

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya atau disebut juga penelitian terdahulu adalah kajian penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu digunakan penulis untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Selain itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian dan menunjukkan orisinalitas dari penelitian.

Pada bagian ini penulis mencantumkan berbagai hasil dari penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya. Berikut penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Aktivitas Pengungkapan Diri Remaja Putri Melalui Sosial Media Twitter. Ria Yunita, Universitas Bina Sarana Informatika, 2019.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti <i>self disclosure</i> menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori <i>self disclosure</i> (Devito:1997). Output penelitian ini mengenai peningkatan kepercayaan diri.	Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada media sosial yang digunakan dimana peneliti terdahulu menggunakan media sosial Twitter, sedangkan penulis menggunakan media sosial <i>second account</i> Instagram.

2..	<i>Self Disclosure</i> Generasi Milenial Melalui <i>Second Account</i> Instagram. Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana dan Novian Rasyid Ohorella. Universitas Gunadarma. 2020.	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti <i>self disclosure</i> di <i>second account</i> Instagram menggunakan metode penelitian kualitatif. Output penelitian ini yaitu generasi milenial lebih terbuka, dapat meningkatkan kepercayaan diri dan komunikasi yang terjalin lebih intim.	Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti terdahulu menggunakan teori Jendela Johari, sedangkan penulis menggunakan teori Devito (1997). Kemudian subjek yang diteliti oleh peneliti terdahulu yaitu generasi milenial sedangkan subjek penulis yaitu siswi SMAN 1 Sumber.
3.	<i>Self Disclosure</i> Melalui Fitur Instagram <i>Stories</i> (Studi Pada Mahasiswa KPI UIN Jakarta). Rizky Dewi Ayu, UIN Jakarta, 2021.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti <i>self disclosure</i> di media sosial Instagram dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Output penelitian mengenai analisis <i>self disclosure</i>.	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada subjek dan objek. Pada penelitian terdahulu subjeknya adalah mahasiswa KPI UIN Jakarta dan objeknya pada Instagram <i>Stories</i>. Sedangkan subjek penulis yaitu siswi SMAN 1 Sumber dan objeknya <i>second account</i> Instagram. Kemudian peneliti terdahulu menggunakan teori Jendela Johari sedangkan penulis menggunakan teori <i>self disclosure</i> Devito (1997).
4.	Dramaturgi Dalam Media Sosial: <i>Second Account</i> Di Instagram Sebagai Alternatif Ego. Reta Sari Dewi dan Preciosa Alnashava J.	Persamaannya adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan meneliti tentang penggunaan <i>second account</i> Instagram.	Perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan teori dramaturgi yaitu meneliti panggung depan dan panggung belakang, sedangkan penulis menggunakan <i>self disclosure</i> Devito

	Universitas Padjadjaran, 2018.	Output penelitian ini mengenai eksistensi diri dan kebebasan berekspresi.	(1997). Kemudian subjeknya peneliti terdahulu adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran sedangkan subjek penulis yaitu siswi SMAN 1 Sumber.
5.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial <i>Snapchat</i> Terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. Adrian Mailoor, J.J. Senduk, dan J.W. Londa. Universitas Sam Ratulangi. 2017.	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti tentang pengungkapan diri (<i>self disclosure</i>) di media sosial.	Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada metode penelitian yang gunakan, dimana penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Kemudian pada media sosial dan subjek yang ditelitinya pun berbeda. Teori yang digunakan peneliti terdahulu yaitu teori Jendela Johari, sedangkan penulis menggunakan teori Devito (1997). Output penelitian ini mengenai faktor pemicu pengungkapan diri.

Sumber : Ria Yunita (2019)., Edy Prihantoro et al (2020)., Rizky Dewi A (2021)., Retasari Dewi dan Preciosa A. J (2018)., Adrian Mailoor et al (2017).

