

## PERILAKU SELF DISCLOSURE MAHASISWA KOTA BANDUNG MELALUI INSTAGRAM

### *BANDUNG STUDENT'S SELF DISCLOSURE BEHAVIOR THROUGH ON INSTAGRAM*

Shawila Nolanda Destiano Lestari<sup>1</sup>, Nurru Alfi Fazri Furau'ki<sup>2</sup>, Ferry  
Darmawan<sup>3</sup>, dan Nurrahmawati<sup>4</sup>

<sup>1234</sup> Universitas Islam Bandung

Email : nurrualfi@gmail.com

#### **ABSTRACT**

*Today's social media cannot be separated from daily activities, so that currently the penetration of social media is increasing and giving birth to a new phenomenon, namely the disclosure of one's identity or self-disclosure through social media, especially Instagram. This phenomenon encourages researchers to study the behavior of students in the city of Bandung in expressing their identity. This study used a qualitative method with a constructivist paradigm and a phenomenological approach, while determining the subject using purposive sampling technique, namely three students from three universities in Bandung and active users of Instagram. Data collection was carried out by interview and observation to strengthen research data. The results showed that self-disclosure through social media Instagram was carried out only in the open self area starting with a sense of wanting to share moments, experiences and feelings to be shared through social media. With the aim of simply sharing information with followers, while maintaining a confidential identity which is a personal identity and can lead to misunderstanding.*

**Keywords:** *Self Disclosure; Johari Window; Instagram; Student*

#### **ABSTRAK**

Media sosial masa kini tidak terlepas dari aktivitas sehari-hari, sehingga saat ini penetrasi media sosial semakin meningkat dan melahirkan fenomena baru yaitu pengungkapan identitas seseorang atau *self disclosure* melalui media sosial khususnya Instagram. Fenomena tersebut mendorong peneliti untuk mengkaji perilaku mahasiswa yang berada di Kota Bandung dalam mengungkapkan jati dirinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan pendekatan fenomenologi, adapun penentuan subjek dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu tiga orang mahasiswa yang berasal dari tiga perguruan tinggi Kota Bandung dan pengguna aktif Instagram. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi untuk memperkuat data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan pengungkapan diri melalui sosial media Instagram dilakukan hanya pada area *open self* diawali dengan rasa ingin berbagi momen, pengalaman dan perasaan serta dianggap layak untuk dibagikan melalui media sosial. Dengan tujuan sekedar berbagi informasi dengan pengikut, dengan tetap menjaga rahasia jati diri yang merupakan identitas pribadi dan dapat menimbulkan kesalahpahaman.

**Kata-kata Kunci:** *Self Disclosure*; Johari Window; Instagram; Mahasiswa

**PENDAHULUAN**  
Kehadiran *new media* pada saat ini memberikan pengaruh yang besar pada berbagai tatanan kehidupan, salah satunya yaitu pada perilaku individu dalam mengungkapkan jati diri yang tidak hanya dapat dilakukan secara langsung di dunia nyata tetapi melalui media sosial seperti halnya Instagram.

Kemudahan dalam berbagi informasi melalui Instagram berupa foto, video, maupun *captions* serta dilengkapi dengan fitur pendukung lainnya seperti IG *story*, IG TV, Stiker, dan lainnya menimbulkan keragaman cara untuk berkomunikasi untuk menyampaikan informasi sehingga menjadikan informasi dapat dikemas semakin menarik oleh penggunaannya untuk saling berbagi informasi ataupun aktivitasnya kepada jaringan atau *pengikut* nya. Instagram sebagai salah satu media sosial yang sangat digandrungi dari berbagai kalangan saat ini dan membuat dapat berpotensi bagi individu untuk mengungkapkan dirinya dengan sangat cepat (Mahardika & Farida, 2019).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti dari Universitas Wisconsin, Amerika Serikat menunjukkan 70 persen dari respondennya memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana untuk mengekspresikan diri (Widiastuti, 2018). Sehingga dapat diketahui bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk menjalin pertemanan, namun juga sebagai media ekspresi diri.

Hasil survei We Are Social dan Hootsuite (2020:16) penggunaan media sosial di Indonesia pada tahun 2020 menyatakan bahwa pengguna aktif Instagram mencapai 63 juta jiwa dengan persentase laki-laki 49,2 persen dan perempuan 50,8 persen, hal tersebut menjelaskan bahwa

seperempat total penduduk Indonesia menggunakan media sosial Instagram.

