

BAB 1

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kini internet sudah menjadi salah satu kebutuhan untuk menunjang kehidupan masyarakat modern, terutama dalam hal berkomunikasi. Kesulitan akses internet menjadi hal yang menakutkan bagi masyarakat modern yang hidupnya sudah bergantung pada internet. Media sosial menjadi salah satu konten yang paling sering diakses oleh para pengguna internet. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021-2022, sebanyak 89.15% responden mengakses media sosial, lalu *chatting online* sebanyak 73.86%, dan belanja *online* sebanyak 21.26% (Dhini, 2022). Terdapat berbagai macam media sosial, salah satunya bentuknya yaitu Instagram. Instagram merupakan aplikasi yang difungsikan untuk membagikan foto maupun video, adapun salah satu fitur yang menjadi keunggulan Instagram yaitu *filter digital*. Pengguna Instagram dapat menggunakan *filter digital* tersebut secara gratis di Instagram lalu mengunduh hasilnya atau langsung membagikannya ke jejaring sosial.

Indonesia sendiri menjadi negara yang berada di urutan keempat di dunia dengan pengguna Instagram terbanyak, yaitu sebanyak 89.15 juta pengguna per Januari 2023. Adapun negara yang berada di urutan pertama yaitu India, lalu diikuti oleh Amerika Serikat dan Brazil (Sadya, 2023). Data yang diperoleh dari We Are Social menyatakan bahwa sebesar 30.1% pengguna Instagram di Indonesia berada pada rentang usia 18 hingga 24 tahun, atau berada pada fase dewasa awal (Rizaty, 2022). Instagram menjadi media sosial yang sangat melekat dengan masyarakat karena sebanyak 59% penggunanya masuk ke Instagram setiap harinya, dan rata-rata mereka menghabiskan waktu di Instagram selama 53 menit. Sekitar 42% pengguna Instagram masuk ke aplikasi beberapa kali dalam sehari dengan rata-rata durasi setiap sesinya selama 3.1 menit (Ahlgren, 2023).

Santrock (2012) menyatakan bahwa usia antara 18 sampai 25 tahun merupakan fase peralihan dari masa remaja menuju dewasa atau sering juga disebut sebagai fase dewasa awal. Ciri-ciri individu yang berada pada fase ini

adalah eksperimentasi dan eksplorasi. Sesuai dengan tahapan perkembangan sosial yang dikemukakan oleh Erikson (1968, dalam Santrock, 2012), individu pada fase dewasa awal berada pada tahap *intimacy versus isolation*. *Intimacy* atau keintiman merupakan proses penemuan diri dan peleburan diri menjadi orang lain, di mana hal ini juga membutuhkan komitmen terhadap orang lain. Jika seorang individu gagal dalam mengembangkan keintiman pada fase ini, maka ia akan mengalami *isolation* atau isolasi. Tanda atau suatu ciri dari keintiman ini adalah adanya keterbukaan diri dan membagikan pemikiran pribadi individu (Santrock, 2012).

Menjadi hal yang wajar bila individu yang berusia pada rentang 18 hingga 25 tahun menggunakan media sosial sebagai wadah untuk melakukan keterbukaan dan berbagi pemikiran mereka. Rains dan Brunner (2018) menemukan bahwa komunikasi dan interaksi terkait pengungkapan diri terjadi di media sosial. Pengungkapan diri yang terjadi berupa unggahan informasi pribadi, teman, atau keluarga dengan mengungkapkan diri yang ideal pengunggahnya. Motivasi penggunaan media sosial sebagai wadah untuk melakukan penungkapan diri yaitu karena pengunggahnya dapat mengungkapkan pendapat mereka, suasana hati dan keyakinan mereka, bahkan hal detail lainnya tentang diri mereka (Krasnova dkk., 2012).

