



Self Disclosure Pada Komunikasi Generasi Z

Eka Apriyanti ¹⁾; Sapta Sari ²⁾; Martha Heriniawzi Dianthi ³⁾

¹⁾ Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ eka.apriyanti@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [12 Mei 2024]

Revised [14 Juni 2024]

Accepted [22 Juni 2024]

KEYWORDS

Generation Z, DeVito Theory,
Self-Closure, Instagram

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Instagram dengan fiturnya telah mendorong Generasi Z untuk mengungkapkan diri. *Self-disclosure* di *Instagram* memiliki bentuk komunikasi yang unik. Individu dapat memilih untuk mengungkapkan aspek-aspek kehidupan pribadi mereka dengan berbagai tingkat keterbukaan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara Generasi Z membuka informasi tentang dirinya (*self disclosure*) yang seringkali tersembunyi sebagai bentuk komunikasi melalui media sosial *Instagram*. Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis sesuai dengan Teori DeVito. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposif sampling*. Hasil dari penelitian adalah bahwa *self disclosure* yang dilakukan informan cenderung akan sering dilakukan pada orang yang dikenal sesuai dengan aspek *amount* dalam Teori DeVito. Kelima informan telah memenuhi aspek *valence* dalam melakukan *self disclosure* dimana dengan menyampaikan ekspresi positif ataupun negatif di *Instagram* melalui konten foto dan video. *Self disclosure* kelima informan telah memenuhi aspek *accuracy/honesty* Teori DeVito dimana *self disclosure* sebagian besar berdasarkan kenyataan yang ada. Kelima informan telah memenuhi aspek *intention* Teori DeVito yaitu menyampaikan maksud dan tujuan walau dalam penerapannya berbeda. Setiap informan memiliki tingkat keakraban dan kedalaman materi *self disclosure* yang berbeda, tergantung dengan siapa *self disclosure* tersebut diungkapkan. Hal ini sejalan dengan aspek *intimacy* dari teori DeVito. *Self disclosure* yang dilakukan oleh kelima informan di media sosial *Instagram* telah memenuhi 5 aspek Teori DeVito yaitu *amount, valence, accuracy/honesty, intention dan intimacy*.

ABSTRACT

Instagram with its features has encouraged Generation Z to self-disclose. Self-disclosure on Instagram has a unique form of communication. Individuals can choose to reveal aspects of their personal lives with varying degrees of openness. The purpose of this research is to find out how Generation Z discloses information about themselves (self-disclosure) which is often hidden as a form of communication through Instagram social media. The type of research used by researchers is qualitative research with an analytical approach in accordance with DeVito's Theory. The sampling method uses purposive sampling method. The result of the study is that self-disclosure by informants tends to be often done to people who are known according to the amount aspect in DeVito's Theory. The five informants have fulfilled the valence aspect of self-disclosure by conveying positive or negative expressions on Instagram through photo and video content. The five informants' self disclosure has fulfilled the accuracy/honesty aspect of DeVito's Theory where self disclosure actions are mostly based on existing reality. The five informants have fulfilled the intention aspect of DeVito's theory, namely conveying their intentions and goals even though the application is different. Each informant has a different level of familiarity and depth of self-disclosure material, depending on who the self-disclosure is disclosed to. This is in line with the intimacy aspect of DeVito's theory. Self disclosure made by the five informants on Instagram social media has fulfilled 5 aspects of DeVito's theory, namely amount, valence, accuracy/honesty, intention and intimacy.

PENDAHULUAN

Generasi Z merupakan kelompok yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi. Mereka terlahir dan besar di era digital, yang memungkinkan mereka mengubah pola komunikasi, belajar, dan berkolaborasi. Generasi ini memiliki fleksibilitas dalam menghadapi teknologi yang terus berkembang dan menggunakan kecerdasan buatan, mesin canggih, dan sumber daya cloud untuk memperluas batasan dan memimpin perubahan di dunia digital.

Generasi Z terdiri dari individu yang berusia antara 28 tahun dan remaja yang memasuki pendidikan menengah atau universitas. Mereka dikenal sebagai generasi yang mahir dalam menggunakan teknologi dan gadget canggih. Generasi Z memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengakses dan mengolah informasi, dan mereka memiliki rasa ingin tahu yang tinggi di era digital yang terus berkembang.

