

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat melepaskan diri dari pengaruh manusia lain. Manusia dikatakan sebagai makhluk sosial karena memiliki dorongan untuk berhubungan atau berinteraksi dengan orang lain. Salah satu cara untuk saling berinteraksi antara satu sama lain adalah melalui komunikasi. Komunikasi menurut Devito (2011) mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (*feedback*).

Devito (2018) membagi komunikasi menjadi dua jenis yaitu komunikasi yang dilakukan secara tatap muka dan komunikasi yang dilakukan melalui *computer-mediated communication* atau yang dikenal sebagai CMC. Komunikasi yang dilakukan secara tatap muka dilakukan secara langsung tanpa media perantara dan bervariasi mulai dari komunikasi satu orang (dimana anda berbicara pada diri sendiri) hingga komunikasi di hadapan jutaan orang seperti dalam *public speaking* dan komunikasi massa. Sedangkan, CMC (*computer-mediated communication*) sendiri merupakan istilah umum yang digunakan pada segala jenis komunikasi antar orang yang berlangsung melalui komputer, elektronik, atau koneksi internet seperti e-mail, *texting*, *blogging*, *instant messaging*, *tweeting*, *networking*, atau terhubung dalam situs jejaring sosial seperti *facebook* atau Instagram. Menurut Kumar, Natarajan, & Acharaya (2017) CMC didefinisikan sebagai metode untuk membuat dan bertukar informasi yang melibatkan interaksi manusia secara simbolik, diarahkan atau difasilitasi melalui teknologi berbasis digital. Pada era *modern* sekarang ini, dengan perkembangan internet, pergaulan sosial dapat dilaksanakan secara virtual yaitu tanpa tatap muka dan banyak situs jejaring sosial yang bermunculan seperti *facebook*, *twitter*, *snapchat*, maupun *instagram*. Berdasarkan hasil *preliminary* yang dilakukan oleh peneliti pada 30 orang remaja dengan rentang usia 16-22 tahun, sebanyak 27 orang mengatakan sering menggunakan media sosial Instagram sehingga peneliti memilih untuk menggunakan media

Instagram dalam penelitian ini. Selain itu, berdasarkan data dari *Napoleon Cat* yang melakukan survey setiap bulannya terhadap penggunaan media sosial, didapatkan bahwa jumlah pengguna aktif instagram di Indonesia terhitung pada bulan Maret 2020 sebanyak 64.020.000 orang dimana sebanyak 23,4% total penduduk Indonesia adalah pengguna Instagram. Berdasarkan hasil survey itu pula didapatkan bahwa pengguna berusia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling besar di Indonesia, dengan total prosentase 37,4% atau sekitar 24 juta pengguna (*Instagram users in Indonesia*, 2020). Menurut G. Stanley Hall, remaja merupakan mereka yang berusia 12-25 tahun (dalam Sarwono, 2019). Tahapan ini disebut sebagai masa topan-badai. Pada tahap ini, remaja mengalami waktu yang bergejolak yang diikuti dengan konflik serta perubahan suasana hati (dalam Santrock, 2016).

Instagram merupakan salah satu jenis media sosial dengan jumlah pengguna yang banyak di Indonesia dan pertama kali dirilis pada tahun 2010. Menurut Aditya (2015) istilah Instagram berasal dari kata “instan” dan “gram”. Maksud dari instan sendiri adalah seperti kamera polaroid yang mengeluarkan foto secara instan, Instagram juga menampilkan hal tersebut yang menjadi *icon* awal aplikasi ini. Sedangkan kata gram berasal dari kata telegram yang memiliki arti mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat. Hal itu yang menjadi dasar dari Instagram yaitu mengunggah foto dengan jaringan internet sehingga informasi dapat disampaikan dengan cepat. Berdasarkan hasil *preliminary* yang dilakukan oleh peneliti, sebanyak 12 orang dari total 30 responden mengatakan sering menggunakan media sosial Instagram untuk menambah relasi dan berkomunikasi dengan teman, 10 orang lainnya karena banyak yang menggunakan *platform* Instagram, serta 8 orang menggunakan Instagram sebagai media hiburan untuk menambah informasi.