Self-disclosure atau pengungkapan diri merupakan bagian dari individu yang dikomunikasikan secara verbal kepada kelompok kecil (Wheless dkk., 1986). Menurut DeVito (2011), pengungkapan diri adalah suatu jenis komunikasi ketika seseorang terbuka untuk mengungkapkan informasi tentang dirinya sendiri berupa perasaan, pikiran, dan perilaku. DeVito (2011) berpendapat bahwa pengungkapan diri merupakan jenis komunikasi di mana informasi tentang diri yang biasanya dirahasiakan. Cirinya yaitu, informasi yang disampaikan belum pernah didengarkan oleh orang lain, lalu informasi tersebut merupakan informasi yang umumnya dijaga kerahasiaannya, dan informasi tersebut disampaikan baik secara lisan maupun tulisan. Rosen dkk. (2015) menjelaskan bahwa terdapat dua kategori besar terkait *self-disclosure*, yaitu terkait fakta-fakta umum tentang seseorang atau *descriptive self-disclosure* dan pesan yang menyampaikan perasaan dan pendapat atau *evaluative self-disclosure*. Selain itu berdasarkan

referensinya, *self-disclosure* dibagi menjadi dua, yaitu *relational self-disclosure* atau *self-disclosure* yang dilakukan terkait hubungan atau interaksi dengan orang lain, dan *personal self-disclosure* yaitu informasi yang diberikan terkait diri sendiri (Rosen dkk., 2015).

Selain definisi *self-disclosure* secara umum, terdapat teori yang membahas secara spesifik terkait *self-disclosure* pada konteks *online* yang dikenal dengan *Online Hyper-Personal Theory*. Walther (1996, dalam Rosen dkk., 2015), mengembangkan *Online Hyper-Personal Theory* yang didasarkan pada *Social Information Processing Theory*. Ia menciptakan istilah *hyper-personal* karena menemukan dalam beberapa kasus, tingkat keintiman dalam komunikasi *online* dapat melampaui tingkat keintiman dalam interaksi langsung. Hal ini berlaku untuk hubungan yang terbentuk dan terpelihara hanya secara *online*, dan fokus pada komunikasi elektronik yang dikhususkan untuk interaksi sosial atau rekreasi.

Belum lama ini, ramai di media sosial terkait kasus perselingkuhan yang dilakukan oleh suami dari salah satu *beauty influencer* Indonesia. Namun menariknya, kasus perselingkuhan ini diungkapkan ke media sosial Instagram oleh *beauty influencer* tersebut. Ia menemukan bahwa suaminya kedapatan berselingkuh dengan adik kelasnya sewaktu sekolah, kasus ini terungkap setelah sang *beauty influencer* ini membaca isi pesan *online* yang tertaut di komputer kerja suaminya. Merasa geram, *beauty influencer* tersebut melaporkan tindak perselingkuhan suaminya ini ke kepolisian dan saat ini, diketahui bahwa *beauty influencer* tersebut telah menggugat cerai suaminya (Prastiwi, 2023). Kasus ini menjadi salah satu kasus yang viral dan sangat menyita perhatian publik, banyak dari warganet yang mendukung aksi *beauty influencer* tersebut karena berani mengungkapkan kasus seperti ini ke media.

Tahun 2021 lalu, Instagram resmi mengenalkan fitur baru yaitu “*Add Yours*”, fitur ini dapat digunakan pada Instagram story. Fitur *Add Yours* sendiri merupakan *template* Instagram Story yang memungkinkan penggunanya untuk menambahkan GIF, teks, dan gambar yang nantinya dibagikan kepada orang lain yang menggunakan *template* sama. Namun sangat disayangkan, fitur ini seringkali disalahgunakan oleh pengguna tidak bertanggungjawab. Seperti pada kasus yang beredar di media sosial X, salah seorang pengguna di sana bercerita bahwa