Sebagian besar Generasi Z menghabiskan waktu lebih dari 6 jam per hari untuk menggunakan internet, terutama untuk mengakses media sosial. Media sosial seperti Instagram menjadi tempat bagi mereka untuk mengekspresikan diri dan mengungkapkan pemikiran, emosi, dan pandangan pribadi. Instagram adalah media sosial yang paling populer di antara Generasi Z di Indonesia, dengan fitur Reels dan InstaStory sebagai media utama untuk berbagi konten. Pengungkapan diri melalui media sosial,

seperti Instagram, dikenal sebagai "self disclosure". Generasi Z menggunakan media sosial ini sebagai wadah untuk mengomunikasikan pemikiran, perasaan, dan peristiwa pribadi mereka. Interaksi dan komunikasi Generasi Z di Instagram dapat memberikan wawasan berharga tentang cara mereka berkomunikasi dan faktor lingkungan sosial yang memengaruhi perilaku mereka.

Berbagai studi dan penelitian telah dilakukan untuk memahami self disclosure Generasi Z di Instagram. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut mengenai self disclosure pada komunikasi Generasi Z menjadi relevan. Dengan demikian, perkembangan teknologi informasi telah memberikan pengaruh besar bagi Generasi Z. Mereka secara aktif menggunakan media sosial, terutama Instagram, untuk mengungkapkan diri dan berkomunikasi. Studi lebih lanjut tentang self disclosure pada komunikasi Generasi Z dapat memberikan wawasan yang berharga tentang tren komunikasi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "cara Generasi Z mengungkap dirinya sebagai bentuk komunikasi melalui media sosial *Instagram*."

LANDASAN TEORI

Generasi Z

Generasi Z beda dari Gen X dan Y karena mereka lahir di era majunya Internet. Generasi ini lebih mahir teknologi, tapi kurang sabar. Gen Z lahir tahun 1996-2010. Singh and Dangmei (2016) berpendapat bahwa Generasi Z adalah generasi paling unik, dengan keragaman dan mahir teknologi yang disebabkan mereka lahir disaat internet menjadi budaya yang global.

Nagy dalam (Csobanka, 2016) menyatakan bahwa "Generasi Z mempunyai karakteristik sebagai pengguna media sosial dan internet, memiliki kecakapan dalam teknologi, bersifat toleran dan fleksibel sebagai akibat perubahan dan perbedaan yang sering terjadi, berkomunikasi dengan medsos, *multitasking*, suka semua hal yang instant, serta cenderung bergaul dalam komunitas jejaring sosial di internet.

Hasil temuan *Generational White Paper* (2011), diperoleh gambaran bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan tidak sabar, pola pikir serba instan, butuh perhatian lebih, tergantung pada teknologi dan egois, penyendiri, banyak tuntutan, serakah, materialistik dan merasa menjadi generasi yang paling berhak

Self Disclosure

DeVito (2010) mengungkapkan definisi *self disclosure* sebagai "suatu bentuk komunikasi di mana individu membuka informasi tentang dirinya yang seringkali tersembunyi. Johnson dalam (Supratiknya, 2016) menyatakan bahwa *self disclosure* ialah memberi atau memberitahu orang lain tentang pengalaman masa lalu dan menceritakan perasaan orang lain tentang apa yang dikatakan atau dilakukan, atau perasaan tentang peristiwa yang dilihat orang.

DeVito (2010) memaparkan karakteristik *self disclosure* sebagai berikut :

- Self disclosure* adalah bentuk komunikasi terkait informasi diri yang secara umum disembunyikan dan diungkap kepada orang lain,
- Self disclosure* adalah informasi diri berupa pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain dan harus di ungkapkan agar diketahui,
- Self disclosure* adalah informasi tentang apa yang dipikir, dirasa dan ungkapan sikap individu tersebut kepada orang lain,
- Self disclosure* dapat bersifat informasi khusus dimana secara pribadi rahasia mengungkapkan rahasia kepada orang lain dan rahasia tersebut tidak diketahui banyak orang.
- Self disclosure* informasi *self disclosure* harus dapat diterima dan dimengerti oleh individu lain.

Aspek-Aspek Self Disclosure

DeVito (2011) merumuskan bahwa terdapat lima aspek didalam *self disclosure*, yaitu:

- Amount*, yaitu banyaknya *self disclosure* dapat dihitung dengan banyaknya frekuensi dengan siapa dan berapa durasi yang dibutuhkan untuk proses mengungkap dirinya pada orang lain
- Valence*, valensi adalah tentang nilai positif atau negatif dari *self disclosure*. Seseorang dapat mengungkap tentang sesuatu yang menyenangkan atau sebaliknya, memuji atau menjelekkan tentang dirinya.
- Accuracy/Honesty*, yaitu ketepatan dan kejujuran seseorang saat melakukan pengungkapan diri.
- Intention*, seberapa luas individu mengungkapkan apa yang ingin disampaikan dan seberapa besar kesadaran individu untuk mengendalikan informasi hasil reaksi dari orang lain.
- Keakraban/*Intimacy*, yaitu individu dapat mengungkapkan detail yang paling intim dari hidupnya, hal-hal yang dirasa sebagai impersonal atau hal yang hanya bohong

