dan taksonomi, dan hubungan korelatif untuk mengembangkan sebuah model tertentu. Sementara itu, unsur normatif berkembang melalui logika deduktif yang mengikuti pandangan pergeseran paradigma Kuhnian dan Popperian *falsifiability*.

3. Teori Jaringan

Teori jaringan merupakan salah satu teori yang digunakan untuk melakukan analisis terhadap proses produksi, komunikasi, dan informasi dalam media baru. Jaringan yang di maksud di sini benar-benar menunjukkan jaringan dalam arti fisik atau pun non-fisik. Aspek fisik yang dimaksud meliputi jaringan antar komputer dalam skala global alias internet, jaringan media sosial, dan jaringan-jaringan yang lainnya.

4. Teori Media Komunikasi

Teori ini menjelaskan bagaimana peran media (yang dimaksud media adalah sarana penyampaian informasi) berpengaruh dan memberikan dampak dalam menyebarkan pesan tertentu baik secara fisik maupun psikologis. Dengan menggunakan teori ini seseorang dapat melihat bagaimana pengaruh suatu media komunikasi tertentu terhadap pendengar atau *receiver*, sehingga dapat melakukan antisipasi terhadap efek-efek tertentu yang tidak diinginkan karena sifat media komunikasi tersebut.

5. Model Penggunaan dan Gratifikasi Media

Teori ini mempelajari asal mula kebutuhan pendengar dari segi psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media atau sumber lain yang kemudian membawa pendengar bersentuhan dengan media lain, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan serta akibat-akibat lain termasuk yang tidak diinginkan.

Khalayak atau publik dianggap sebagai pihak yang aktif, dalam arti sebagian besar penggunaan media oleh pengguna memiliki tujuan tertentu. Dari teori ini ditemukan kesimpulan bahwa publik pada umumnya memanfaatkan media untuk

saling mengirim pesan, dan membantu mengembangkan citra diri dalam kaitannya dengan sosial dan interaksi atau hiburan.

6. Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi berusaha untuk mengemukakan bagaimana, mengapa, dan pada tingkatan apa teknologi baru berkembang dan diadopsi ke dalam berbagai konteks. Menurut teori difusi inovasi, ada empat unsur utama yang mempengaruhi perkembangan media baru yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu dan sistem sosial. Dari sudut pandang teori difusi inovasi, ada banyak subjek yang dapat mempengaruhi perilaku khalayak yang terlibat dalam proses difusi suatu informasi ke dalam khalayak ramai. Dengan menggunakan teori ini, seseorang dapat memiliki kerangka umum untuk mempertimbangkan bagaimana mengalirkan informasi melalui suatu jaringan tertentu, beserta faktor-faktor apa yang membentuk opini melalui pengambilan keputusan penggunaan teknologi tertentu.

7. Teori Kebudayaan Media Partisipatoris

Henry Jenkins dalam teori ini berusaha untuk menguraikan cara-cara budaya media baru menawarkan kepada publik untuk secara bersama-sama mengambil peran sebagai konsumen dan produsen media sekaligus. Dalam kebudayaan media baru, seseorang atau kelompok mampu secara kreatif menanggapi isi dari media tertentu dengan menciptakan jenis budaya mereka sendiri sebagai upaya untuk menguraikan dan menemukan makna di dalam produk media dan pesan yang ada.

8. Internet sebagai Media Jurnalisme

Dalam pandangan ini, internet dipandang sebagai sebuah media baru untuk menyatukan karakteristik-karakteristik media massa yang lawas. harga,

penyimpanan data, kemampuan akses, densitas informasi, dan unsur-unsur lain yang sangat kompleks sekaligus mendukung terciptanya beragam jenis komunikasi.

Konsep Media Baru

Terdapat sejumlah istilah atau konsep dalam media baru yang perlu digali lagi pemahamannya, pada buku yang ditulis oleh Nicholas Gane dan David Beer yang berjudul *New media: The Key Concepts* dalam Utami (2021) mengatakan bahwa setidaknya ada enam konsep dalam *new media* atau media baru diantaranya adalah:

1. *Network* / Jaringan

Network dalam ilmu komputer memiliki berbagai bentuk. Sebuah jaringan komputer (*local area network* (LAN) atau *Ethernet*), yang mencakup wilayah geografis yang kecil dan menghubungkan perangkat dalam satu gedung atau kelompok bangunan atau dapat mencakup wilayah yang lebih luas seperti sebagai kota, negara bagian, negara, atau dunia (jaringan yang luas daerah atau WAN. Dapat pula kita ketahui bahwa peran *network* dalam konsep media baru adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer satu sama lain dan untuk berbagai perangkat eksternal, dan dengan demikian memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan bertukar informasi.

2. Informasi

Definisi informasi memiliki gambaran dan deskripsi yang beragam, secara sederhana menurut Manuel Castell mengatakan bahwa, masyarakat informasi berpusat pada produksi, distribusi dan konsumsi informasi, yang pada gilirannya menjadi komoditas berharga dari bentuk kapitalisme baru namun kemudian istilah

masyarakat informasi masuk dalam bahasa yang lebih umum. Konsep “informasi” hanya mendapat sedikit perhatian dari disiplin sosiologi, tidak ada definisi “informasi” yang sebenarnya dalam masyarakat informasi yang diungkapkan oleh Castells. Castells meminjam definisi informasi dari tokoh ahli yang lain, namun istilah definisi “pengetahuan dan informasi” dipinjam dari tokoh yang ada sejak era pra-internet yakni Machlup.