Adanya peningkatan penetrasi media sosial membuat Indonesia menjadi penetrasi sosial media terbesar di dunia salah satunya Instagram. Hal tersebut semakin menguatkan realitas yang terjadi pada saat ini bahwa pengguna media sosial Instagram banyak yang menggunakan, bahkan sering kali ditemukan seseorang dapat memiliki dua hingga lebih akun Instagram.

Berikut penelitian yang mengkaji terkait dengan *Self Disclosure* menurut (Arslan & Kiper, 2018) bahwa hasilnya mengungkapkan interaksi yang signifikan antara volume total *Self Disclosure* yang diterima dan proporsi pengungkapan dangkal untuk menyukai dan kepuasan hubungan. Responden yang menerima volume *Self Disclosure* yang relatif lebih besar, proporsi *Self Disclosure* dangkal yang diterima berbanding terbalik dengan kepuasan dan kesukaan hubungan. Adapun hasil penelitian sejenis yang dilakukan oleh Sagiyanto & Ardiyanti (2018) mengungkapkan sebuah komunitas memanfaatkan media sosial memenuhi kebutuhan aktualisasi diri dan melalui bentuk *quotes* dakwah atau inspirasi, hal tersebut juga sekaligus menjadi ajang dalam mencurahkan perasaan, pikiran, dan pengalaman hidup para anggotanya.

Penelitian mengenai *Self Disclosure* juga diteliti oleh (Masaviru, 2016) *Self-Disclosure* adalah tindakan mengungkapkan detail tentang diri kita kepada orang lain, topik pengungkapan berkisar dari perincian dangkal hingga informasi yang sangat pribadi, sensitif, dan pribadi.

Realitas tersebut mendorong peneliti untuk mengkaji perilaku *Self Disclosure* melalui Instagram yang dilakukan oleh mahasiswa Kota

Bandung dari kampus yang berbeda. Mengingat saat ini Instagram banyak digunakan oleh generasi muda khususnya mahasiswa untuk saling bertukar informasi, menyalurkan bakat maupun potensi dan membangun *networking* melalui jaringan *followers* nya.

Kemudahan yang ditawarkan media sosial menarik perhatian penggunanya dalam menyampaikan opini, sikap, perasaan, ataupun kegiatan sehari-hari seperti halnya oleh mahasiswa yang memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk membangun *networking* namun juga berbagi pemikiran. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa 70 persen pelajar merasa bahwa teknologi harus disesuaikan dengan diri mereka sebagai pengguna media sosial. Sehingga setiap media, pada umumnya memiliki karakteristik pengguna yang berbeda-beda.

Berdasarkan paparan tersebut peneliti mengkaji lebih jauh mengenai "Bagaimana Perilaku *Self Disclosure* Johari Window pada Mahasiswa kota Bandung melalui media sosial instagram?" dengan tujuan 1) Mengetahui cara mahasiswa mengkomunikasikan *Open Self* melalui Instagram, 2) Mengetahui *Hidden Self* mahasiswa kota Bandung yang tetap dijaga, 3) Mengetahui makna dari ketidaksadaran *Blind Self* dalam memposting konten mahasiswa kota Bandung di Instagram, dan terakhir 4) Mengetahui informasi *Unknown Self* mahasiswa kota Bandung yang tidak diketahui oleh para *followers* nya dengan menggunakan Teori *Self Disclosure* dari Johari Window serta mengungkapkan makna dibalik *Self Disclosure* melalui Instagram.

Penelitian ini dilandasi karena banyaknya fenomena pengungkapan diri yang di lakukan oleh user media sosial Instagram dalam mengunggah

kehidupan sehari-harinya ataupun pandangannya atas sebuah peristiwa yang di mana saat ini tidak hanya dapat disampaikan secara tatap muka namun juga melalui media sosial Instagram. Secara tidak disadari individu sedang berupaya untuk menggambarkan penggunanya.

Sehingga hal tersebut tertarik untuk dikaji untuk mengetahui upaya perilaku *self-disclosure* melalui penggunaan sosial media instagram. Adapun mengapa mahasiswa Kota Bandung yang menjadi sasaran penelitian ini dikarenakan Kota berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh APJII Kota Bandung menjadi salah satu ibu kota provinsi yang memiliki penetrasi internet hingga mencapai 82,5 persen (Bisnis.com, 2020).

Selain itu, pertimbangan pemilihan mahasiswa sebagai sasaran penelitian karena lazimnya mahasiswa saat ini media sosial menjadi hal yang lazim digunakan oleh mahasiswa salah satunya Instagram. Menurut Binar Saha Guna (2017:12) mengungkapkan bahwa kota Bandung merupakan salah satu wilayah penetrasi media sosial tertinggi di Provinsi Jawa Barat salah satunya Instagram sebagai media sosial banyak digunakan oleh kalangan mahasiswa.