Menurut DeVito (2010), faktor-faktor yang berpengaruh pada *self disclosure* adalah :



- a. Besar kelompok; Kelompok kecil akan lebih memudahkan individu untuk melakukan *self disclosure* dibandingkan dengan kelompok yang besar. Dua orang merupakan jumlah kelompok yang paling ideal untuk dilakukannya *self disclosure*, dimana pelaku *self disclosure* akan lebih meresapi tanggapan pendengar atas tindakan *self disclosure* nya.
- b. Perasaan menyukai; Derlega dkk dalam (DeVito, 2010) menyatakan bahwa seorang individu cenderung akan lebih mengungkapkan dirinya pada orang yang dikenal atau dicintainya daripada orang yang tidak disukainya dengan pertimbangan orang yang disukainya cenderung akan mendukung dan menanggapi secara positif.
- c. Efek *diadik*; yaitu orang yang bersama individu yang melakukan *self disclosure* akan mendorong individu tersebut juga melakukan *self disclosure*. Hal ini disebabkan karena faktor merasa aman untuk mengungkapkan diri karena merasa tidak sendiri melakukannya.
- d. Kompetensi; James McCroskey dan Lawrence Wheelless (DeVito, 2010) mengungkapkan bahwa "individu yang memiliki kompetensi dan merasa dirinya lebih layak mengungkapkan diri dibandingkan orang lain karena faktor kepercayaan diri untuk memanfaatkan *self disclosure*."
- e. Kepribadian; "individu *ekstrovert* yang memiliki tingkat pergaulan yang baik, tingkat intensitas tindakan *self disclosure* nya akan lebih tinggi dibandingkan individu *introvert* yang cenderung susah bergaul."
- f. Topik; setiap individu cenderung lebih mudah menyampaikan informasi bersifat positif dibandingkan informasi negatif. Makin buruk informasi, maka makin sulit individu untuk mengungkapkannya.
- g. Jenis kelamin; Wanita lebih mudah melakukan *self disclosure* dibandingkan pria. Judy Pearson dalam (DeVito, 2010) berpendapat bahwa jenis kelamin dalam arti biologis bukanlah penyebab perbedaan *self disclosure*, melainkan peran seks"

DeVito (2010) berpendapat bahwa terdapat beberapa manfaat individu melakukan *self disclosure* yaitu

- a. Pengetahuan diri; dengan *self disclosure* individu mendapat cara pandang yang baru mengenai dirinya dan memperoleh kesadaran terhadap perilakunya.
- b. Kemampuan mengatasi kesulitan; *self disclosure* menyebabkan dorongan kepada individu untuk memiliki kemampuan yang lebih untuk mengatasi suatu masalah, khususnya dalam hal perasaan bersalah.
- c. Efisiensi komunikasi; *self disclosure* dapat memperbaiki komunikasi.
- d. Dengan pengungkapan diri, individu akan memahami lebih memahami orang lain termasuk memahami pesan yang disampaikan orang tersebut.
- e. Kedalaman hubungan; *self disclosure* merupakan bentuk pembuktian rasa percaya, bentuk menghargai dan bentuk kepedulian individu terhadap orang lain. *Self disclosure* yang dilakukan individu akan mendorong reaksi orang lain merasa lebih dekat dan membuka dirinya untuk menjalin suatu hubungan.

Media Sosial dan Instagram

Media sosial merupakan sebuah bentuk media yang dimanfaatkan oleh orang untuk berbagi tulisan, visual, bunyi/suara, dan video informasi, baik itu dilakukan oleh individu maupun perusahaan. (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016)."

Nasrullah R. (2017) menjelaskan pengertian media sosial sebagai media internet yang memberi kesempatan kepada penggunanya untuk menyampaikan presentasi dirinya maupun berhubungan, bekerja sama, berbagi informasi dengan pengguna lain sehingga terbentuk hubungan sosial secara virtual. Terdapat tiga macam bentuk yang menjelaskan makna bersosial adalah "pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*)."