Machlup mendefinisikan informasi sebagai komunikasi pengetahuan. Namun, ini karena definisi pengetahuan Machlup tampaknya terlalu luas. Dalam karya klasiknya: Informasi adalah data yang telah disusun dan dikomunikasikan. Selain itu menurut Lash, informasi didefinisikan sebagai bentuk yang harus yang bisa mengalir dan diproduksi oleh media komunikasi digital, dapat kita ketahui bahwa Lash menyarankan untuk merumuskan kembali teori kritis di era informasi. Lash juga menyarankan agar supaya kita belajar tentang teori media baru, tidak hanya menempatkan media baru sebagai pusat nya, tapi mengikuti bahwa media baru badalah bentuk teknologi yang membawa ke arah baru.

3. *Interface*

Illingworth dan Pyle mengemukakan bahwa *Interface* adalah sebuah alat konseptual penting yang memungkinkan kita untuk berfikir melampaui dualisme batasan umum, kemudian Beer mengatakan *Interface* adalah perangkat konseptual didalam jaringan untuk memahami media baru beroperasi dan efek yang dihasilkan. Kemudian dapat dikatakan bahwa interface media baru adalah pertemuan titik dari sejumlah dinamika sosial dan budaya yang penting, untuk itu memungkinkan dan menengahi struktur kekuasaan informasi, merestrukturisasi praktek sehari-hari

dalam berbagai suatu cara, dan mengubah hubungan antara tubuh dan lingkungan mereka.

4. *Archive Essay*

Jarques Derida yang berjudul “*Archive Fever*” pada tahun 1996 merupakan referensi utama untuk analisis- analisis kontemporer tentang teknologi pengarsipan, Derrida melihat adanya relasi antara arsip-kuasa. Senada dengan McLuhan tahun 1964, Derida hanya terfokus pada arsip yang berbentuk teks, merupakan perkembangan teknologi multimedia. Media Teknologi memberikan perubahan cara mengolah arsip, yang semula arsip berbentuk kertas dan banyak memakan ruang dalam penyimpanan, kini arsip pun bisa dikelola secara digital oleh media teknologi, Individualisme dalam artian disini adalah seseorang bisa menyimpan dan memanggil arsip mereka tanpa mengganggu aktivitas orang lain, Perubahan ke arsip digital merupakan sesuatu yang tidak terelakkan lagi, media teknologi memungkinkan adanya perubahan sistem pengelolaan hingga penyimpanan arsip dan memungkinkannya terjadi pendangkalan ruang publik dan politik (Derrida, 2009)

5. *Interactivity*

Manovich mengatakan bahwa Interaktivitas era digital adalah sebuah mitos karena teknologi media baru sering tidak sepenuhnya interaktif. Teori sosial mengenai interaktivitas dalam media baru menyebutkan bahwa Interaktivitas sebagai model yang dominan karena objek dapat digunakan untuk menghasilkan subjek.

6. Simulasi

Simulakra adalah sesuatu yang bersifat imajinatif, representatif menjadi suatu keniscayaan. Baudrillard menunjukkan sebuah fenomena untuk menjelaskan hilangnya perbedaan antara realitas dan maya yakni disebut dengan simulakra dalam Simulacra yang pertama diketahui tidak lagi memperhatikan nilai guna dari sebuah objek namun lebih memperhatikan nilai komoditas dari sebuah objek (Baudrillard 1988).

Kemudian Simulacra kedua diketahui mengaburkan batas nyata dan batas maya. Dalam buku yang ditulis oleh Nicholas Gane ini menyebutkan bahwa menurut Baudrillard, simulakra memungkinkan teknologi sebagai media yang dimana tidak hanya menghasilkan barang tetapi juga tanda dan objek yang ingin dilihat dalam hal ini Software dan Hardware, teknologi sebagai media yang memungkinkan interaktifitas kepada penggunanya lainnya, padahal sebenarnya disini teknologi bergerak dengan dirinya sendiri karena program yang diciptakan untuk mengontrol pengguna teknologi.

Manfaat Media Baru

Media baru lahir dari pesatnya perkembangan teknologi yang kerap kali digunakan manusia. Disadari atau tidak, new media telah memberi banyak manfaat bagi kehidupan manusia saat ini. Berikut beberapa manfaat *new media* (Putri, 2021)

1. Pencarian informasi lebih mudah dan cepat

Menurut Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin dalam buku Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi, media baru membuat

pencarian informasi lebih mudah dan cepat. Manfaat ini memudahkan manusia untuk mencari serta mendapatkan apa yang dibutuhkan, termasuk informasi.

2. Kemudahan dalam mendapatkan kebutuhan

Selain informasi, media baru juga memberi kemudahan kepada manusia, berupa akses mendapatkan kebutuhan yang lebih cepat dan mudah. Contohnya transaksi jual beli lewat internet, membeli barang di *online shop*, dan sebagainya.

3. Media Hiburan

Media baru juga dapat dimanfaatkan sebagai media hiburan, seperti bermain game *online*, menggunakan media sosial, menonton video serta mendengarkan lagu secara *online*, dan lain sebagainya.

4. Efisiensi dalam berkomunikasi

Manfaat lain dari *new media* adalah efisiensi dalam berkomunikasi. Dengan memanfaatkan media baru, manusia bisa saling berkomunikasi meskipun berbeda lokasi dan zona waktunya.

5. Sebagai sarana pendidikan

Dalam bidang pendidikan, *new media* juga punya manfaat besar. Contohnya, kemudahan akses buku digital, dan proses belajar mengajar yang bisa dilakukan lewat aplikasi *video conference*.