temannya menjadi korban penipuan setelah mengikuti tren menggunakan fitur *Add Yours*. Temannya ini tertipu karena ada seseorang yang mengaku sebagai teman lamanya dengan menyapa menggunakan nama panggilan di masa kecilnya. Hal tersebut terjadi setelah ia mengikuti tren *Add Yours* untuk mengungkapkan nama panggilan pribadinya (Safitri, 2021). Ketua Divisi Akses Atas Informasi *SAFE*net mengungkapkan bahwa mungkin tidak hanya kasus penipuan yang dapat terjadi, konten gambar dari fitur *Add Yours* ini mungkin juga dikumpulkan oleh orang yang memiliki fetish apabila berupa foto fisik. Hal ini dapat terjadi karena foto dapat disimpan, diakui, direproduksi, dan dimanipulasi dengan berbagai tujuan. Oleh karena itu, diimbau kepada seluruh pengguna media sosial untuk tidak mengunggah informasi pribadi atau yang bersifat rahasia, baik tentang individu itu sendiri maupun orang lain (Safitri, 2021).

Peneliti melakukan studi pendahuluan pada 20 – 22 Juli 2023 menggunakan kuesioner *online* berisi pertanyaan terbuka yang dikombinasikan dengan *yes or no question* yang disebarakan kepada mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung berusia 18-25 tahun yang menggunakan media sosial Instagram. Hasilnya, di dapat 14 responden dengan perempuan sebanyak 10 responden dan laki-laki sebanyak 4 responden. Berdasarkan 14 responden, didominasi oleh responden dengan usia 21 tahun sebanyak 7 responden atau 50%. Responden yang mengisi didominasi dari Fakultas Psikologi sebanyak 5 responden atau sebesar 35%. Sebanyak 9 responden atau 64% mengakui mereka suka membagikan kegiatan keseharian mereka di Instagram. Lalu, sebanyak 11 responden atau 78% menyetujui bahwa mereka sering mendapatkan komentar positif di Instagram. Selain itu, diketahui bahwa sebanyak 11 responden atau 78% responden setuju bahwa mereka merasa puas dengan kehidupan yang mereka jalani. Sebanyak 6 responden atau 42% responden sangat setuju bahwa mereka merasa berharga dan 6 responden lainnya menyetujui mereka merasa berharga. Hal tersebut mengindikasikan bahwa *self-esteem* turut berperan dalam memprediksikan *self-disclosure* seseorang.

Beberapa faktor yang memengaruhi keterbukaan diri seseorang menurut DeVito (2011), yaitu besarnya kelompok, kompetensi, jenis kelamin, kepribadian, subjek, dan perasaan saling menyukai. Terjadinya *self-disclosure* dapat terjadi

ketika seseorang memiliki rasa harga diri yang tinggi, sehingga ia tidak memiliki rasa takut akan penilaian orang lain terhadap dirinya. Beberapa waktu lalu, terjadi fenomena *flexing* atau pamer di media sosial. Fenomena ini terjadi di berbagai kalangan masyarakat hingga pada jajaran pemerintahan. Tujuan seseorang melakukan *flexing* dan diunggah di media sosial, yaitu untuk mendapatkan pengakuan dari pengikutnya akan keberhasilannya.

Harga diri atau *self-esteem* sebagai ciri kepribadian seseorang adalah faktor tambahan yang menyebabkan *self-disclosure* (Cramer, 1990). Menurut Rosenberg (1965), *self-esteem* sendiri adalah bentuk evaluasi subjektif seseorang tentang dirinya sendiri, baik secara positif maupun negatif. Menurut Coopersmith (1959), *self-esteem* sendiri adalah evaluasi diri yang dibuat dan cara seseorang melihat dirinya sendiri, terutama terkait sikap menerima atau menolak. *Self-esteem* sendiri juga merupakan indikasi dari rasa percaya terhadap kemampuan, keberhargaan, kesuksesan, dan keberartian seseorang.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan diri seseorang terhadap kejujuran mereka sendiri. Studi Mafazi dan Nuqul (2017) membuktikan hal ini dengan menemukan hubungan yang kuat antara harga diri dan coping dalam pengungkapan diri remaja pada perilaku virtual. Dalam studi mereka terhadap generasi Z pengguna Instagram, Kristanti dan Eva (2022) menemukan hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dan *self-disclosure*, ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-esteem* seseorang, semakin banyak mereka berbicara tentang diri mereka sendiri. Dalam penelitian mereka terhadap wanita dewasa awal yang menjadi korban kekerasan dalam pacaran, Maulida dan Rifayanti (2022) menemukan bahwa ada hubungan antara kepercayaan diri dan pengungkapan diri. Penelitian lain oleh Nabillah dan Hanurawan (2022), menemukan adanya hubungan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada mahasiswi pengguna *second account* Instagram. Andriani dkk. (2020) menemukan bahwa terdapat pengaruh antara *self-esteem* dan *trust* terhadap *self-disclosure* dengan nilai pengaruh *self-esteem* terhadap *self-disclosure* sebesar 15.5% yang berarti dalam kategori berkekuatan lemah.