(Nasrullah R., 2017) Media sosial memiliki karakteristik berupa pesan yang disampaikan tidak untuk satu orang saja melainkan juga dapat untuk berbagai banyak orang, seperti pesan SMS ataupun internet; pesannya bersifat bebas, tidak melalui suatu jembatan penghubung (*Gatekeeper*); pesan yang disampaikan memiliki proses yang lebih cepat dibanding media lainnya; dan waktu interaksi ditentukan oleh penerima pesan.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia. Kata *Instagram* berasal dari perpaduan dua kata "instan" atau "insta", dan "gram" yang berasal dari kata *telegram*. Kata "insta" merujuk pada kamera *polaroid* yang dulu lebih dikenal dengan "foto instan". Sedangkan kata "gram" terinspirasi dari fungsi *telegram* sebagai media pengirim informasi dengan cepat. Media sosial *Instagram* memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto-foto dengan tampilan secara instan. *Instagram* merupakan aplikasi media sosial berbasis foto yang memungkinkan orang untuk berbagi dan mengambil foto, atau menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk *Instagram* itu sendiri

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif menggambarkan data menjadi kata-kata, bukan angka, untuk memahami fenomena alami informan penelitian. (Moleong, 2017). Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh data rinci tentang keterbukaan Gen Z dalam berkomunikasi. Metode ini berfokus pada pengalaman manusia untuk mendapatkan pengetahuan baru dan menjelaskan fenomena. Secara umum terdapat dua fokus dalam penelitian fenomenologi yaitu 1) *Textural description* : pengalaman subjek penelitian sehubungan dengan fenomena tersebut. Hal ini mencakup aspek obyektif, data nyata, dan apa yang terjadi secara empiris; dan 2) *Structural description* : bagaimana subjek mengalami dan menafsirkan pengalamannya mencakup aspek yang berkaitan dengan pendapat, penilaian, perasaan, harapan, dan reaksi subjektif subjek penelitian terkait pengalaman tersebut. Untuk menganalisa data, peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, display data dan verifikasi data dengan pendekatan teori aspek-aspek *self disclosure* DeVito. Informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Kelas A dimana untuk menentukan sampel digunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sampel penelitian dipilih atas dasar pertimbangan yang ditetapkan dan dianggap cocok dengan karakteristik sampel (Sugiyono, 2020). Untuk penentuan informan, peneliti menetapkan kriteria informan sebagai berikut :

1. Informan merupakan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dehasen Bengkulu Angkatan 2020.
2. Memiliki usia 18-24 tahun
3. Memiliki media sosial *Instagram* dan aktif mengunggah *Reels Story* atau *Insta Story*
4. Memiliki viewer minimal 500 viewer

Berdasarkan kriteria tersebut maka peneliti telah memilih dan menetapkan informan penelitian sebagai berikut :

Tabel 1 Data Informan Penelitian

No	Nama Informan	Smt /Kls	Umur	Nama Akun	Jml Pengikut
1.	Salza Leza Octamadian	VIII/A	22	salsaoctamadian	2.674
2.	Meysa Dwivanti	VIII/A	21	meysadv	1.129
3.	Aghisty Firan	VIII/A	22	aghstyfiran	1.574
4.	Anisatul Azizah	VIII/A	21	azenisa361	1.139
5.	Indah Gita Cahyani	VIII/A	23	igitacy	21.6k

Sumber : Data diolah 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Csobanka, (2016) menyatakan bahwa "Generasi Z mempunyai karakteristik sebagai pengguna media sosial dan internet, memiliki kecakapan dalam teknologi, bersifat toleran dan fleksibel sebagai akibat perubahan dan perbedaan yang sering terjadi, berkomunikasi dengan medsos *multitasking*, suka semua hal yang instant, serta cenderung bergaul dalam komunitas jejaring sosial di internet. Kelima informan dalam penelitian ini merupakan representatif dari Generasi Z yang ditunjukkan dengan karakter informan sebagaimana dijelaskan di atas. Berkaitan dengan *self disclosure*, peneliti telah melakukan wawancara kepada kelima informan dan melakukan observasi perilaku *self disclosure* kelima informan di media sosial *Instagram* masing-masing berdasarkan teori DeVito. Berikut hasil observasi dan wawancara kelima informan :