Media baru merupakan media yang fleksibel dan didukung oleh teknologi internet. Media baru mengarah kepada penggunaan teknologi virtual yang menggunakan layar interaktif. Media baru juga berkaitan dengan penggunaan dan penerimaan gambar yang digunakan sehari-hari. Beberapa contoh dari media baru adalah Rena (2020)

- a. Video Game
- b. Situs *online* atau website.
- c. *Virtual Reality*
- d. *Handphone*.
- e. Komputer.
- f. *Interface* manusia dan komputer.
- g. Efek pada animasi.

B. Self Disclosure

Pengertian Self Disclosure

Self disclosure merupakan pengungkapan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain dalam West & Turner (2008). Informasi pribadi yang dimaksud seperti hobi atau pemikiran yang diyakini. West dan Turner (2008) mengemukakan bahwa *self-disclosure* sangat berpotensi untuk membantu membentuk keakraban dan kedekatan dengan orang lain. Dengan demikian, *self-disclosure* merupakan pengungkapan informasi pribadi yang bertujuan untuk membentuk keakraban dan kedekatan kepada orang lain Hasan (2016).

Menurut Floyd (2009), *self-disclosure* adalah tindakan atau aksi menyampaikan informasi atau pesan tentang diri sendiri dengan sengaja dan kita yakin bahwa informasi tersebut benar, tetapi orang lain belum mengetahuinya. Dalam berkomunikasi, ada dua ketentuan yang harus dipenuhi sebagai *self-disclosure*, yaitu individu harus dengan sengaja memberikan informasi tentang dirinya sendiri dan individu yang menerima harus percaya dengan informasi tersebut. Menurut Wood

(2012) *self-disclosure* adalah pengungkapan informasi mengenai diri sendiri yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain. Individu membuka diri ketika individu tersebut membagikan informasi pribadi mengenai diri sendiri, seperti harapan, ketakutan, perasaan, pikiran dan pengalaman. Membuka diri cenderung mengundang orang lain untuk melakukan hal yang serupa. Hal ini dikarenakan adanya sikap saling percaya satu sama lain sehingga individu yang menerima informasi pribadi orang lain akan membuka diri juga kepada orang tersebut menurut Hasan (2016).

Menurut DeVito (1997) *self-disclosure* adalah jenis komunikasi di mana kita mengungkapkan informasi tentang diri kita sendiri yang biasanya kita sembunyikan atau tidak diungkapkan. Informasi tersebut berupa pikiran, perasaan, dan perilaku. *Self disclosure* menyangkut informasi pribadi yang biasanya dan secara aktif disembunyikan. Artinya, informasi yang diungkapkan adalah informasi yang dirahasiakan tentang diri sendiri dalam Hasan (2016). Selain itu, DeVito pada tahun 1997 dalam Setianingsih (2015) mengemukakan bahwa *self disclosure* mempunyai beberapa karakteristik umum antara lain:

1. Keterbukaan diri merupakan suatu tipe komunikasi tentang informasi diri yang pada umumnya tersimpan, lalu dikomunikasikan kepada orang lain.
2. Keterbukaan diri merupakan informasi diri yang individu tertentu berikan dan merupakan pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain yang demikian harus dikomunikasikan.
3. Keterbukaan diri merupakan informasi tentang diri sendiri yakni tentang pikiran, perasaan dan sikap.

4. Keterbukaan diri dapat bersifat informasi secara khusus. Informasi secara khusus yaitu rahasia yang diungkapkan kepada orang lain secara pribadi dan tidak semua orang mengetahuinya.
5. Keterbukaan diri melibatkan sekurang kurangnya seorang individu lain, oleh karena itu keterbukaan diri merupakan informasi yang harus diterima dan dimengerti oleh individu lain

Altman dan Taylor (1973) mengemukakan bahwa *self disclosure* merupakan kemampuan individu untuk mengungkapkan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain yang bertujuan mencapai hubungan yang dekat. Sedangkan menurut Derlega et. al (2013) *self disclosure* adalah proses pengungkapan informasi tentang diri seseorang kepada orang lain dan merupakan aspek penting dari komunikasi interpersonal untuk memiliki hubungan yang lebih dekat. Baker dan Gaut (1996) mengemukakan bahwa *self disclosure* adalah kemampuan seseorang menyampaikan informasi kepada orang lain yang meliputi pikiran/pendapat, keinginan, perasaan maupun perhatian menurut TP Yawan (2018).

Berdasarkan pemaparan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *self disclosure* merupakan tindakan mengungkapkan informasi pribadi yang pada umumnya dirahasiakan berupa pemikiran, perasaan, dan perilaku secara sengaja kepada orang lain yang belum mengetahuinya. *Self disclosure* memberikan peranan penting dalam perkembangan hubungan yang dekat atau intens antara dua atau lebih individu. Pada dasarnya *self disclosure* memang penting untuk perkembangan individu, namun sebagian orang masih enggan untuk melakukannya. Umumnya kesulitan individu ketika melakukan *self disclosure* didasari oleh faktor akan adanya resiko

dikemudian hari. Selain itu, karena belum adanya rasa aman dan percaya pada diri sendiri

Dimensi Self Disclosure

DeVito (dalam TP Yawan, 2018) mengemukakan bahwa *self disclosure* mempunyai lima dimensi antara lain:

1. *Amount*

Dimensi *amount* menunjukkan frekuensi seseorang dalam melakukan *self disclosure* dan durasi pesan-pesan yang bersifat *self disclosure* maupun waktu yang dibutuhkan untuk melakukan *self disclosure*.