### **Komunikasi Massa**

Bittner dalam (Rakhmat, 2009) menyatakan bahwa media massa adalah media untuk mengkomunikasikan pesan kepada khalayak yang luar. Pada umumnya yang menjadi khalayak dalam komunikasi massa bersifat anonim dan tidak homogen, sehingga penyampaian pesan tidak hanya diterima oleh orang-orang yang dikenal tetapi juga dapat dilihat oleh orang yang tidak dikenal.

Komunikasi massa merupakan serangkaian tindakan komunikasi dimana pesan-pesan ditransmisikan ke sasaran *audience* dan tersebar luas, dengan medium yang beragam seperti koran, majalah, televisi, radio, dan internet. (Adler & Rodman, 2006: 8). Sebagaimana dengan media sosial memiliki karakteristik dapat mentransmisikan pesan kepada khalayak luas.

Perubahan dan pergeseran komunikasi saat ini lebih memudahkan seseorang dalam berkomunikasi tanpa mengenal batas ruang dan waktu. Memasuki wilayah komunikasi yang baru dengan bantuan jaringan internet memudahkan komunikasi dalam skala global.

### **New Media**

Media baru memiliki kekuatan baru terutama internet yang dapat membawa perubahan dalam segala tatanan kehidupan, kehadiran media baru tidak terlepas dari adanya perkembangan teknologi yang begitu pesat.

Littlejohn menyatakan bahwa the second media merupakan periode baru di mana orang-orang dapat melakukan interaksi melalui teknologi dan membangun jaringan networking melalui internet untuk mentransformasikan masyarakat (Littlejohn & Foss, 2008).

Kehadiran internet yang sudah lama melengkapi teknologi hingga saat ini menjadi kebutuhan yang tidak terlepas dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang dapat mengirim pesan dan juga menerima pesan sesuai dengan regulasi yang ada pada dirinya sendiri.

### **Instagram Sebagai Media Self Disclosure**

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa media sosial

salah satunya Instagram dimanfaatkan sebagai media *Self Disclosure* (Kusyanti & Safitri, 2016). Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk mengemas dan mendistribusikan sebuah konten dalam bentuk foto maupun video. Tidak hanya untuk menjalin *networking*, namun Instagram saat ini di manfaatkan untuk bisnis *online* agar dapat mempromosikan jasa atau produknya (Nisrina dalam Arif Wicaksono, 2017:7).

Instagram memiliki fitur *IG story*, *unggah* video/foto, saling bertukar *direct message* maupun komentar. Sehingga dengan adanya fitur-fitur tersebut sangat memungkinkan seseorang untuk mengungkapkan informasi yang menggambarkan diri pribadinya.

Dengan banyaknya fitur yang terdapat pada Instagram, Instagram pun memiliki kelemahan dan kelebihan, menurut (Mahendra, 2017) kelemahan Instagram sebagai media komunikasi yang interaktif meliputi penyalahgunaan membentuk sosial media ini sangat rawan spamming. Spamming banyak terlihat pada fitur komentar dan orang-orang dapat mengunggah konten-konten sesuai dengan keyakinan atau nilai yang dimilikinya.

Sedangkan kelebihanannya yaitu dapat mengunggah dokumentasi dalam bentuk foto atau video, menjaring *networking*, saling berinteraksi, memberi like, hingga mencari isu-isu menarik melalui hashtag pun bisa dilakukan dengan praktis.

### **Self Disclosure**

Menurut Devito (2011) *Self Disclosure* adalah informasi seseorang diantaranya terkait diri sendiri, pikiran, perasaan, dan perilaku, atau tentang orang lain. Dengan pendapat diatas terdapat dua hal penting yang

perlu diperhatikan, yang pertama adalah informasi yang diutarakan tersebut harus informasi yang biasanya disimpan atau dirahasiakan dan informasi tersebut harus diceritakan kepada semua orang baik secara lisan maupun non-lisan.

*Self Disclosure* terdiri dari beberapa dimensi (Sihabudin & Winangsih, 2012) terdiri dari dimensi-dimensi sebagai berikut:

- a. Ukuran, dilihat dari frekuensi dan durasinya,
- b. Valensi, kecenderungan ungkapan positif atau negatif,
- c. Kecermatan dan kejujuran.

