

BAB I

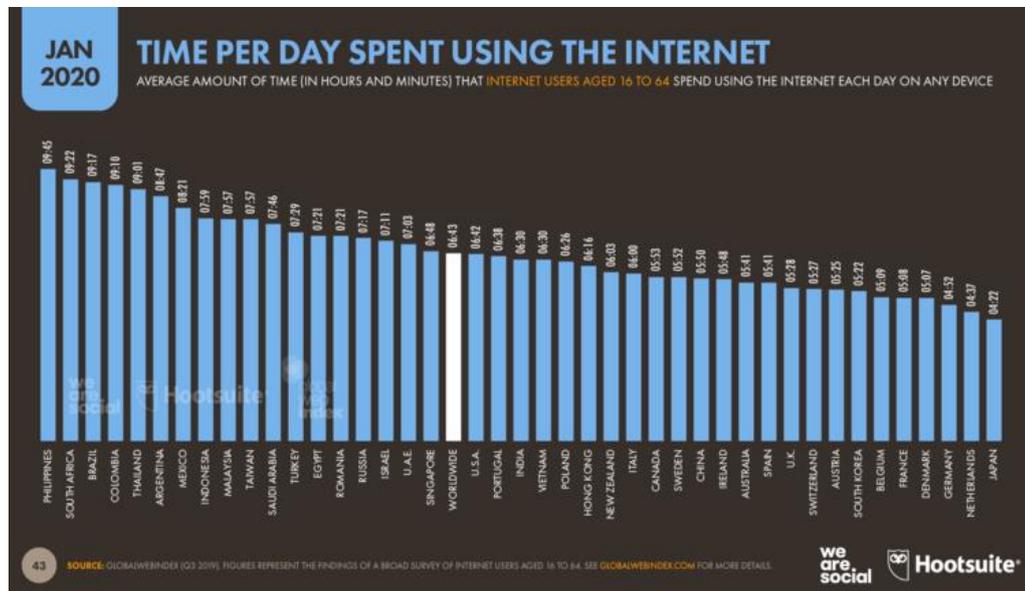
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial, tentunya memerlukan sebuah komunikasi agar dapat memenuhi kebutuhannya untuk berinteraksi dengan orang lain. Seiring dengan perkembangan zaman saat ini cara manusia berkomunikasi telah berbeda. Perubahan gaya berkomunikasi ini muncul dengan dinamakan *platform* komunikasi baru karena adanya perkembangan teknologi. Salah satu *platform* yang terlahir karena adanya perkembangan teknologi saat ini adalah media sosial. Media sosial adalah “laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial” (KBBI Daring).

Berdasarkan data dari Kemp (2020), jumlah pengguna internet di dunia saat ini mencapai angka 4,54 miliar meningkat 7% dengan tahun 2019. Sedangkan jumlah pengguna media sosial di dunia saat ini mencapai angka 3,80 milyar meningkat 9 % dengan tahun 2019. Berdasarkan data yang sama, rata-rata orang di dunia menghabiskan waktu 6 jam dan 43 menit sehari dalam mengakses media sosial (Kemp, 2020). Data tersebut juga ditemukan fakta yang menarik bahwa waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial melebihi rata-rata global. Rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu membuka media sosial 7 jam 59 menit. Berikut adalah data lengkapnya:

Gambar 1. Grafik Pengguna Media Sosial



Sumber: Kemp (2020)

Salah satu bentuk media sosial yang diduga kuat memberikan fasilitas untuk fenomena tersebut adalah salah satu media sosial *Instagram* yang sangat populer hingga saat ini. Menurut data survei yang dilakukan oleh Hootsuite edisi (2019), *instagram* menempati urutan ke empat dari media sosial yang banyak digunakan di Indonesia setelah *Youtube*, *whatsapp*, dan *Facebook* (media sosial yang eksis hingga saat ini, akan tetapi pengguna media sosial sangat variatif dari yang muda hingga yang tua). *Instagram* merupakan *platform* berbagi foto dan video yang banyak digemari oleh pengguna internet yang mayoritasnya adalah anak-anak muda. *Instagram* pertama kali diperkenalkan pada bulan Juli 2010 sebagai media sosial yang dapat di *download* dan digunakan dalam perangkat *smartphone*.