2. Valensi

Dimensi valensi menunjukkan kualitas positif dan negatif dari *self disclosure*. Jika individu dapat melakukan *self disclosure* dengan baik dan menyenangkan maka kualitasnya (positif) sedangkan jika dengan tidak baik dan tidak menyenangkan maka kualitasnya (negatif), kualitas ini akan menimbulkan dampak berbeda, baik bagi individu yang melakukan *self disclosure* maupun pendengarnya.

3. *Accuracy*

Dimensi *accuracy* atau kecermatan dan kejujuran dari *self disclosure* akan dibatasi tergantung sejauh mana individu mengetahui dan mengenal dirinya sendiri. *Self disclosure* akan berbeda tergantung pada kejujuran. Individu dapat jujur atau melebih-lebihkan cerita, maupun berbohong.

4. *Intention*

Dimensi *intention* atau tujuan dan maksud individu melakukan *self disclosure* ditunjukkan dengan individu memperlihatkan apa yang ditujukan untuk

diungkapkan, sehingga dengan sadar individu dapat mengontrol *self disclosure* yang dilakukannya.

5. *Intimate*

Dimensi *intimate* atau keintiman ditunjukkan dengan individu mengungkapkan hal-hal yang pribadi dan intim dalam hidupnya atau hal-hal yang dianggap impersonal.

Altman dan Taylor mengemukakan (dalam Setianingsih, 2015) bahwa *self disclosure* memiliki 5 aspek yaitu ketepatan, motivasi, waktu, keintensifan, kedalaman dan keluasan.

1. Ketepatan

Ketepatan mengacu pada apakah seorang individu menyampaikan dengan relevan peristiwa pribadinya dan untuk peristiwa di mana individu terlibat atau tidak (sekarang dan di sini). *Self disclosure* sering sekali tidak tepat atau tidak sesuai ketika menyimpang dari norma-norma, karena individu tidak sadar akan norma-norma tersebut. Tidak jarang didapati individu yang melakukan pengungkapan diri kerap kali berbohong untuk mendapatkan kesan tertentu dari pendengar. *Self disclosure* yang tepat dan sesuai meningkatkan reaksi yang positif dari pendengar. Pernyataan negatif berkaitan dengan penilaian diri yang sifatnya menyalahkan diri, sedangkan pernyataan positif termasuk kategori pujian.

2. Motivasi

Motivasi berkaitan dengan sesuatu yang menjadi dorongan seseorang untuk mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Dorongan tersebut berasal dari dalam diri (internal) maupun dari luar (eksternal). Dorongan dari dalam berkaitan dengan

keinginan atau tujuan seseorang melakukan *self disclosure*, sedangkan dari luar dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, sekolah, dan pekerjaan.

3. Waktu

Sangat penting untuk memilih waktu yang tepat dalam menentukan apakah seseorang dapat membuka diri atau tidak. Dalam keterbukaan diri, individu perlu memperhatikan kondisi maupun situasi orang lain . Waktu yang kurang tepat yaitu ketika individu dalam keadaan lelah atau sedih maka orang tersebut cenderung kurang terbuka dengan orang lain. Sedangkan waktu yang tepat yaitu ketika individu dalam keadaan bahagia maka ia cenderung mudah untuk terbuka dengan orang lain

4. Keintensifan

Keintensifan individu dalam keterbukaan diri tergantung kepada siapa seseorang mengungkapkan diri atau pendengarnya, contohnya seperti teman dekat, orang tua, teman biasa, atau orang yang baru dikenal.

5. Kedalaman dan Keluasan

Terdapat dua dimensi kedalaman *self disclosure* yakni dangkal dan dalam. *Self disclosure* yang dangkal biasanya diungkapkan kepada orang yang baru dikenal dan menceritakan aspek-aspek geografis tentang diri seperti nama, daerah asal, dan alamat. *Self disclosure* yang dalam diceritakan kepada orang-orang yang memiliki kedekatan hubungan (*intimacy*). Individu menginformasikan dirinya secara mendalam dilakukan kepada orang yang sangat dipercaya dan biasanya hanya dilakukan kepada orang yang sangat akrab dengan dirinya, misalnya orangtua, teman dekat, teman sejenis dan pacar. Keluasan berkaitan dengan topik umum dan

khusus. Pada umumnya ketika seorang individu terbuka dengan orang asing atau baru dikenal, topik pembicaraan umum dan kurang mendalam. Sedangkan bila seseorang terbuka dengan teman dekat maka topik pembicaraan khusus dan lebih mendalam akan tercipta.

Berdasarkan uraian tentang aspek-aspek atau dimensi diatas menurut beberapa ahli, maka dapat disimpulkan aspek-aspek tentang *self disclosure* yaitu menurut Altman dan Taylor pada tahun 1973 adalah ketepatan, motivasi, waktu, keintensifan, kedalaman dan keluasan. Sedangkan dimensi *self disclosure* yang dikemukakan Devito pada tahun 1996 antara lain *amount, valensi, accuracy, intention, dan intimate*. Jourard dalam Ifdil (2013) mengembangkan 6 aspek *self disclosure* meliputi :

1. Sikap atau opini mencakup pendapat/sikap mengenai keagamaan dan pergaulan remaja
2. Selera dan minat mencakup selera dalam pakaian, selera makanan dan minuman, kegemaran akan hobi yang disukai.
3. Pekerjaan atau pendidikan mencakup keadaan lingkungan sekolah dan pergaulan sekolah.
4. Keuangan mencakup keadaan keuangan seperti sumber keuangan, pengeluaran yang dibutuhkan, cara mengatur keuangan.
5. Kepribadian hal-hal yang mencakup keadaan diri, seperti marah, cemas, sedih serta hal-hal yang berhubungan dengan lawan jenis
6. Fisik mencakup keadaan fisik dan kesehatan fisik.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Self Disclosure*

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* dikemukakan oleh DeVito pada tahun 1997 dalam Hasan (2016) antara lain:

1. Besar kelompok

Self-disclosure lebih umum terjadi dalam kelompok kecil ketimbang kelompok besar. Dengan satu pendengar (jika berada di kelompok yang terdiri atas dua orang), pihak yang melakukan pengungkapan diri dapat meresapi tanggapan dengan baik.