Menurut Cangara (2016) kegiatan mengenal diri adalah menjadi hal yang penting untuk menempatkan diri dalam bagian masyarakat. Untuk memahami diri sendiri, menurut Joseph Luft dan Harrington Ingham dapat menggunakan pendekatan Johari Window (Nurul Azizah Zain, 2018:1).

### **Teori Johari Window**

Penggunaan media sosial pada saat ini menggambarkan suatu pergeseran dalam berkomunikasi, dimana seseorang berkomunikasi tidak lagi secara langsung namun menjadi *Computer Mediated Communications* (CMC). Seperti yang dikemukakan oleh (Budiargo, 2015) *Computer Mediated Communications* (CMC) adalah komunikasi yang terjadi dengan menggunakan media komputer. Hal tersebut menjelaskan bahwa pola komunikasi pada saat ini semakin berkembang seiring dengan perkembangan media komunikasi yang semakin beragam. Seiring dengan hal tersebut, berikut adalah penjelasan Teori Johari Window yang dijelaskan dibawah ini:

**Table 1. Teori Johari Window**

<i>Open self</i>	<i>Blind self</i>
<i>Hidden self</i>	<i>Unknown self</i>

Sumber: Steinberg (2007)

Model Johari Window ini memiliki 4 bagian. Yang pertama yaitu *Open Self* yang menjelaskan area publik yang memungkinkan seseorang untuk mengungkapkan apapun dengan sukarela ke hadapan publik. Dimana seseorang dapat menampilkan informasi terkait identitas atau apapun itu, contohnya seperti nama lengkap, alamat, pekerjaan, hobi dan informasi detail lainnya yang dimunculkan di publik. Dengan begitu akan banyak orang yang dapat serta mengetahui informasi mengenai orang tersebut, bagian ini juga menjelaskan bahwa informasi yang sedang dialami orang tersebut pun dapat diperoleh dengan melihat dari postingan yang meliputi perasaan yang dimunculkan ke dalam postingan.

Selanjutnya *Hidden Self*, bagian ini menjelaskan bahwa seseorang yang mempunyai informasi tidak memposting secara keseluruhan informasi terkait dengan dirinya, dimana identitasnya tidak untuk dikonsumsi oleh publik. Hal ini berkaitan dengan informasi yang hanya untuk dikonsumsi secara pribadi, seperti pencapaian kinerja, sesuatu yang di takutkan, gaji, keluarga dan informasi lainnya.

Seperti yang diungkapkan oleh Chapman (Masaviru, 2016) mengungkapkan bahwa "*Again, there are vast amounts of information, virtually your whole life's story that has yet to be revealed to others. As you get to know and trust others, you will then feel more comfortable disclosing more intimate details about yourself*". Ketika seseorang telah dekat dan mempercayai orang lain, maka orang

tersebut akan menyampaikan dan mengungkapkan informasi yang sangat pribadi kepada orang yang dia percaya.

*Blind Self*, bagian ini berkaitan dengan informasi yang orang lain tahu tentang kita tetapi kita tidak menyadarinya. Seperti pengungkapan diri, proses memberi dan menerima antara orang-orang dan orang-orang yang berinteraksi dengannya. Seperti seseorang berbagi sesuatu tentang diri orang tersebut (memindahkan informasi tertutup ke tempat terbuka) dan jika yang lain pihak tertarik untuk mengenal orang tersebut maka, mereka akan membalas, dengan cara yang sama mengungkapkan informasi yang tersembunyi dalam diri masing-masing atau dikenal dengan "curhat".

*Unknown Self* atau wilayah tak dikenal merupakan keadaan seorang individu yang tidak memahami terkait dirinya sendiri bahkan orang lain yang sudah mengenal dirinya pun tidak dapat mengenalinya. Wilayah ini tidak dapat menciptakan interaksi dan komunikasi karena keduanya sama-sama merasa tidak ada pemahaman yang sama. *Unknown Self* dikenal sebagai konsep diri tertutup, dimana seseorang tidak mau menerima masukan atau *feedback* dari orang lain.

Teori tersebut sangat relevan dengan permasalahan yang ingin diteliti oleh peneliti karena berkaitan dengan pengungkapan diri seseorang melalui pesan yang disampaikan melalui Instagram tepatnya di kalangan mahasiswa. Melalui teori ini membantu peneliti untuk mengetahui cara seseorang dalam usaha memahami makna apa yang ingin disampaikan melalui pesan di media sosial.