Setelah *instagram* diperkenalkan maka semakin di minati oleh pengguna media sosial.

Besarnya peminat pengguna sosial media terhadap media *instagram* ini yang mendorong *facebook* mengakuisi *instagram* pada tahun 2012. Dengan jumlah uang yang dikeluarkan *facebook* untuk mengakuisi *instagram* sebesar 1 Milyar Dollar Amerika. Dengan adanya kepopuleran *instagram* di Indonesia juga sudah tidak dapat di bantah lagi, karena Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna terbanyak *instagram* di Asia Pasifik.

Perbedaan media sosial *instagram* dengan media sosial lainnya seperti *facebook* dan *twitter* adalah *instagram* menawarkan fitur berbasis visual yaitu foto dan video yang sejak awal pertama kali di luncurkan. Fitur ini berbasis visual yang dimaksud dengan mengunggah sebuah gambar atau video untuk membarui feed dan diberikan *caption* (tulisan) agar pengguna *instagram* bisa mengekspresikan perasaan dirinya. Salah satu fitur yang ditawarkan oleh *instagram* sendiri adalah *instagram story*. *Instagram story* memberikan wadah untuk penggunanya berbagi foto atau video yang dapat dilihat oleh *followers* (pengikut) dari pengguna akun *instagram* tersebut selama dua puluh empat jam atau selama 1 hari, setelah postingan foto atau video tersebut 24 jam maka akan terhapus secara otomatis. Fitur *instagram story* ini sebenarnya adalah tiruan dari fitur *snapchat*, namun kepopuleran *instagram story* sudah bisa mengalahkan kepopuleran *snapchat* sehingga tujuan dari dibuatnya *instagram story* agar pengguna selalu terhubung dengan orang lain serta menjadikan wadah untuk mengekspresikan diri melalui foto atau video yang dibagikan.

Pengguna media sosial seperti *instagram* ini tidak selamanya dianggap baik, sehingga dapat menimbulkan masalah seperti menyebarluaskan informasi diri secara berlebihan bahkan pada orang yang sebenarnya tidak dikenalnya dan dapat mempermudah pihak-pihak yang bermaksud kurang baik kepada pengguna *instagram* (Anwar, 2017). Pada hakikat dalam bermedia sosial seseorang dapat menentukan informasi yang ingin disampaikan, mengungkapkan informasi tentang dirinya dan bagaimana informasi itu disampaikan serta kepada siapa informasi tersebut disampaikan.

Istilah dalam psikologi yang menjelaskan mengenai kegiatan membagikan atau menyampaikan informasi diri kepada orang lain ini dinamakan dengan *self-disclosure* (Hasan, 2016). *Self-disclosure* adalah kegiatan dimana seseorang dapat membagikan informasi diri kepada orang lain berupa informasi tentang identitas, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi dan ide (gagasan) yang terdapat didalam diri individu. Pengungkapan diri (*self-disclosure*) menjelaskan bahwa bagian dari refrensi diri yang dikomunikasikan dan diberikan secara lisan pada suatu kelompok. Dalam sebuah konsep *self-disclosure* sendiri yakni bagaimana cara individu menunjukkan siapa dirinya dan mengungkapkan kebutuhannya (Leung, 2015). Seiring dengan berjalannya waktu, *self-disclosure* yang biasanya dilakukan secara langsung atau bertatap muka sudah cenderung bertransformasi dilakukan di media sosial. Menurut (Boyd & Ellison, 2015) *self-disclosure* dalam media sosial dimanfaatkan sebagai sarana dalam mempresentasikan identitas diri. Pada kenyataannya banyak juga ditemukan di masyarakat terutama bagi remaja dan dewasa awal yang melakukan *self-disclosure* di media sosial dibandingkan

dengan bertatap muka secara langsung. Namun *self-disclosure* yang berlebihan dalam media sosial juga dapat berbahaya contohnya seperti terjadinya kejahatan *cyber* dimana informasi yang bersifat rahasia yang diungkapkan oleh individu dapat diambil oleh orang lain dan disebarluaskan tanpa izin.