2. Perasaan menyukai

Individu membuka diri kepada orang-orang yang disukai atau dicintainya, sebaliknya individu tidak akan membuka diri kepada orang yang tidak disukai. Hal ini dikarenakan orang yg disukai (dan mungkin menyukai balik) akan mendukung dan positif.

3. Efek diadik

Individu umumnya melakukan *self-disclosure* bila orang yang lain sebelumnya juga melakukan *self-disclosure*. Tindakan pengungkapan diri diikuti oleh pengungkapan diri pula. Hal ini merupakan efek diadik jika seseorang dalam hubungan diadik (hubungan antara dua orang).

4. Kompetensi

Individu yang kompeten lebih banyak melakukan pengungkapan diri daripada individu yang kurang kompeten. Hal ini dikarenakan individu yang kompeten memiliki rasa percaya diri dan memiliki banyak hal yang positif untuk diungkapkan.

5. Kepribadian

Individu yang mudah bergaul dan ekstrovert lebih banyak melakukan pengungkapan diri dibandingkan dengan individu yang kurang pandai bergaul dan lebih introvert. Demikian juga individu yang kurang berani bicara pada umumnya juga kurang mengungkapkan diri dibandingkan individu yang merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi.

6. Topik

Pada umumnya informasi yang lebih pribadi seperti kehidupan seksual atau keadaan keuangan serta topik-topik negatif lebih kecil kemungkinannya untuk diungkapkan sehingga individu cenderung membuka diri tentang topik tertentu.

7. Jenis kelamin

Jenis kelamin menjadi faktor terpenting yang mempengaruhi pengungkapan diri. Umumnya riset menunjukkan bahwa wanita lebih cenderung untuk membuka diri dibanding pria. Perbedaan pengungkapan diri antara pria dan wanita menurut Jourard dalam Sari et al., (2006) terjadi karena adanya harapan yang berbeda terhadap pria dan wanita. Harapan bagi pria untuk tampak lebih kuat, objektif, kerja keras, dan tidak emosional dapat menghambat pengungkapan diri pada pria, sedangkan harapan bagi wanita untuk mampu menolong dan menyenangkan orang lain dapat meningkatkan pengungkapan diri pada wanita. Umumnya sering didapati bahwa wanita lebih banyak mengungkapkan dirinya pada orang yang ia sukai, sedangkan pria lebih banyak mengungkapkan dirinya pada orang yang ia percayai.

Pengungkapan diri menurut Jourard dalam Sari et al., (2006) memiliki tiga dimensi, yaitu dimensi keluasan (*breadth*), kedalaman (*depth*) dan target atau sasaran pengungkapan diri, berikut penejelasananya:

1. Dimensi keluasan

Keluasan berarti mengacu pada cakupan materi yang di sampaikan kepada pendengar dan semua materi tersebut dijabarkan dalam enam kategori informasi tentang diri sendiri, yaitu sikap dan pendapat; rasa dan minat; pekerjaan atau kuliah; uang; kepribadian; dan tubuh.

2. Dimensi kedalaman

Pengungkapan diri mengacu pada empat tingkatan pengungkapan diri, yaitu: tidak pernah bercerita kepada orang lain tentang aspek diri, berbicara secara umum, bercerita secara penuh dan sangat mendetail, dan berbohong atau salah mengartikan aspek diri sendiri, sehingga yang diberikan kepada orang lain berupa gambaran diri yang salah.

3. Target pendengar

Pada dimensi orang yang dituju (*target-person*), sasaran pengungkapan diri terdiri atas lima orang yaitu ibu, ayah, teman pria, teman wanita, dan pasangan .

Tingkatan Self Disclosure

Seperti yang dapat diketahui bahwa *self disclosure* mengungkapkan berbagai hal pribadi bahkan rahasia yang selama ini disimpan. Dengan demikian, dalam proses hubungan interpersonal, terdapat tingkatan-tingkatan yang berbeda dalam pengungkapan diri. Menurut Powell dalam Thabroni, (2022) tingkatan-tingkatan pengungkapan diri dalam komunikasi adalah sebagai berikut.

1. Basa-basi

Merupakan tingkatan pengungkapan diri yang paling dangkal, masing-masing individu berkomunikasi secara basa-basi, untuk sekedar menciptakan kesopanan.

2. Membicarakan orang lain

Masing-masing individu mengungkapkan tentang orang lain atau hal-hal di luar dirinya, belum terjadi pengungkapan diri dari individu sendiri.

3. Menyatakan gagasan atau pendapat

Masing-masing individu sudah mulai menjalin hubungan erat, mereka mulai saling mengungkapkan tentang dirinya.

4. Menyatakan perasaan

Di antara individu sudah terjalin hubungan yang terbuka, jujur, dan masing-masing individu menyatakan perasaan-perasaan yang mendalam. Pada umumnya hubungan seperti ini merupakan hubungan yang telah memiliki interaksi yang mendalam seperti orang tua, saudara, maupun sahabat.