Sebagai media sosial, Instagram digunakan untuk sarana berkomunikasi dengan membagikan informasi yang dapat dibagikan bagi siapa saja. Salah satu bentuk komunikasi dimana individu mengungkapkan informasi tentang diri sendiri yang biasanya disembunyikan disebut sebagai *self-disclosure* (Devito, 2011). Proses *self-disclosure* terjadi apabila individu mengungkapkan informasi kepada orang lain dan informasi tersebut harus dapat diterima serta

dipahami oleh paling tidak satu individu lainnya. *Self-disclosure* juga terjadi dalam segala bentuk komunikasi, tidak hanya secara interpersonal seperti dalam *setting* kelompok kecil, pidato publik, maupun dalam acara televisi. Selain itu, *self-disclosure* juga bisa terjadi melalui internet dengan situs jejaring sosial semacam *instagram*, *facebook*, atau *twitter*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Joinson & Levine (2001;2000 dalam Devito, 2016), *self-disclosure* terjadi lebih cepat dan pada tingkatan yang lebih tinggi secara *online* daripada interaksi tatap muka. Hal ini dapat dikaitkan pada efek disinhibisi dimana kita lebih berkurang dalam membatasi komunikasi melalui media sosial daripada secara tatap muka. Menurut Suler (2004 dalam Devito, 2016), hal ini dapat terjadi karena dalam komunikasi *online*, ada tingkatan tertentu dalam hal anonimitas dan invisibilitas.

Manfaat melakukan *self-disclosure* adalah menambah pengetahuan diri, memiliki kemampuan dalam mengatasi kesulitan, memperbaiki komunikasi, menjalin hubungan yang bermakna, dan mencegah persepsi yang tidak akurat (Devito, 2018). Menurut Masaviru (2016) melalui *self-disclosure*, batasan akan ditembus, sesuatu yang berharga dan penghargaan akan dipertimbangkan, serta keintiman dalam hubungan akan lebih bermakna. Berdasarkan uraian manfaat tersebut, *self-disclosure* menjadi penting untuk diteliti sebagai dasar dalam berkomunikasi dan menjalin hubungan yang bermakna.

Penelitian yang dilakukan oleh Valkenburg & Peter (2010) mengungkapkan bahwa alasan komunikasi secara *online* lebih disukai daripada tatap muka yaitu pada komunikasi secara *online* dapat meningkatkan kemampuan kontrol dari *self-presentation* dan *self-disclosure*. Dengan meningkatnya kemampuan kontrol ini dapat menciptakan rasa aman yang memungkinkan untuk merasa lebih bebas dalam interaksi interpersonal di internet daripada dalam situasi tatap muka. Hal ini dapat disebabkan oleh tiga fitur yang ada dalam komunikasi *online* yaitu anonimitas yang berkaitan dengan kemampuan kontrol individu dalam situasi komunikasi *online* seperti anonimitas secara audio-visual dimana berkurangnya interaksi non-verbal yang terjadi, *asynchronicity* atau tidak terjadi pada waktu yang bersamaan sehingga individu dapat berpikir dan berefleksi terlebih

dahulu sebelum menyampaikan pesan yang dimiliki, dan aksesibilitas yaitu kemudahan dalam mencari informasi melalui media sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suler (2004) dalam kondisi *online*, beberapa orang dapat melakukan *self-disclosure* lebih sering atau lebih intens daripada secara tatap muka karena media memberikan fasilitas yang memudahkan individu untuk melakukan *self-disclosure*. Suler (2004) mengungkapkan enam faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah *dissociative anonymity*, *invisibility*, *asynchronicity*, *solipsistic introjection*, *dissociative imagination*, dan *minimization of authority*. Selain itu, meskipun bukan sebagai faktor utama, faktor kepribadian juga dapat mempengaruhi individu untuk melakukan *self-disclosure*. Kepribadian yang berbeda akan mempengaruhi bentuk *defense mechanism* dan kecenderungan sifat menahan atau mengekspresikan diri secara *online*.

Self-disclosure yang dilakukan oleh individu dapat membawa berbagai dampak baik secara positif maupun negatif. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, didapatkan bahwa ada responden yang melakukan *self-disclosure* secara lebih leluasa dan ada juga yang masih menahan diri meskipun berdasarkan penelitian sebelumnya dikatakan bahwa *self-disclosure* terjadi lebih cepat dan pada tingkatan yang lebih tinggi secara *online* daripada interaksi tatap muka. Berikut kutipan mengenai *self-disclosure* serta dampak positif dan negatif dari *self-disclosure* yang dilakukan di media sosial Instagram:

“Aku sih kalau di medsos bukan tipe orang yang suka mengekspos cerita tentang diriku atau berhubungan tentang ngerasani orang atau menyinggung orang sih sebisa mungkin gak melakukan itu”. (M, Mei 2020)