Hasil dari studi pendahuluan yang telah dilakukan peneliti juga menemukan bahwa sebanyak 8 responden atau 57% responden menyetujui bahwa mereka dapat menyimpan rahasia teman mereka dengan baik. Lalu, sebanyak 4 atau 28% responden sangat menyetujui bahwa mereka dapat menyimpan rahasia teman mereka dengan baik. Sebanyak 9 atau 64% responden menyetujui bahwa mereka senang berbagi pengalaman baru dengan teman mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya kedekatan dengan teman atau *intimate friendship* dan mereka pun melakukan *self-disclosure* dengan teman mereka.

Sesuai temuan dari studi pendahuluan, salah satu dari faktor yang turut berperan yaitu kedekatan dengan teman atau *intimate friendship*. Sharabany (1994) menyatakan bahwa teman dekat adalah hubungan yang memungkinkan individu saling bergantung, memiliki minat bersama atau berbagi pengalaman, serta memiliki tingkat kejujuran yang membuat mereka terbuka untuk berkomunikasi tentang pikiran dan perasaan mereka. Setiap orang memiliki interaksi virtual dengan berbagai orang sepanjang hidup mereka menurut Araújo dan Cerqueira-Santos (2012), hubungan ini juga bersifat bilateral, mutual, dan intim.

Penelitian sebelumnya oleh Pohan dan Dalimunthe (2017) menemukan bahwa ada hubungan yang negatif antara persahabatan intim dan *self-disclosure*, yang berarti bahwa semakin banyak persahabatan intim seseorang, semakin sedikit *self-disclosure* mereka. Persahabatan intim memberikan kontribusi efektif sebesar 13,8% terhadap *self-disclosure*, dengan komponen lain mempengaruhi sebagian besar. Dalam penelitian mereka, Rizal dan Rizal (2021) menemukan bahwa persahabatan intim memiliki korelasi positif terhadap *self-disclosure* dengan kontribusi sebesar 50.5%. Selain itu, Syafitri dan Islamia (2021) menemukan bahwa ada korelasi yang signifikan antara persahabatan intim dan motif berbeda terhadap *self-disclosure* pada siswa yang menggunakan Instagram, dengan kontribusi efektif sebesar 13.2%. Febriani dkk. (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa *intimate friendship* memiliki hubungan dengan *self-disclosure* pada siswa kelas XI pengguna Instagram di Kota Padang dengan besaran sumbangan efektif sebesar 3%. Lalu, penelitian yang dilakukan oleh Firual dan Hariyadi (2022) menemukan bahwa terdapat pengaruh antara *intimate*