5. Hubungan puncak

Pengungkapan diri telah dilakukan secara mendalam, individu dapat menghayati perasaan yang dialami individu lainnya.

Fungsi Self Disclosure

Setelah dipikir-pikir mengapa manusia memilih untuk melakukan pengungkapan diri, terlebih lagi proses interpersonal ini mengungkapkan berbagai hal dan informasi pribadi lain yang ingin dirahasiakan? Menurut Derlega dan Grzelak dalam Thabroni, (2022) *self disclosure* memiliki lima fungsi berikut:

1. Ekspresi (*expression*)

Pengungkapan diri memberikan kesempatan kepada individu tertentu untuk mengekspresikan maupun mengungkapkan hal yang dirasakannya kepada individu lain.

2. Penjernihan diri (*self-clarification*)

Dengan melakukan pengungkapan diri mengenai perasaan dan permasalahan yang sedang dihadapi, individu yang melakukan *self disclosure* dapat memperoleh penjelasan dan pemahaman orang lain terhadap masalah yang diperoleh sehingga pikiran akan lebih jernih dan dapat melihat permasalahan pada perspektif yang berbeda.

3. Keabsahan sosial (*social validation*)

Setelah menceritakan permasalahan yang sedang dihadapi kepada individu lain, Individu yang mendengaran akan memberikan tanggapan terkait permasalahan tersebut, dapat berupa dukungan atau sebaliknya.

4. Kendali sosial (*social control*)

Individu dapat mengemukakan atau menyembunyikan informasi tentang dirinya untuk kontrol sosial, misalnya seseorang akan menceritakan sesuatu hal yang dapat menimbulkan kesan baik tentang dirinya.

5. Perkembangan hubungan (*relationship development*)

Saling berbagi perasaan dan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain disertai rasa saling percaya. Hal ini menjadi jalan agar hubungan semakin erat dan akrab.

C. Penetrasi Sosial

Pengertian Penetrasi Sosial

Altman dan Taylor dalam Permanasari, (2014) berasumsi bahwa teori penetrasi sosial adalah hubungan yang tidak intim (superfisial) bergerak menjadi hubungan yang intim (kompleks) karena adanya keterbukaan diri. Teori penetrasi sosial (*social penetration theory*) menjelaskan proses terjadinya komunikasi sosial dengan terbentuknya pola pengembangan hubungan. Teori ini mengemukakan bahwa manusia tidak dapat menjalin hubungan yang erat kepada seseorang secara rentang waktu yang dekat atau sebentar, melainkan perlunya beberapa waktu untuk individu saling membuka diri. Pembukaan diri bersifat strategis dan non strategis dalam artian dalam sebuah hubungan, seseorang akan cenderung untuk merencanakan apa yang akan dikatakan pada orang lain. Altman dan Taylor menegaskan bahwa keintiman yang dimaksud tidak sekedar hubungan fisik, melainkan intelektual dan emosional hingga batasan dimana pasangan melakukan aktivitas bersama. Sejak munculnya, teori penetrasi sosial mempunyai peran yang besar dalam bidang psikologi dan komunikasi. Model teori penetrasi sosial menyediakan penjelasan yang rinci untuk menggambarkan perkembangan hubungan interpersonal. Untuk mengembangkan hubungan dibutuhkan pengalaman individu sebagai proses pengungkapan diri agar mendorong kemajuan hubungan yang signifikan.

Asumsi Penetrasi Sosial

Social penetration theory telah diterima secara luas melalui sejumlah ilmuwan dalam disiplin ilmu komunikasi. Alasan yang membuat teori ini memiliki daya Tarik tersendiri ialah pendekatannya yang langsung pada perkembangan hubungan. West &

Turner dalam Wulandari, (2013) menyebutkan bahwa *Social penetration theory* dibangun di atas sejumlah asumsi berikut:

1. Hubungan-hubungan mengalami kemajuan dari tidak intim menjadi intim. Hubungan komunikasi antara orang dimulai pada tahapan superfisial dan bergerak pada tahapan yang lebih intim. Komunikasi antara individu dimulai pada tahap permukaan dan berkembang menjadi tahap yang lebih dekat. Meskipun tidak semua hubungan berada pada titik ekstrem, yaitu intim atau tidak intim, banyak hubungan saat ini berada di antara dua kutub tersebut. Seringkali, kita menginginkan hubungan yang moderat.
2. Secara umum, perkembangan hubungan sistematis dan dapat diprediksi. Para ahli dalam ilmu penetrasi sosial berpendapat bahwa hubungan berkembang secara teratur dan dapat diprediksi. Beberapa orang mungkin mengalami kesulitan dalam menerima hal ini. Hubungan, seperti yang kita tahu adalah proses komunikasi, dinamis dan selalu berubah, tetapi hubungan yang dinamis pun mengikuti standar dan pola perkembangan yang dapat diterima. Meskipun mungkin tidak mengetahui dengan pasti arah hubungan atau dapat memprediksi masa depannya, proses penetrasi sosial cukup terstruktur dan dapat diprediksi. Tentu saja, sejumlah peristiwa dan variabel lainnya seperti waktu, kepribadian, dan sebagainya mempengaruhi cara perkembangan hubungan dan apa yang kita prediksi dalam proses tersebut. Seperti yang disimpulkan oleh Altman & Taylor (1973), "orang tampaknya memiliki mekanisme penyesuaian yang sensitif yang membuat mereka mampu memprogram hubungan interpersonal mereka dengan hati-hati".