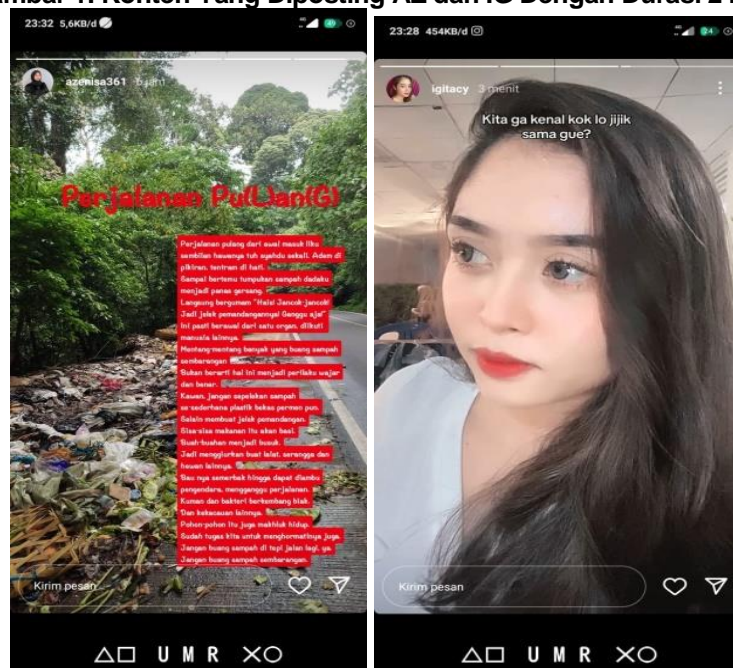
Tabel 1 Penilaian Lima Aspek DeVito Terhadap Perilaku Informan

No	Nama Informan	Amount	Valence	Accuracy	Intention	Intimacy
1	Indah Gita	24 jam	Positif	Tidak	Semua orang	Privacy Mode
2	Salza Leza	4 jam	Positif	Tidak	Khusus	Privacy Mode
3	Meysa Dwi V	24 jam	Negatif	Real	Khusus	Privacy Mode
4	Anisatul Azizah	24 jam	Positif	Tidak	Semua orang	Privacy Mode
5	Aghisty Viran M	2 jam	Negatif	Tidak	Khusus	Privacy Mode

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari temuan ini maka dimensi *self disclosure* "amount" sesuai Teori DeVito membuktikan menjadi salah satu faktor yang menjadi alasan banyaknya frekuensi *self disclosure* dilakukan informan. Dari pernyataan ke 5 informan menunjukkan bahwa 3 di antaranya mem-posting dengan durasi 24 jam sementara dua informan memposting hanya 2 sampai 4 jam saja, itu artinya kecenderungan yang sering di lakukan Gen Z memposting selama 24 jam ,Sementara terkait durasi waktunya tergantung dari tujuan dilakukannya *self disclosure*. Untuk informan yang frekuensi melakukan *self disclosure* nya tidak terpengaruh oleh faktor yang dikenal atau tidaknya seseorang, peneliti pandang itu dikarenakan faktor kepercayaan diri yang sangat tinggi pada diri mereka dan faktor motivasi yang mendorong mereka untuk terbuka.

Gambar 1. Konten Yang Diposting AZ dan IG Dengan Durasi 24 jam



Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap konten pada akun informan, kecenderungan konten *self disclosure* kebanyakan ditujukan kepada teman-teman dari informan. Dari wawancara diketahui bahwa pengikut akun informan rata-rata adalah teman-teman, atau orang dalam satu komunitas.

Untuk aspek *valence*, Dari hasil wawancara kelima informan, diperoleh gambaran umum bahwa sebagian besar *self disclosure* berkaitan dengan pendapat, pikiran dan tentang apa yang mereka rasakan baik itu senang, susah, sedih, takut dan sebagainya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa materi konten kelima informan cenderung sama yaitu konten bersifat positif ataupun negatif tergantung kondisi atau keadaan hati informan saat mengunggah konten.

Gambar 2 . Konten Yang Diposting AG Bersifat Negatif (Sedih)



Terkait dengan aspek *honesty* berdasarkan apa diungkapkan kelima informan, diketahui bahwa konten self disclosure cenderung jujur. Apabila terdapat konten yang tidak jujur atau tidak tepat itu dikarenakan adanya motif dari informan untuk melakukannya dan intensitasnya sangat jarang dilakukan.

Gambar 3. Konten MD Yang Tidak Sesuai Dengan Kondisi Sebenarnya



Untuk aspek *intention*, berdasarkan wawancara kepada lima informan diketahui bahwa informan memiliki niat atau tujuan atas diunggahnya konten tersebut. Hanya cara penyampaian niat atau tujuan tersebut berbeda pada setiap informan. Ada niat dan tujuan konten dapat mudah dimengerti orang yang melihatnya dan ada konten yang niat dan tujuannya ditunjukkan dalam bentuk simbol konotatif yang perlu proses untuk memahaminya.