Teori Johari Window berkaitan dengan *Emotional Intelligence Theory* karena berkaitan dengan kesadaran dan pemikiran

seorang individu. Teori digunakan untuk mengetahui kesadaran diri mengenai perilaku yang dilakukan oleh mahasiswa terkait *Self Disclosure* yang dilakukan maupun pikiran yang ada di dalam mahasiswa tersebut maupun di dalam diri orang lain.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan yang digunakan yaitu studi kasus. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan perilaku yang diamati. Penelitian ini dilakukan dengan tidak melibatkan perhitungan statistika, karena peneliti ingin mengkaji sebuah fenomena yang terjadi saat ini mengenai self disclosure yang dilakukan oleh mahasiswa di Kota Bandung melalui Instagram.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivis adalah paradigma yang hampir merupakan suatu antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini mempelajari terkait beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dan konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik.

Menguatkan penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini menuntun peneliti untuk dapat mendeskripsikan serta menggambarkan fenomena-fenomena yang ada di lapangan, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan

antar kegiatan (Nana Syaodih, 2011:73).

Penentuan subjek penelitian dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik tersebut merupakan teknik pengambilan yang ditentukan dengan menyesuaikan pada tujuan penelitian atau pertimbangan tertentu, maka dari itu peneliti menentukan subjek penelitian berdasarkan kriteria tersebut yaitu 1) Informan merupakan seorang mahasiswa kota Bandung, 2) Pengguna aktif Instagram, dan 3) Berasal dari kampus yang berbeda-beda. Jumlah informan pun sebanyak 3 (tiga) atas dasar pertimbangan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya dan penelitian dihentikan ketika mengalami titik jenuh yakni tidak ada informasi baru yang peneliti temui dari ke-tiga informan tersebut.

Peneliti dalam penelitian ini melakukan analisis terhadap postingan-postingan yang diunggah oleh informan seperti berbagai *IG story*, *quote* dengan dipadukan dengan foto, unggahan foto maupun gambar di *feed* instagram, dan lain sebagainya. Hal tersebut yang muncul pada aktivitas *timeline* akun Instagram informan. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan model Miles & Huberman karena hal tersebut dianggap berkaitan dengan masalah penelitian, yaitu *self disclosure* (pengungkapan diri) individu pada mahasiswa di Kota Bandung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku *Self Disclosure* yang dilakukan oleh mahasiswa di Kota Bandung pada media sosial Instagram melalui aktivitas unggahan Instagram sebagai usaha ungkapan reaksi atau tanggapan terhadap suatu situasi

yang sedang mereka hadapi dengan memberikan informasi terkait penggunaannya sesuai keadaan yang relevan sesuai dengan yang dirasakan mahasiswa tersebut.

Penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah mahasiswa perguruan tinggi Kota Bandung yang berbeda, yang menarik dalam penelitian adalah penelitian berfokus pada mahasiswa yang aktif dalam menggunakan Instagram melalui proses analisis data yang diperoleh dari hasil wawancara virtual (*in depth interview*). Teori yang digunakan dalam penelitian adalah Johari Window, teori tersebut dipakai sebagai dasar untuk menjelaskan keterbukaan mahasiswa dalam bermedia sosial Instagram.

Berdasarkan pemaparan informan media sosial Instagram menjadi fasilitas bagi untuk mengekspresikan diri mereka. Hal tersebut membuka diri mahasiswa untuk lebih membuka diri kepada masyarakat luas yang menjadi *followers* mereka, dengan banyaknya *followers* Instagram yang mereka miliki membuat seseorang berkeinginan untuk dapat perhatian lebih atau *feedback* atas postingan yang mereka *update*.

Peneliti melakukan wawancara kepada ketiga orang informan yang berstatus sebagai mahasiswa dari perguruan tinggi yang berbeda di Kota Bandung. Peneliti bermaksud untuk memahami kegiatan informan dalam bermedia sosial Instagram yang dikaitkan dengan *Self Disclosure*. Berdasarkan hasil wawancara kepada ketiga informan rata-rata mereka aktif dalam bermedia sosial Instagram, kemudian terdapat informan yang memiliki satu akun Instagram dan dua akun Instagram (*second account*). Para informan sudah menggunakan media sosial Instagram rata-rata lebih

dari 3 tahun dan sudah memposting berbagai informasi yang berkaitan dengan kepentingan dari masing-masing informan.