“Kalau aku sih memang orangnya blak-blakan jadi kalau ngalamin sesuatu yang gak menyenangkan atau memang pengen membagikan opini gitu biasanya pasti kuceritain di medsos dan memang udah sering sih melakukan itu”. (T, Mei 2020)

“Dampak sih kalau positif ya dengan membagikan cerita bisa lebih lega gitu, jadi tau di situasi kayak gini aku merasa gak sendirian. Kalau dampak negatif ketika banyak yang nanya misal kepo gitu jatuhnya malah ganggu, jadi gak ada privasi gitu”. (M&T, Mei 2020)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, diketahui bahwa dampak positif dari melakukan *self-disclosure* pada media sosial jadi mengetahui bahwa ada orang yang dapat memahami dan dampak negatifnya adalah berkurangnya privasi yang dimiliki. Hal ini juga sejalan dengan manfaat melakukan *self-disclosure* menurut Devito (2018) yaitu kemampuan mengatasi kesulitan. Dengan melakukan *self-disclosure* dan menerima dukungan, bukan penolakan, dapat membuat individu mampu untuk mengatasi masalah tersebut. Menurut Devito (2018) dampak negatifnya adalah risiko pribadi seperti privasi yang berkurang, penolakan dari keluarga atau teman.

Salah satu faktor dari *self-disclosure* menurut Devito (2016) adalah tipe kepribadian. Eysenck (dalam Alwisol, 2017) mengatakan bahwa kepribadian adalah suatu pola perilaku, baik yang aktual maupun yang potensial dari organisme yang ditentukan oleh keturunan dan lingkungan. Pola tingkah laku ini dikembangkan melalui interaksi fungsional dari empat sektor utama yang mengatur tingkah laku, sektor kognitif (*intelligence*), sektor konatif (*character*), sektor afektif (*temperament*), dan sektor somatik (*constitution*).

Menurut Eysenck tipe kepribadian terbagi menjadi *extrovert* dan *introvert*. Eysenck mengatakan bahwa individu dengan kepribadian *extrovert* lebih cenderung *outgoing*, impulsif, memiliki banyak kontak sosial, dan sering mengambil bagian dalam aktivitas bersama. Individu ini mudah bergaul, suka berpesta, memiliki banyak teman, membutuhkan teman yang dapat diajak berbicara, dan kurang suka untuk belajar atau membaca sendirian. Berbeda dengan individu yang berkepribadian *introvert*, mereka cenderung lebih pendiam, cenderung pemalu, pribadi yang introspektif, lebih menyukai buku daripada kontak sosial, dan cenderung menjauhi orang kecuali pada beberapa orang teman dekat.

Devito (2018) mengatakan bahwa individu yang suka bersosialisasi dan orang dengan tipe kepribadian *extrovert* lebih melakukan *self-disclosure* daripada mereka yang kurang suka bersosialisasi dan dengan tipe kepribadian *introvert*. Orang yang cemas berbicara secara umum juga akan kurang melakukan *self-disclosure* daripada mereka yang lebih nyaman dalam berkomunikasi. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Widiyastuti (2016) yang mengatakan bahwa tipe kepribadian mempengaruhi

seseorang untuk melakukan *self-disclosure*. *Self-disclosure* yang dilakukan oleh individu dengan tipe kepribadian *extrovert* lebih tinggi jika dibandingkan dengan individu dengan tipe kepribadian *introvert*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzia, Maslihah, dan Ihsan (2019) juga mengatakan bahwa individu dengan tipe kepribadian *extrovert* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna Instagram di kota Bandung. Penelitian yang dilakukan oleh Yawan (2018) juga mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kecenderungan ekstrasversi dengan *self-disclosure* melalui Instagram.

Berdasarkan ketiga penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa terdapat pengaruh dan juga hubungan tipe kepribadian dengan *self-disclosure* di media sosial, namun belum banyak yang menggunakan uji perbedaan sehingga peneliti tertarik untuk memahami lebih jauh melalui uji perbedaan ada atau tidaknya perbedaan *self-disclosure* ditinjau dari tipe kepribadian pada remaja pengguna media sosial Instagram. *Self-disclosure* perlu untuk dilihat dari tipe kepribadian karena tipe kepribadian seseorang akan menentukan seberapa besar individu melakukan pengungkapan diri yang merupakan bagian dari komunikasi dan komunikasi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk berinteraksi satu sama lain baik secara tatap muka maupun *online*.