3. Perkembangan hubungan mencakup depenetrasi (penarikan diri) dan disolusi. Mulanya, kedua hal ini mungkin terdengar aneh. Sejauh ini kita telah membahas titik temu dari sebuah hubungan. Akan tetapi hubungan dapat menjadi berantakan, atau menarik diri (depenetrate) dan kemunduran ini dapat menyebabkan terjadinya disolusi hubungan. Berbicara mengenai penarikan diri dan disolusi, Altman & Taylor menyatakan kemiripan proses ini dengan sebuah film yang diputar mundur. Sebagaimana komunikasi memungkinkan sebuah hubungan untuk bergerak maju menuju tahap keintiman, komunikasi dapat menggerakkan hubungan untuk mundur menuju tahap ketidak-intiman. Jika komunikasi penuh dengan konflik, contohnya, dan konflik ini terus berlanjut menjadi desktruktif dan tidak bisa diselesaikan, hubungan itu mungkin akan mengambil langkah mundur dan menjadi lebih jauh. Para teoretikus penetrasi sosial berpikir bahwa penarikan diri, seperti proses penetrasi, seringkali sistematis. Jika sebuah hubungan mengalami depenetrasi, hal ini tidak berarti bahwa hubungan tersebut akan secara otomatis hilang atau berakhir. Sering kali, suatu hubungan akan mengalami transgresi (transgression), atau pelanggaran aturan, pelaksanaan, dan harapan dalam berhubungan. Transgresi ini mungkin tampak tidak dapat terselesaikan dan sering kali memang demikian.
4. *Self-disclosure* (pengungkapan diri) adalah inti dari perkembangan hubungan. *Self-disclosure* adalah proses mengungkapkan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Informasi yang diungkapkan biasanya signifikan. Menurut Altman & Taylor (1973), hubungan yang awalnya tidak intim dapat menjadi intim karena adanya keterbukaan diri. Proses ini memungkinkan individu

untuk saling mengenal dalam suatu hubungan. *Self-disclosure* membantu membentuk hubungan masa kini dan masa depan antara dua orang, serta memberikan kepuasan intrinsik. Altman & Taylor (1973) percaya bahwa hubungan manusia bervariasi dalam tingkat penetrasi sosial. Dari hubungan suami-istri, antara supervisor-karyawan, pasangan main golf, dokter-pasien, hingga para ahli menyimpulkan bahwa hubungan melibatkan tingkatan berbeda dari perubahan keintiman atau tingkat penetrasi sosial. Mereka juga menyatakan bahwa hubungan mengikuti suatu trayek atau jalan setapak menuju kedekatan. Selanjutnya, mereka mengatakan bahwa hubungan bersifat teratur dan dapat diduga dalam perkembangannya. Karena hubungan adalah sesuatu yang penting dan sudah ada di dalam hati kemanusiaan kita dalam Rogers dan Escudero, (2004: 3), para teoritikus *social penetration theory* ini berusaha untuk menguraikan kompleksitas dan prediktabilitas yang terus menerus dari suatu hubungan.

Tahapan Penetrasi Sosial

Adapun tahapan-tahapan dari proses penetrasi sosial adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Tahapan Proses Penetrasi Sosial
Sumber : West & Turner 2008 dalam Arsandy, (2021)

1. Tahap Orientasi (*Orientation Stage*)

Membuka Sedikit Demi Sedikit Tahap paling awal dari interaksi, disebut sebagai tahap orientasi (*orientation stage*), yang terjadi pada tingkat publik; hanya sedikit mengenai diri kita yang terbuka untuk orang lain dikarenakan tahap ini merupakan tahap awal yang menjadi gerbang pertukaran informasi antar individu pertama kali. Individu secara bertahap akan membuka diri kepada pihak lain. Komunikasi yang terjadi bersifat tidak pribadi (*impersonal*). Para individu yang terlibat hanya menyampaikan informasi bersifat sangat umum saja, contohnya seperti nama panggilan, akun sosial media, gender, fisik, dan dialek berbicara. Pada tahap ini, hanya sebagian kecil dari diri kita yang terungkap kepada individu lain. Ucapan atau komentar yang disampaikan orang biasanya bersifat basa-basi yang hanya menunjukkan informasi permukaan atau apa saja yang tampak secara kasat mata pada diri individu.

Pada tahap ini juga, orang biasanya bertindak menurut kiat-kiat yang diterima secara umum dan bersikap hati-hati agar tidak mengganggu harapan masyarakat. Singkatnya, orang berusaha untuk tersenyum dan bertingkah laku sopan. Menurut Taylor dan Altman pada tahun 1987 dalam Wulandari, (2013) individu memiliki kecenderungan untuk enggan memberikan evaluasi atau memberikan kritik selama tahap orientasi karena akan dinilai sebagai tidak pantas, meninggalkan kesan yang tidak baik sehingga akan berdampak buruk pada hubungan di masa yang akan datang. Walaupun ada evaluasi atau kritik maka hal itu akan disampaikan dengan cara halus. Kedua belah pihak secara sadar berusaha menghindarkan diri untuk tidak terlibat dalam konflik sehingga mereka mendapat peluang untuk saling

menjajagi pada waktu yang akan datang. Jika pada tahap ini mereka yang terlibat merasa cukup mendapatkan imbalan dari interaksi awal, maka mereka akan melanjutkan ke tahap berikutnya.