Adapun kebiasaan informan dalam mengakses Instagram berkisaran 4 jam dalam sehari tergantung waktu luang yang ada dan ketika ada informasi yang dianggap penting. Dalam waktu yang cukup lama tersebut informan berpendapat bahwa media sosial Instagram berfungsi untuk menggali informasi yang dianggap penting dan dibutuhkan oleh informan misalnya digunakan sebagai referensi untuk mencari tempat traveling di suatu tempat, video memasak, pertukaran budaya, healing, fashion dan Instagram berfungsi bukan hanya untuk hiburan semata tetapi berfungsi untuk menambah wawasan para informan serta dapat saling berkenalan dengan orang baru melalui pemanfaatan fitur-fitur di Instagram.

Media sosial instagram pada saat ini merupakan salah satu media sosial yang sangat digandrungi di kalangan mahasiswa, sangat memungkinkan seseorang untuk mengungkapkan jati diri mereka melalui postingan yang di upload melalui Instagram.

Mengacu pada teori Johari Window terdapat empat bagian dalam diri seseorang dalam mengungkapkan mengenai dirinya sendiri yaitu *open self*, *hidden self*, *blind self* dan *unknown self*. Adapun hasil temuan yang ditemukan dari ketiga informan mahasiswa Kota Bandung yang berasal dari perguruan tinggi yang berbeda dalam penelitian ini dengan dikaitkan pada Teori Johari Window:

#### **Wilayah Terbuka (*Open Self*)**

Seluruh informan sepakat bahwa mereka selalu mengupload yang berkaitan dengan kegiatan

sehari-hari dari masing-masing informan, seperti perasaan emosional, cover lagu dan seluruh moment yang dianggap layak untuk di upload (tidak terlalu bersifat privasi) untuk dapat dilihat atau diakses oleh *followers* masing-masing. Menurut Dian Wisnuwardhani menjelaskan bahwa seiring dengan semakin akrabnya suatu hubungan, maka pengungkapan diri dalam diri seseorang akan semakin sering dan mendalam, yang menunjukkan bahwa hal menandai kedekatan atau keintiman hubungan yang ada diantara mereka (Wisnuwardhani, 2012).

Dalam hal tersebut kebiasaan dari informan berkaitan dengan Teori Johari Window yang pertama yaitu *open self*, di mana bagian ini menjelaskan bahwa area publik dalam hal ini Instagram yang memungkinkan seseorang (informan) untuk mengungkapkan apapun dengan sukarela ke hadapan publik (*followers*). Adapun contohnya yaitu terkait *sharing* informasi, momen dan lain-lain kepada pengikut nya.

#### **Wilayah Tertutup (*Hidden Self*)**

Tidak semua informasi dapat diunggah melalui Instagram. Ketiga informan pun sepakat bahwa tidak semua yang berkaitan dengan diri pribadi mereka tidak diposting atau di upload karena mereka tetap menjaga ranah privasi mereka masing-masing yang dianggap bersifat pribadi atau tidak untuk dikonsumsi oleh publik ataupun menyangkut ras yang dapat menimbulkan perpecahan, dengan kata lain konten yang bersifat menyinggung. Menurut Ifdil mengungkapkan bahwa seorang individu dalam mengungkapkan diri perlu mengetahui tentang isu atau topik dari *Self Disclosure* yang akan disampaikan itu sendiri, dalam hal ini mengemukakan keluasan berkaitan dengan siapa seseorang yang



mengungkapkan dirinya seperti orang yang baru dikenal, teman biasa, orang tua maupun kerabat dekat dan teman dekat (Ildil Ildil & Zarian Ardi, 2013). Hal tersebut sejalan dengan hidden pane, bagian kedua dari Johari Window yang menjelaskan bahwa seseorang yang mempunyai informasi tidak memposting secara keseluruhan informasi terkait dengan dirinya, dimana identitasnya tidak untuk dikonsumsi oleh publik.

Informan menunjukkan apapun yang mereka posting memiliki batasan karena hal tersebut berkaitan dengan keamanan data pribadi mereka, maka dari itu informan hanya memposting apa yang mereka anggap dapat ditampilkan di publik yaitu di media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan pada beberapa informan yaitu, diantara mereka terdapat informasi yang tidak mereka sampai seperti identitas diri karena dikhawatirkan dapat disalah gunakan oleh orang lain.

#### **Wilayah Buta (*Blind Self*)**

*Blind Self* atau wilayah buta merupakan suatu kondisi dimana orang lain dapat memahami sifat, perasaan, pikiran, dan motivasi seseorang, tetapi orang tersebut tidak dapat memahami dirinya sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian dari ketiga informan menyatakan bahwa seringkali ketika mereka mengupload konten di *instastory* menciptakan multitafsir yang dapat menimbulkan konflik. Informan A, menyatakan bahwa sering kali terjadi multitafsir atas konten yang dibagikan melalui IG *story*, sehingga hal tersebut menggambarkan bahwa terjadi kesalahpahaman makna antara pengirim pesan yaitu Informan A dengan penerima pesan yaitu *followers* nya.