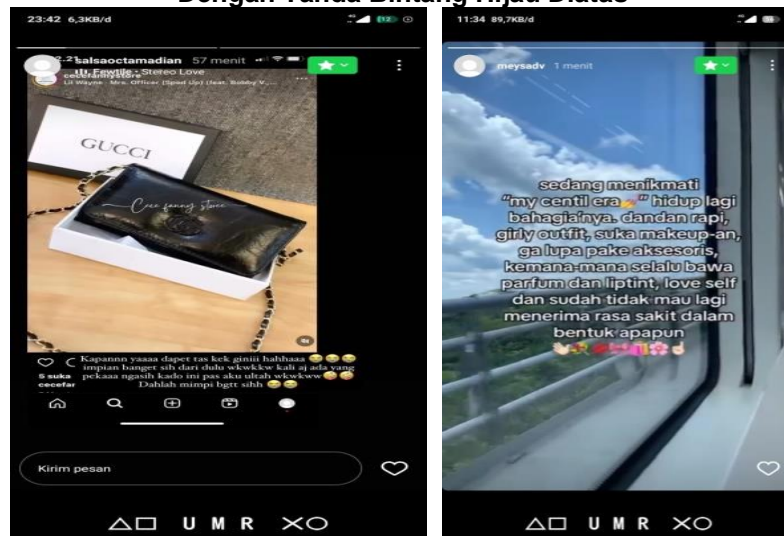


Gambar 4 Konten Ag Yang Tidak Dapat Secara Tegas Dan Jelas Niat Dari Diunggahanya Konten



Berkaitan dengan aspek *intimacy*, setiap informan memiliki kecenderungan yang sama, dimana konten yang menurut informan bersifat pribadi, akan diunggah dengan pengaturan instagram terbatas. Terbatas disini dalam arti, konten yang dikirim hanya dapat dilihat oleh orang-orang tertentu yang sudah dipilih oleh informan.

Gambar 5. Konten SZ dan MD Yang Membantasi Pengikut Yang Dapat Melihat Konten, Ditandai Dengan Tanda Bintang Hijau Diatas



Pembahasan

Dari uraian dan menilai karakter dapat disimpulkan dari aspek *amount* bahwa frekuensi dan durasi *self disclosure* akan dipengaruhi kepada siapa *self disclosure* dituju. Semakin dikenal orang dituju maka makin banyak frekuensi dan makin lama durasi *self disclosure* dilakukan. Namun hal ini juga dipengaruhi faktor kepribadian dan sosial budaya pelaku *self disclosure*. Kecenderungan ini dapat dilihat dari *self disclosur* dari kelima informan. Frekuensi dan durasi *self disclosure* yang dilakukan informan cenderung lebih banyak dan lebih lama pada orang yang dikenalnya. Sedangkan untuk informan IG, karena kepercayaan diri yang tinggi dan latar belakang sosial budayanya mendorong dirinya lebih sering melakukan *self disclosur* lebih banyak dan lebih lama dari informan lainnya.

Bedasarkan hasil wawancara terhadap informan tersebut maka apabila dianalisa dari sisi aspek *valence* maka dapat disimpulkan bahwa apa yang dilakukan oleh kelima informan telah memenuhi kriteria Teori DeVito. Dimana 3 informan mengungkapkan *self disclosur* positif dan 2 di antaranya mengungkapkan negatif. Cara mereka mengekspresikannya di *Instagram* juga memiliki kesamaan, yaitu melalui konten foto dan video baik itu di *Reel* maupun di *Instagram Story*. Yang membedakan adalah tema apa

yang diungkapkan dan cara mereka mengungkapkannya. Ada beberapa informan yang mengungkapkan secara tegas yang dapat langsung dipahami oleh orang yang melihat konten, namun ada juga yang mengungkapkannya dalam bentuk simbol-simbol yang dianggapnya mewakili perasaan dari informan, seperti foto

Kecenderungan yang dilakukan informan dalam aspek ini adalah, *self disclosure* yang dilakukan cenderung lebih banyak bersifat positif dibandingkan negatif. Hal ini dianggap sesuatu yang wajar, dikarenakan untuk melakukan *self disclosure* bersifat negatif lebih sulit dilakukan dikarenakan setiap informan memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri.

Aspek "*accuracy/honesty*" lebih menekankan apakah konten yang diungkap oleh informan adalah sebuah kebenaran yang nyata atau sebuah kebohongan. Berdasarkan hasil analisis terhadap hasil wawancara kepada semua informan maka dapat diketahui bahwa 4 informan menunjukkan bahwa apa yang diungkapkan oleh informan cenderung tidak benar, namun karena suatu motif tertentu tidak selamanya *self disclosure* yang mereka lakukan tepat dan jujur. Dan apabila dibandingkan dengan ungkapan yang tepat dan jujur, ungkapan yang tidak tepat dan tidak jujur intensitasnya jarang terjadi.