2. Tahap Pertukaran Penjajakan Afektif (*Exploratory Affective Exchange Stage*)

Munculnya tahap pertukaran penjajakan afektif (*exploratory affective exchange stage*) merupakan perluasan area publik dari diri dan terjadi ketika aspek-aspek dari kepribadian seseorang individu mulai muncul. Apa yang tadinya pribadi mulai menjadi publik. Jika pada tahap orientasi, orang bersikap hati-hati dalam menyampaikan informasi mengenai diri mereka maka pada tahap ini orang melakukan ekspansi atau perluasan terhadap wilayah publik diri mereka. Tahap ini terjadi ketika orang mulai memunculkan kepribadian mereka kepada orang lain. Apa yang sebelumnya merupakan wilayah pribadi, sekarang menjadi wilayah publik. Contohnya seperti; hobi, lagu favorit, makanan favorit. Orang mulai menggunakan pilihan kata-kata atau ungkapan yang bersifat lebih personal.

Komunikasi juga berlangsung sedikit lebih spontan karena individu merasa lebih santai dengan lawan bicaranya, mereka juga tidak terlalu berhati-hati dalam mengungkapkan sesuatu yang akan mereka sesali kemudian. Perilaku berupa sentuhan dan ekspresi emosi (misalnya perubahan raut wajah) juga meningkat pada tahap ini. Tahap ini merupakan tahap yang menentukan apakah suatu hubungan akan berlanjut ataukah tidak. Dalam hal ini, Taylor & Altman mengatakan bahwa banyak hubungan yang tidak berlanjut setelah tahapan ini. Karena pada umumnya, di tahap ini akan terjadi pencocokan antara diri individu untuk melanjutkan hubungan dangkal ke tahap lebih intim dengan menemukan kenyamanan atau

memotong hubungan dan tidak melanjutkannya karena tidak menemukan *chemistry* satu sama lain menurut Kustiawan et al.,(2022).

3. Pertukaran Afektif (*Exploratory Exchange Stage*)

Komitmen dan Kenyamanan Tahap pertukaran afektif (*affective exchange stage*) termasuk interaksi yang lebih “tanpa beban dan santai” di mana komunikasi sering kali berjalan spontan dan individu membuat keputusan yang cepat, sering kali dengan sedikit memberikan perhatian untuk hubungan secara keseluruhan. Tahap ini, individu telah menyeleksi pihak-pihak yang dapat bertukar informasi ditandai dengan hubungan persahabatan yang dekat atau hubungan antar individu yang lebih intim. Pada tahap ini juga muncul perasaan kritis dan evaluatif pada level yang lebih dalam. Tahap ketiga ini tidak akan dimasuki, kecuali para pihak pada tahap sebelumnya telah menerima imbalan yang cukup berarti dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Sehingga komitmen yang lebih besar dan perasaan yang lebih nyaman terhadap pihak lainnya juga menjadi ciri tahap ini.

Selain itu, pesan nonverbal yang disampaikan akan lebih mudah dipahami. Misalnya, sebuah senyuman memiliki arti “saya mengerti”, anggukan kepala diartikan “saya setuju” dan seterusnya. Kata-kata, ungkapan atau perilaku yang bersifat lebih personal bahkan unik lebih banyak digunakan di tahap ini. Namun demikian, tahapan ini juga ditandai dengan adanya perilaku saling mengkritisi, perbedaan pendapat dan bahkan permusuhan antar individu, tetapi semua itu menurut Altman & Taylor, belum berpotensi mampu mengancam kelangsungan hubungan yang sudah terbina. Pada tahap ini, tidak ada hambatan untuk saling mendekatkan diri, namun demikian, banyak orang masih berupaya untuk

melindungi diri mereka agar tidak merasa terlalu lemah atau rapuh dengan tidak mengungkapkan informasi diri yang terlalu sensitif (Wulandari, 2013).

4. Pertukaran Stabil (*Stable Exchange Stage*): Kejujuran Total dan Keintiman Tahap pertukaran stabil (*stable exchange stage*) berhubungan dengan pengungkapan pemikiran, perasaan dan perilaku secara terbuka yang mengakibatkan munculnya spontanitas & keunikan hubungan yang tinggi. Tidak banyak hubungan antar-individu yang mencapai tahapan ini. Individu menunjukkan perilaku yang sangat intim sekaligus sinkron yang berarti perilaku masing-masing individu sering kali berulang, dan perilaku yang berulang itu dapat diantisipasi atau diperkirakan oleh pihak lain secara cukup akurat. Contoh ketika hubungan individu telah mencapai tahap keempat adalah ketika individu akan membahas sesuatu, individu telah memprediksi respon yang dikeluarkan individu lain (rekan atau pasangan).

Para ahli dalam teori penetrasi sosial percaya bahwa kesalahan interpretasi makna komunikasi jarang terjadi pada tahap ini. Hal ini disebabkan masing-masing pihak telah cukup berpengalaman dalam melakukan klarifikasi satu sama lain terhadap berbagai keraguan pada makna yang disampaikan. Pada tahap ini individu telah membangun sistem komunikasi personal mereka yang menurut Altman & Taylor akan menghasilkan komunikasi yang efisien. Artinya, pada tahap ini, makna dapat ditafsirkan secara jelas dan tanpa keraguan (Wulandari, 2013)

Dari keempat tahapan, tahapan paling mudah adalah tahap pertama (orientasi). Tahap kedua menjadi tahapan penentu apakah hubungan menjadi lebih intim atau tidak berlanjut, pada tahap kedua, menentukan apakah terjalinnya kemistri. Semakin masuk ke tahap lebih dalam maka, memerlukan beberapa waktu serta