friendship terhadap *self-disclosure* generasi Z pengguna Twitter. Adapun dimensi yang paling berpengaruh yaitu *intent to disclosure*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, belum ada studi yang meneliti *self-esteem*, *intimate friendship*, dan *self-disclosure* secara bersamaan. Penelitian sebelumnya hanya fokus pada keterkaitan antara *self-esteem*, *trust*, dan *self-disclosure*, seperti yang telah diteliti oleh Andriani dkk. (2020). Hasilnya menunjukkan bahwa *self-esteem* dan *trust* berpengaruh terhadap *self-disclosure*, dengan *self-esteem* memiliki pengaruh sebesar 15.5% dan *trust* sebesar 22.5%. Temuan lain oleh Adnan dan Hidayati (2018) yang menemukan bahwa *self-esteem* mempengaruhi *self-disclosure* sebesar 54.7%. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Ogba dkk. (2022) menemukan bahwa *self-esteem* tidak memiliki pengaruh terhadap *self-disclosure* pada remaja pengguna jejaring sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat kesenjangan pada penelitian-penelitian terdahulu.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Firual dan Hariyadi (2022) melakukan penelitian tentang bagaimana *interpersonal trust* dan *intimate friendship* mempengaruhi *self-disclosure* pada generasi Z pengguna Twitter. Hasilnya menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut berkontribusi sebesar 11.8% terhadap *self-disclosure*. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *interpersonal trust* dan *intimate friendship* seseorang, semakin mungkin dia melakukan *self-disclosure*. Peneliti tertarik melakukan penelitian *self-disclosure* pada media sosial dikarenakan topik tersebut sangat sesuai dengan keadaan saat ini. Di mana interaksi sosial manusia saat ini lebih banyak dihabiskan dalam media sosial dibandingkan secara langsung. Penelitian ini ingin mengetahui apakah *self-esteem* dan *intimate friendship* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self-disclosure* pada wanita dewasa awal berusia 18-25 tahun yang menggunakan Instagram. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti **Pengaruh *Self-Esteem* dan *Intimate Friendship* Terhadap *Self-Disclosure* Pada Wanita Pengguna Instagram.**

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh *self-esteem* dan *intimate friendship* secara simultan terhadap *self-disclosure* pada wanita pengguna Instagram?
2. Apakah terdapat pengaruh *self-esteem* terhadap *self-disclosure* pada wanita pengguna Instagram?
3. Apakah terdapat pengaruh *intimate friendship* terhadap *self-disclosure* pada wanita pengguna Instagram?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* dan *intimate friendship* secara simultan terhadap *self-disclosure* pada wanita pengguna Instagram.
2. Untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap *self-disclosure* pada wanita pengguna Instagram.
3. Untuk mengetahui pengaruh *intimate friendship* terhadap *self-disclosure* pada wanita pengguna Instagram.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoretis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan mengidentifikasi semua variabel yang berpotensi memprediksi variabel *self-disclosure* individu saat mereka mulai dewasa. Oleh karena itu, penelitian ini bisa menjadi kontribusi berharga dalam pemikiran dan literatur psikologi, terutama dalam bidang psikologi sosial. Selain itu, hal ini juga dapat memberikan wawasan baru dalam psikoteknologi, mengingat peran teknologi yang semakin tak terelakkan dalam kehidupan manusia, terutama di ranah sosial. Temuan dari penelitian ini juga dapat memperkaya pemahaman tentang psikologi perkembangan, khususnya terkait pola komunikasi wanita dewasa awal. Selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan

sebagai sumber data tambahan untuk penelitian mendalam lebih lanjut dalam subjek yang serupa.

Kegunaan Praktis

Bidang pendidikan terkhusus perguruan tinggi, diharapkan penelitian ini dapat memberikam informasi terkait apa itu *self-disclosure*, sehingga seseorang dapat bijak dalam melakukan *self-disclosure*. Selain itu, harapannya penelitian ini juga dapat memberikan informasi terkait bagaimana sikap *significant others* menerima informasi atas keterbukaan diri seseorang. Sehingga dapat terciptanya hubungan pertemanan yang sehat dan saling mendukung antar teman. Pesatnya perkembangan teknologi juga turut berperan dalam perubahan tatanan pola komunikasi antar manusia, contohnya yaitu dengan adanya media sosial. Di mana setiap manusia dapat merasa terhubung tanpa perlu bertemu secara langsung, dan tentunya banyak juga hal yang tidak bisa dikendalikan di dalamnya. *Self-disclosure* juga dapat dilakukan melalui media sosial, dan tentu terdapat resiko yang menyertainya juga, tergantung pada informasi seperti apa yang disampaikan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan para pembacanya dapat bijaksana dalam memberikan informasi terkait dirinya di media sosial, mengingat bahwa data apapun yang diberikan ke dalam media sosial akan menjadi data milik bersama.