Mencermati jawaban informan terhadap kontennya yang dikategorikan tidak jujur, maka dapat disimpulkan karena motif sebagai berikut :

- a. Konten yang diunggah IG yang tidak sesuai dengan kenyataan dipengaruhi oleh motif IG untuk "membentuk persepsi" pengikutnya bahwa IG dalam kondisi "baik-baik" saja, walau pada kenyataannya tidak demikian.
- b. SZ mengunggah konten tentang seseorang yang tidak sesuai dengan isi perasaannya dikarenakan "faktor norma etika" persahabatan dalam rangka menjaga perasaan.
- c. AG mengunggah konten "galau" walau sebenarnya dia tidak sedang galau dalam rangka mencoba "mencari perhatian" pengikutnya.
- d. AZ mengunggah konten tentang seseorang yang disukainya untuk membentuk kesan "cuek" terhadap orang tersebut. Hal ini dikarenakan motif "harga diri". Sebagai wanita, AZ berusaha menjaga pandangan orang terhadap dirinya.
- e. MD mengunggah konten yang menggambarkan dirinya sedang jalan-jalan walaupun sebenarnya sedang dirumah. Hal ini dalam rangka membentuk penilaian pengikutnya bahwa MD memiliki aktifitas yang dinamis.

Dari keseluruhan motif yang menyebabkan informan tidak jujur dalam mengunggah kontennya, penulis nilai tidak dalam rangka membentuk citra diri secara permanen, melainkan hanya untuk kondisi-kondisi tertentu. Berdasarkan hal tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa kejujuran seseorang dalam melakukan *self disclosure* cenderung dipengaruhi oleh batasan-batasan dan motif-motif seperti norma etika, harga diri, menjaga persepsi dan membentuk penilaian orang.

Berdasarkan analisa terhadap hasil wawancara dan observasi pada aspek intention maka dapat di simpulkan ke 3 informan melakukan *self disclosure* selalu memiliki maksud dan tujuan khusus untuk orang tertentu, Adapun 2 informan mengungkapka *disclosure* cenderung dipengaruhi oleh karakteristik individu, pengalaman hidup, nilai-nilai personal, dan konteks situasional mempengaruhi bagaimana seseorang menyampaikan maksud dirinya dalam melakukan *self disclosure*. AZ, IG dan AZ cenderung mengunggah konten yang memiliki maksud dan tujuan yang jelas dan dapat dipahami pengikutnya dengan sekali melihat konten. Hal ini disebabkan karena konten yang diunggah lebih banyak bersifat umum dan tidak terlalu *privacy*. Sedangkan AG dan MD konten yang diunggah membutuhkan pemahaman lebih dalam untuk mengerti maksud dan tujuannya oleh pengikutnya.

Berdasarkan hasil wawancara terkait aspek *intimacy* maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa ke lima informan memiliki batasan tingkat keakraban dan kedalaman emosi dalam terlaksananya *self disclosure*. Makin akrab seorang *self disclosure* terhadap seseorang maka kedalaman materi *self disclosure* cenderung juga makin intim. Hal ini sesuai dengan aspek *intimacy* yang diungkapkan dalam teori DeVito.

Penerapan aspek *intimacy* pada konten yang diunggah kelima informan terlihat pada pembatasan atau penyaringan pengikut yang dapat melihat konten tertentu yang dilakukan informan, dengan memanfaatkan fitur *filter* pada *Instagram*. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa unggahan konten-konten yang lebih bersifat pribadi/intim hanya dilakukan untuk orang-orang tertentu yang dianggap informan dekat, akrab atau intim dengannya. Apa yang disampaikan informan dalam wawancara dan hasil observasi penulis terhadap konten bersifat pribadi yang diunggah informan menunjukkan adanya kesesuaian dengan aspek *intimacy* pada teori DeVito.

Adapun konten yang diunggah untuk orang-orang tertentu biasanya dianggap bersifat pribadi, sensitif atau bersifat rahasia dan tidak diketahui oleh banyak orang. Adapun maksud dan tujuan dari diunggahnya konten tersebut biasanya mengharapkan reaksi dari orang yang dituju dalam bentuk respon dukungan, empati atau reaksi-reaksi lain tergantung konten yang diunggah.