Adanya *self-disclosure* yang berlebihan di media sosial membuat siswa menjadi susah bersosialisasi secara langsung atau bertatap muka, karena siswa asik dengan *smartphone* yang digunakannya. Pada lingkungan belajar, *self-disclosure* secara daring juga dapat membuat moral pelajar menjadi lebih buruk pada saat pelajaran sedang berlangsung. Contohnya: penggunaan media sosial *instagram* sebagai sarana *self-disclosure* dikalangan siswa yang menjadikan siswa tersebut teralihkan pada saat sedang pelajaran berlangsung.

Namun dari apa yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk menjadikan siswa/i SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta sebagai subjek dan sampel dari penelitian ini karena siswa/i SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta mengikuti perkembangan serta kemajuan teknologi media komunikasi. Selain itu, siswa SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta dalam melakukan berbagai kegiatan yang dilakukan tidak terlepas dari proses dokumentasi dan publikasi ke media sosial, dan dapat dikategorikan sebagai penggunaan media sosial yang berlebihan. Menurut hasil survey yang sudah dilakukan oleh penulis, dengan melibatkan 50 responden yang menjawab pertanyaan dengan mengisi sebuah kuisioner yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 2, terdapat hasil yang menyatakan bahwa yang aktif menggunakan media sosial *instagram stories* yaitu: 57, 69 %

perempuan dan 42,30 % laki-laki, sehingga perempuan disini yang sering aktif dalam menggunakan media instagram *stories* dibandingkan laki-laki.

1.2. Rumusan Masalah

- a. Adakah pengaruh penggunaan media sosial *instagram* terhadap perilaku Self-disclosure siswa/i SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta?
- b. Apa penyebab media sosial *instagram stories* berpengaruh terhadap perilaku *self-disclosure* pada siswa/i SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui adakah pengaruh atau tidaknya penggunaan Media Sosial *Instagram* terhadap perilaku *self-disclosure* siswa/i SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta.
- b. Untuk menjelaskan penyebab Media Sosial *Instagram Stories* yang berpengaruh terhadap perilaku Self-Disclosure Siswa SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta

1.4. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Dapat bermanfaat dalam pengembangan teori psikologi komunikasi interpersonal dalam bidang ilmu psikologi dan komunikasi.

- b. Secara Praktis

Manfaat secara praktis penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai masukan yang berguna dan dapat memberikan ide atau gagasan sebagai informasi

tentang pengaruh *Instagram Stories* terhadap pengungkapan diri remaja saat berbagi momen.

1.5. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan secara keseluruhan dalam penelitian ini terdapat beberapa bab, yaitu :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang kajian pustaka terdahulu dan kerangka teori yang relevan dengan dari beberapa tinjauan pustaka terdahulu, kerangka teori, hipotesis dan kerangka berpikir.

BAB III. METODE PENELITIAN

Memuat secara rinci desain penelitian dengan definisi operasional yang digunakan oleh peneliti beserta teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, instrumen penelitian, kuisioner, validitas, reabilitas dan analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi : (1) hasil penelitian, berupa gambaran umum penelitian, klasifikasi bahasan disesuaikan dengan pendekatan, hasil analisis deskriptif, hasil dari uji hipotesis.

BAB V. PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan di peroleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Saran yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian mengenai langkah-langkah apa yang perlu di ambil oleh pihak yang bersangkutan.