#### **Wilayah Tidak Diketahui (*Unknown Self*)**

Dari ketiga informan tersebut bahwa mereka juga pernah tanpa sadar memposting apa yang mereka upload dan tidak ingin publik melihatnya, maka dari itu informan langsung menghapus postingan yang dianggap tidak layak untuk di posting. Dalam contoh kasus yang dilakukan informan diatas berkaitan dengan bagian ke 4 Johari Window yaitu *Unknown self*, dimana tidak diketahui atau tidak disadari informan sendiri maupun publik.

Memasuki perkembangan teknologi yang semakin canggih menimbulkan perubahan pada aspek komunikasi, keterbukaan informasi pribadi saat ini tidak sebatas hanya dilakukan secara tatap muka akan tetapi juga secara virtual salah satunya dapat melalui media sosial Instagram.

Hasil penelitian yang peneliti lakukan pada informan A dari Universitas A menunjukkan bahwa keterbukaan informasi mengenai dirinya dilakukan melalui media sosial ketika mengupload momen penting yang dianggap penting baginya dan tidak menimbulkan kesalahpahaman, begitupun dengan informan B dari Universitas B dan informan C dari Universitas C.

Mengacu dimensi *Self Disclosure* yang diungkapkan oleh (Sihabudin & Winangsih, 2012) yang terdiri dari dimensi-dimensi ukuran, valensi dan kecermatan dan kejujuran. Momen dan informasi yang menarik menjadi pertimbangan penting dalam meng-upload konten di *instastory*, apa yang ketiga informan sharing kepada instagram dapat menunjukkan kepribadian diantara ketiganya.

Yusuf dan Nurihsan (2007) mengungkapkan bahwa kepribadian seseorang individu meliputi identitas

diri atau jati diri seseorang, kesan umum seseorang tentang diri seseorang atau orang lain dan fungsi kepribadian yang sehat ataupun bermasalah.

Sehingga tampak nyata bahwa ketiga informan mengkomunikasikan wilayah terbukanya lebih sering menggunakan fitur IG *story*, namun terdapat informasi yang bersifat private terkait identitas diri mereka yang tidak di sharing karena hal tersebut berkaitan dengan pertimbangan valensi baik dan buruknya sebuah informasi apabila disampaikan, terakhir terkait dimensi kecermatan dan kejujuran.

Sebaik apapun informasi terkait diri pribadi kepada sosial media, tetap terdapat informasi yang tidak disampaikan menurut ketiga informan tersebut. Perasaan emosional, mereka lebih memilih tidak menyampaikannya dan pula ketiga informan tersebut seringkali melakukan *review* ulang terhadap apa yang ingin dibagikan kepada publik disini memperlihatkan kecermatan seseorang dalam ranah mengkomunikasikan sebuah informasi.

Sehingga diketahui bahwa potensi pengungkapan jati diri melalui media sosial Instagram dapat dilihat dari konten yang dibagikan kepada para *pengikut* nya baik berupa momen, informasi maupun ungkapan emosional penggunaanya.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi pada tiga informan, berdasarkan hasil dari pembahasan di atas mengenai konsep *Self Disclosure* maka peneliti menyimpulkan bahwa informan masing-masing mengungkapkan apa yang dianggap mereka layak untuk di posting di media sosial Instagram dengan tetap menjaga privasi masing-masing informan. Banyaknya pengguna media

sosial Instagram di kalangan mahasiswa mendorong diri mereka masing-masing menjadikan Instagram sebagai media untuk mengungkapkan diri mereka kepada publik.

Dalam penelitian ini informan tetap secara sadar dengan apa yang informan posting yang dianggap sebagai pengungkapan diri mereka namun dalam beberapa hal mereka pun menghapus postingan yang sudah diupload dikarenakan mereka baru sadar bahwa hal tersebut tidak layak untuk dikonsumsi oleh *followers* mereka.