Berdasarkan hasil *preliminary* yang dilakukan oleh peneliti pada 30 remaja dengan rentang usia 16-22 tahun, ditemukan bahwa sebanyak 15 orang suka membagikan pengalaman, opini, atau cerita hidup saya di media sosial yang merupakan salah satu aspek dari *self-disclosure* yaitu *amount* yang berkaitan dengan seberapa banyak informasi yang diungkapkan oleh individu. Aspek-aspek dari *self-disclosure* terdiri dari *amount*, *valence*, *accuracy/honesty*, *intention* dan *intimacy*. Selain itu, sebanyak 27 orang juga mengatakan bahwa mereka menyadari apa yang mereka ungkapkan di media sosial dengan jujur yang merupakan salah satu aspek dalam *self-disclosure* yaitu *Accuracy/Honesty* yang berkaitan dengan cara individu mempersepsikan dirinya dan selanjutnya mengungkapkan persepsi tersebut.

Peneliti juga menemukan bahwa dari 14 orang yang melakukan *self-disclosure* mengatakan bahwa sulit bagi mereka untuk

mendapatkan teman baru di media sosial yang merupakan salah satu aspek dari tipe kepribadian yaitu *sociability* yang berkaitan dengan kontak sosial yang dilakukan individu. Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan dua responden yang sudah pernah melakukan tes kepribadian sebelumnya dan mengungkapkan bahwa satu dengan adanya media sosial membantu untuk memudahkan dalam berkomunikasi. Berikut kutipan wawancara yang dilakukan:

“Dulu pernah nyoba tes kepribadian terus hasilnya introvert gitu lupa berapa persen, cuma memang dengan media sosial gini aku merasa bisa kayak extrovert gitu karena aku bisa ngomongin apa aja panjang lebar gak awkward atau malu gitu”. (MF, Mei 2020)

“Kalau aku sih kayak tadi yang tak omongin memang orangnya blak-blakan jadi dengan adanya medsos lebih bisa tersalurkan gitu kapan pun gak perlu nunggu ketemu secara face to face”. (T, Mei 2020)

Dari hasil *preliminary* tersebut, dapat peneliti simpulkan bahwa tipe kepribadian *introvert* ada yang mengatakan sulit untuk mendapatkan teman baru di media sosial, namun juga ada yang merasa dapat untuk melakukan *self-disclosure* dengan adanya media sosial. Hal inilah yang menjadi alasan peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai perbedaan *self-disclosure* ditinjau dari tipe kepribadian *extrovert* & *introvert* pada remaja pengguna media sosial *Instagram* di Surabaya yaitu untuk membandingkan hasil teori beserta penelitian sebelumnya dengan kenyataan di lapangan.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian pada :

- a. Variabel dalam penelitian ini adalah *self-disclosure* sebagai variabel tergantung dan tipe kepribadian sebagai variabel bebas.
- b. Partisipan adalah remaja yang menggunakan sosial media *Instagram* di Surabaya.
- c. Partisipan berusia 18 sampai dengan 21 tahun sesuai dengan teori tahap perkembangan masa remaja menurut Santrock (2016) dan disesuaikan dengan hasil survey yang

dilakukan oleh Napoleon Cat (Instagram users in Indonesia, 2020)

- d. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu uji perbedaan untuk menguji perbedaan *self-disclosure* ditinjau dari tipe kepribadian pada remaja yang menggunakan sosial media Instagram di Surabaya

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “apakah ada perbedaan antara *self-disclosure* ditinjau dari tipe kepribadian *extrovert* & *introvert* pada remaja pengguna sosial media Instagram di Surabaya?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antara *self-disclosure* ditinjau dari tipe kepribadian *extrovert* & *introvert* pada remaja pengguna sosial media Instagram di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini adalah memberikan sumbangan pengetahuan terutama dalam bidang psikologi klinis yaitu informasi mengenai pentingnya *self-disclosure* yang tidak hanya penting dalam psikoterapi, namun juga dalam *setting* komunikasi secara *online*, psikologi sosial, psikologi perkembangan, dan psikologi kepribadian yang membahas mengenai *self-disclosure* dan tipe kepribadian pada remaja.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi partisipan, memberikan informasi mengenai karakteristik kepribadian yang dimiliki dan perilaku *self-disclosure* di media sosial Instagram.
- b. Bagi pembaca, memberikan informasi mengenai *self-disclosure* dan tipe kepribadian *extrovert-introvert* pada remaja sehingga dapat memperluas wawasan dan pengenalan diri.