Metode lain yang dilakukan informan untuk mengungkapkan sesuatu yang bersifat pribadi/intim di *Instagram* yaitu dengan mengunggah konten tersebut di akun bayangan (*second account*) *Instagaram*. *Second Acoount* adalah akun *Instagram* yang dibuat informan dan bukan sebagai akun utama dan biasanya akun tersebut tidak diketahui oleh banyak orang melainkan hanya diketahui oleh informan sendiri dan orang-orang yang dianggapnya dekat. Dengan adanya *second account*, informan dapat mengunggah konten yang bersifat pribadi/intim kepada banyak orang tanpa dirinya khawatir diketahui identitas dirinya oleh orang-orang yang dikenalnya. Dengan begitu informan dapat memperoleh reaksi dari banyak orang terhadap konten yang di unggah oleh ke 5 informan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan terhadap analisis hasil wawancara kelima informan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa *self disclosure* yang dilakukan oleh kelima informan di media sosial *Instagram* telah memenuhi 5 aspek Teori DeVito dengan uraian penjelasan sebagai berikut :

- Self disclosure* akan sering informan lakukan apabila dilakukan pada orang yang mereka kenal dan hal ini memenuhi ketentuan aspek *amount* pada Teori DeVito.
- Kelima informan telah melakukan *self disclosure* baik itu *self disclosure* yang bersifat negatif ataupun positif dengan cara pengungkapan melalui foto, video dan *caption* di *Instagram*. Hal ini memenuhi aspek *valence* pada Teori DeVito.
- Sebagian besar pengungkapan diri yang dilakukan kelima informan adalah berdasarkan kenyataan yang ada. Ketidak tepatan dan ketidak jujuran *self disclosure* yang dilakukan dikarenakan motif tertentu dan tidak bersifat dominan. Hal ini sesuai dengan aspek *accuracy/honesty* pada Teori DeVito.
- Setiap informan dalam melakukan *self disclosure* memiliki maksud dan tujuan sesuai dengan aspek *intention* pada Teori DeVito. Dalam penerapan penyampaian maksud dan tujuan informan terdapat perbedaan dimana dipengaruhi oleh karakteristik individu, pengalaman hidup, nilai-nilai personal, dan konteks situasional.
- Tingkat keintiman dan kedalaman materi *Self disclosure* yang dilakukan informan akan berbeda-beda tergantung tingkat keakraban pelaku *self disclosure* dengan orang tersebut. Makin akrab pelaku *self disclosure* dengan seseorang, maka makin intim dan makin dalam materi *self disclosure* yang dilakukan. Hal ini sesuai dengan aspek *intimacy* pada Teori DeVito.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kelima informan terbukti melakukan *self-disclosure* sesuai dengan 5 aspek teori DeVito, yaitu *amount*, *valence*, *accuracy*, *intention*, dan *intimacy*, di mana kelima informan secara sukarela mengungkapkan informasi pribadi tentang dirinya kepada orang lain

Saran

Berdasarkan apa yang telah peneliti coba pahami dan apa yang peneliti jalani dalam penulisan penelitian ini maka saran yang dapat peneliti berikan adalah :

- Penelitian berkaitan dengan fenomena perilaku manusia berkaitan dengan dampak kemajuan teknologi masih tergolong sedikit dan belum menyentuh dasar permasalahan. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut khususnya dengan tema penelitian yang peneliti lakukan dengan metode pendekta yang berbeda sehingga diperoleh berbagai gambaran yang dapat menjadi bahan referensi.
- Keterbatasan terhadap ruang lingkup penelitian yang peneliti lakukan hanya memberikan gambaran fenomena dalam lingkup kecil yaitu Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Unived Tahun 2020 dan belum dapat menjadi acuan baku terhadap fenomena *self disclosure*. Oleh sebab itu besar harapan peneliti agar ada penelitian sejenis dengan ruang lingkup penelitian yang lebih luas yang dapat menjadi bahan acuan baku terhadap fenomena *self disclosure*.

DAFTAR PUSTAKA

- Csobanka, Z. E. (2016). The Z Generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 6(2).
<https://doi.org/10.1515/atd-2016-0012>
- Devito, J. A. (2011). Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima. In *Komunikasi Antarmanusia. Kuliah Dasar*. Dr. Rulli Nasrullah, M. S. (2017). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016.
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding The Generation Z: The Future Workforce. *South - Asian Journal of Multidisciplinary Studies*.

Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March). Alfabeta.
Supratiknya, A. (2016). *Komunikasi Antarpribadi Tinjauan Psikologi*. Kanisius.