Menurut (Maryam B. Gainau, 2012) seorang individu sudah seharusnya untuk dapat menyesuaikan diri dengan cara dapat menerima orang lain. Maka dengan demikian lama kelamaan individu tersebut dapat juga membangun benteng pertahanan diri sangat kuat sehingga untuk terbuka kepada orang lain sangat sedikit untuk keamanan dirinya. Informan dalam proses pengungkapan diri juga tetap memperhatikan keamanan diri mereka sendiri dengan memilih media sosial Instagram, karena mereka hanya dapat mengungkapkan tentang dirinya hanya kepada *followers* yang mengikuti akun Instagram masing-masing informan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arslan, N., & Kiper, A. (2018). *Self-Disclosure and Internet Addiction*. Malaysia Online Journal of Educational Technology, 6(1), 56-63.
- Binar Saha Guna. (2017). *Penggunaan Instagram Sebagai Alat Pemasaran (Perspektif Pada Mahasiswa Kota Bandung)*. Telkom University,
- Bisnis.com. (2020). *APJII: 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek*

- Internet* diakses melalui <https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/101/1315765/ajii-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet>.
- Boyd, D.M., & Ellison, N.B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Co.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generations*. Jakarta: PT. Elex Media Kompetind.
- Cangara, Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chapman, A. (2003). *The Johari Window Model*. University of Southern California. Retrieved from <https://www.usc.edu/hsc/ebnet/Cc/awareness/Johariwindowexplain.pdf>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 pukul 10.00 WIB.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 pukul 13.30 WIB.
- Dian Wisnuwardhani, S. F. (2012). *Hubungan Interpersonal*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ifdil Ifdil, & Zarian Ardi. (2013). *Self-Disclosure Is One Important Aspect Of Interpersonal Communication, Which Needs To Have Counseling Students As Prospective Counselor. The Ability Of The Students To Perform Self-Disclosure Has An Important Contribution In Achieving Academic Success*. Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, XIII (1), 110-117.
- Kusyanti, Ari dan One Safitri. (2016). *How Do I Look: Self-Disclosure of Instagram Users in Indonesia*. Journal of Education and Social Sciences. 5(2): 242-247.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Encyclopedia of Communications Theory*. London: Sage Publications.
- M Arief Wicaksono. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadawahokura Terhadap Minat Kunjung Followers*. JOM Fisip, 4 (2).
- Mahardika, R. D., & Farida, F. (2019). *Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory*. Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies), 3(1), 101.
- Mahendra, Ikhsan T. (2017). *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kelurahan Kebalen*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Maryam B. Gainau. (2012). *Keterbukaan Diri Self Disclosure Siswa Dalam Perspektif Budaya Dan Implikasinya Bagi Konseling. Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Siswa Dalam Perspektif Budaya Dan Implikasinya Bagi Konseling*, 33(1), 12-36.
- Masaviru, M. (2016). *Self-Disclosure: Theories and Model Review*. Journal of Culture, Society and Development, 18(May), 43-47.
- Mombasa County. (2015). *New Media and Mass Communication*. [www.iiste.org](http://www.iiste.org) ISSN 2224-3267 ISSN 2224-3275 Vol.40, 76-86.
- Nana Syaodih Sukmadinata. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurul Azizah Zain. (2018). *"Johari Window Games" Sebagai Sarana Untuk Menghargai Diri di Siswa SMP*. Prosiding Konferensi

- Pendidikan Nasional: Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 1 (1).
- Prisylia, M. E. (2020). Instagram Display @starbucksindonesia : Consumption Society Stimuli On Starbucks Central Park Mall. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(1), 78-93. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v8i1.66>
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ronald B. Adler & George Rodman. (2006). *Understanding Human Communication*. New York: Oxford University Press.
- Sagiyanto, A., & Ardiyanti, N. (2018). *Self Disclosure Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Anggota Galeri Quote)*. Nyimak (Journal of Communication), 2(1), 81-94.
- Sihabudin, A., & Winangsih, R. (2012). *Komunikasi Antar Manusia*. Serang: Pustaka Getok Tular.
- Steinberg, S. (2007). *An Introduction to Communication Studies*. Capetown, South Africa: Juta & Co, Ltd.
- Surya Abadi, H. (2019). Media Sosial dan Antitesis Jurnalisme. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 7(1), 17-29. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v7i1.26>
- We Are Social & Hootsuite. (2020). Digital 2020 Indonesia. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2020>. Diakses pada tanggal 10 Juni 2021 pukul 09.19 WIB.
- Widiastuti, D. A. (2018). *Instagram Di Indonesia Didominasi Pengguna Pria*. Tek.Id. Retrieved from <https://www.tek.id/tek/instagram-di-indonesia-didominasi-pengguna-pria-b1U2A9bXi>.
- Yusuf dan Nurihsan. (2007). *Teori Kepribadian*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya