

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan media sosial sangat pesat, diantaranya media komunikasi via daring yang terhubung dengan jaringan internet. Berdasarkan *Internetworldstats* pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau 53 persen dari jumlah populasi 269,54 juta jiwa dengan Indonesia menyumbang 6,5 persen pengguna di Asia (Kusnandar, 2019). Mengutip dari sumber yang lain, website Kompas.com berdasarkan data *HootSuit* dan *We Are Social* mengatakan jumlah pengguna internet di Indonesia ada 175,4 juta pengguna internet pada tahun 2020 dengan pengguna aktif media sosial 160 juta (Kusuma Pertiwi, 2020). Banyak aplikasi media sosial yang tersedia, seperti halnya *Platform* Instagram yang merupakan sebuah aplikasi media sosial, terdapat pada telepon genggam pintar dan memiliki pengguna yang tidak sedikit. Menurut Asfihan (2019) Instagram awalnya bernama Burbn yang didirikan oleh perusahaan Burbn Inc, dan dipimpin pada tahun 2010 oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom. Hingga pada tahun 2012 secara resmi perusahaan Facebook milik Mark Zuckerberg mengambil alih manajemen Instagram sebagai *platform* media sosial miliknya.

Fungsi dari Instagram itu sendiri diantaranya untuk berinteraksi terhadap sesama pengguna Instagram, rekomendasi tempat liburan, sarana informasi, dan sarana pemasaran. Fitur yang ada didalamnya diantaranya berbagi foto dan video, komentar dan like, explore, Instagram story dan IGTV (Asfihan, 2019). Menurut Febriana (2017) Instagram merupakan aplikasi yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membaginya ke jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

Pengguna aplikasi Instagram saat ini mencapai 1 miliar lebih di seluruh dunia, ada 500 juta lebih pengguna aktif mengunggah *stories* setiap harinya. Menurut Kusuma Pertiwi (2019) dalam kompas.com menurut data *NapoleonCat* ,

Di Indonesia sendiri memiliki pengguna aktif Instagram dengan total mencapai 61.610.000 juta atau 22,6 persen dari total penduduk Indonesia dengan seperempat penduduk Indonesia yang menjadi pengguna aktif Instagram. Pengguna Instagram aktif berdasarkan gender di Indonesia, lebih didominasi oleh perempuan dengan persentase sebesar 50,8 persen, sedangkan laki-laki hanya sebesar 49,2 persen (Kusuma pertiwi, 2019). Di bulan juni tahun 2020 terjadi peningkatan menjadi 73.760.000 juta pengguna dengan didominasi perempuan sebesar 51,5 persen dan laki-laki 48,5 persen (NapoleonCat, 2020). Menurut kepala pengembangan Instagram Paul Webster, Indonesia merupakan negara pengguna Instagram yang terbanyak, di mana sebanyak 89% penggunanya berusia 18-34 tahun dan mereka mengakses Instagram setidaknya seminggu sekali (Mailanto, 2016).

Antusiasnya pengguna aplikasi Instagram di Indonesia, hal ini juga dirasakan oleh mahasiswa di Indonesia. Menurut Drakel (2018) media sosial memudahkan mahasiswa dalam menukar informasi antar sesamanya, serta mendapat literatur *online*. Efek negatifnya mengakibatkan kecanduan terhadap media sosial, hal itu membuat cara berpikir serta berperilaku seseorang berubah. Berkembangnya media sosial membuat tujuannya menjadi meluas selain menjadi sarana memberi, menerima informasi, dan komunikasi juga menjadi gaya hidup. Mahasiswa sering membagikan masalah yang dirasakan melalui Instagram dibandingkan diceritakan kepada orang terdekat mereka, demikian hal ini dikarenakan aplikasi Instagram dapat mewakili perasaan yang dihadapi (Satrio & Budiani, 2018). Media sosial merupakan sebuah medium internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya serta untuk bekerja sama, berbagi, berinteraksi dan membentuk ikatan sosial secara virtual diantara para penggunanya (Febyantari, 2019).

Tujuan dari pengungkahan di Instagram menurut Muniaseh (2020) berkaitan dengan berekspresi dengan pengungkapan diri. Hal ini memiliki bentuk dan caranya di Instagram, bisa melalui fitur unggahan foto atau video satu menit secara mandiri ataupun *Instastory* video kegiatan singkat (Muniaseh, 2020). Menurut Fauzia dkk (2019), hakikatnya dalam berselancar di media sosial terdapat informasi yang ingin disampaikan individu kepada orang lain, kapan individu ingin mengungkapkan informasi dirinya, informasi itu dapat disampaikan, dan siapa yang

menerima informasi yang ingin disampaikan. Istilah dalam psikologi yang menjelaskan tentang kegiatan membagikan aktivitas diri atau memberikan informasi yang bersifat pribadi merupakan bentuk *self-disclosure* atau pengungkapan diri (Fauzia, Muslihah, & Ihsan, 2019).

Menurut Sari & Muktiyo (2019) *self-disclosure* atau pengungkapan diri merupakan suatu proses penyampaian sebuah informasi kepada orang lain yang berkaitan dengan diri sendiri dan bersifat rahasia seperti identitas diri, perasaan, pikiran dan gagasan serta yang lainnya. Pengungkapan diri merupakan hal yang penting dalam proses bertemu orang yang baru dan berkenalan. Menurut Jourard dan Lasakow (1958) mendefinisikan Pengungkapan diri sebagai sebagai “*Target Person*” untuk menyatakan bahwa individu menerima informasi yang dikomunikasikan dari orang lain, sehingga pengungkapan diri merujuk pada proses pengenalan satu individu ke individu lain (Akbar & Faryansyah, 2018).

Pengungkapan diri merupakan komunikasi yang terjalin antar individu yang menimbulkan rasa percaya dengan individu lain mengenai pengalaman pribadi atau hal yang bersifat pribadi, hal ini dilakukan untuk dapat terjalin hubungan yang baik dengan lingkungan sosial bermasyarakat (Wheels & Grotz, *Conceptualization and Measurement of Reported Self Disclosure*, 1976). Media sosial banyak digunakan sebagai media mengekspresikan emosi tertentu yang dialami oleh seorang dan merupakan salah satu bentuk pengungkapan diri (*self-disclosure*) yang dikomunikasikan secara sengaja lewat perilaku verbal yang menjelaskan mengenai pengalaman atau perasaan seseorang (Sagiyanto & Ardiyanti, 2018).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, wanita memiliki Pengungkapan diri lebih tinggi dibanding pria pada saat menggunakan media sosial (Nugroho, 2013). Hal ini sesuai dengan penelitian Sari, dkk. (2006) Pengungkapan diri pada wanita lebih besar bila dibandingkan dengan pria. Dalam penelitiannya memiliki hipotesis bahwa perempuan lebih mudah mengungkapkan diri sedangkan laki-laki menganggap bahwa mengungkapkan diri merupakan tanda kelemahan. Di sisi lain perbedaan aktivitas waktu luang merupakan faktor yang berpengaruh, perempuan lebih suka membuka diri dengan bercakap-cakap dan menyenangkan pembicaraan dengan teman khususnya masalah pribadi. laki-laki lebih suka melakukan aktivitas

bersama dibandingkan melakukan pembicaraan pribadi kepada teman (Sari P. S., 2006)

Dilihat dari hasil penelitian diatas, fenomena ini juga terdapat di Universitas “X”. Cara membuktikan fenomena Pengungkapan diri di Universitas “X”, Peneliti melakukan observasi dengan melihat aktivitas 30 mahasiswa dan mahasiswi Universitas “X” selama 21 hari dan pemilihan subjek penelitian dilakukan secara acak. Kriteria yang dicari adalah mahasiswa yang memiliki aplikasi Instagram dan merupakan mahasiswa aktif di Universitas “X”. Panduan observasi yang dilakukan, peneliti menggunakan teori Morton (dalam Febyantari, 2019) yang membagi informasi Pengungkapan diri menjadi dua yaitu deskriptif dan evaluatif. Deskriptif dalam pengungkapan diri menceritakan lebih ke biodata diri, lingkungan keluarga, dan sekilas tentang pengenalan diri atau mempromosikan diri. Sedangkan, evaluatif menceritakan tentang perasaan dan pendapat pribadi seperti kejadian baik atau buruk dalam beraktivitas, permasalahan pribadi, dan pengalaman pribadi (Febyantari, 2019).

Fenomena pengungkapan diri di Universitas “X” juga tergambar dalam hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dan dapat disimpulkan bahwa setiap harinya mahasiswa dan mahasiswi di Universitas “X” melakukan unggahan di media sosial Instagram rata-rata minima 2 sampai 3 kali dan maksimal 6 kali unggahan perhari. Hal yang paling sering diungkapkan dalam Instagram itu sendiri yang paling tinggi adalah evaluatif dibandingkan dengan deskriptif. Didalam evaluatif indikator yang paling tinggi adalah kejadian baik dan buruk dari aktivitas sehari-hari, disusul dengan permasalahan pribadi dalam hal ini perkuliahan, dan yang terakhir adalah pengalaman pribadi. Di deskriptif, merupakan hal yang jarang diungkap oleh mahasiswa dan mahasiswi, dalam indikator ini yang paling besar nilainya kemunculannya adalah pengenalan diri, disusul dengan masalah keluarga, dan yang paling jarang adalah pengungkapan biodata diri.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat hal yang menunjukkan bahwa pengungkapan diri merupakan hal yang bisa dilakukan melalui media sosial Instagram. Instagram sebagai *platform* bagi setiap orang untuk mengekspresikan diri, termasuk dikalangan mahasiswa. Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat perbedaan signifikan yang terjadi antara pengguna aplikasi

Instagram laki-laki ataupun perempuan, perempuan lebih besar kemungkinannya dibanding laki-laki. Apakah benar ada perbedaan pengungkapan diri di Instagram terhadap perilaku pengungkapan diri berdasarkan jenis kelamin. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul “Perbedaan pengungkapan diri di Instagram berdasarkan jenis kelamin di Universitas “X”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan sebelumnya dapat diidentifikasi sebagai berikut;

- Bagaimana gambaran pengungkapan diri dilihat dari aplikasi Instagram pada mahasiswa Universitas “X”?
- Apakah terdapat perbedaan pengungkapan diri ditinjau dari jenis kelamin pada mahasiswa Universitas “X”?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, pembatasan masalah memfokuskan gambaran pengungkapan diri di instagram berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa di Universitas “X”.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan fenomena pengungkapan diri di latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah “ Bagaimana gambaran pengungkapan diri di Instagram berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa Universitas “X”.

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empirik gambaran pengungkapan diri di Instagram berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa di Universitas “X”

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoretik

Manfaat secara teoretik diantaranya

- Sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan berkaitan dengan fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat.
- Menjadi data referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan fenomena serupa.
- Menjadikan sumbangan yang bermanfaat dalam pengembangan psikologi di Indonesia.

1.6.2. Manfaat Praktis

- Bagi institusi perguruan tinggi

Dalam hal ini perguruan tinggi secara praktis dapat memanfaatkan temuan dari hasil penelitian sebagai masukan dalam melihat kehidupan mahasiswa dari pengungkapan diri. Disamping itu, penelitian ini juga bermanfaat sebagai sebuah pertimbangan bagi perguruan tinggi dalam menerapkan strategi penentu kebijakan sesuai dalam menyikapi pengungkapan diri dikalangan mahasiswa tentang apa yang diresahkan.

- Bagi mahasiswa

Secara praktis mahasiswa dapat menggunakan Instagram sebagai media pengungkapan diri dengan mengeluarkan ide, pendapat, gagasan, dan mengetahui hal yang baik dan tidak dalam melakukan pengungkapan diri. Mahasiswa mampu menumbuhkan kepekaan atas pengungkapan diri di media sosial Instagram.