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu di atas, terlihat bahwa penelitian terdahulu sudah banyak yang membahas *self disclosure* (pengungkapan diri). Namun demikian, penelitian penulis tidak sama dengan penelitian terdahulu, karena baik lokasi penelitian, teori yang digunakan, metode penelitian yang digunakan dan media sosial yang ditelitinya pun berbeda. Oleh karena itu, penelitian yang akan diteliti oleh penulis ini bersifat orisinalitas dan dapat dipertanggung jawabkan.

1.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka memuat uraian sistematis tentang teori-teori yang digunakan sebagai pijakan dalam melakukan pendekatan masalah penelitian. Melalui paparan teori-teori dalam tinjauan pustaka, penulis dapat mengungkapkan pendekatan masalah penelitian secara teoritis agar memiliki dasar dalam menyusun kerangka pemikiran dan menarik kesimpulan.

1.2.1 Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersoanal communication*) merupakan komunikasi yang berlangsung secara tatap muka antara dua orang atau lebih. Menurut Devito (dalam Effendy, 2003) komunikasi antarpribadi adalah sebuah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau kelompok kecil orang dengan efek dan umpan balik secara langsung oleh orang lain.

Adapun menurut (Effendy, 2003), komunikasi antarpribadi adalah komunikasi secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya untuk dapat menangkap reaksi orang lain secara langsung baik verbal maupun nonverbal. Effendy juga mendefinisikan:

Pada hakekatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan, sehingga komunikasi jenis ini dianggap paling berhasil guna untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang karena sifatnya dialogis berupa percakapan serta arus balik bersifat langsung sehingga komunikator mengetahui tanggapan komunikasi saat itu juga.

Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi antarpribadi yaitu:

1. Percaya.
2. Sikap sportif.
3. Sikap terbuka.

Menurut (Devito, 2011) komunikasi antarpribadi akan dianggap efektif apabila meliputi hal-hal berikut:

1. Keterbukaan, yaitu keinginan untuk mengungkapkan perasaan pribadi.
2. Empati, yaitu merasakan apa yang sedang dialami orang lain dan memahami suasana hati orang lain.
3. Sikap mendukung, sikap dalam membuat orang lain merasa aman dan tidak tertekan.
4. Sikap positif, mendorong lawan bicara berinteraksi dan melakukan komunikasi dengan lawan bicara.
5. Kesetaraan, menganggap kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga.

1.2.2 Self Disclosure (Pengungkapan Diri)

1.2.2.1 Pengertian Self Disclosure

Secara bahasa *Self Disclosure* berasal dari dua kata yaitu *Self* dan *Disclosure*. Dimana *Self* berarti diri sendiri dan *Disclosure* berarti terbuka atau keterbukaan. Maka *Self Disclosure* dapat diartikan sebagai keterbukaan diri. Menurut (Devito, 2011) *Self Disclosure* atau Pengungkapan Diri adalah jenis komunikasi dimana seseorang mengungkapkan informasi tentang dirinya sendiri baik tentang pikiran, perasaan dan perilaku atau tentang orang lain. Dimana informasi yang disampaikan tersebut harus informasi yang biasanya disimpan atau dirahasiakan dan informasi tersebut harus diceritakan kesemua orang baik secara lisan maupun tulisan.

Pengertian lain mengenai *Self Disclosure* menurut (Mulyana, 2000) yaitu keterbukaan dapat dikatakan sebagai tindakan memberikan informasi kepada orang

lain. Sedangkan menurut Derlega, dkk (dalam Devito, 1997:62) menyatakan bahwa pengungkapan diri sebagai informasi tentang diri sendiri yang biasanya disembunyikan dari pada segala jenis informasi yang belum diungkapkan. Pengungkapan ini adalah informasi yang biasanya tidak akan diungkapkan dan secara aktif berusaha untuk tetap terjaga kerahasiaanya.

Berdasarkan beberapa pengertian menurut para ahli tersebut, penulis menyimpulkan bahwa *Self Disclosure* sebagai suatu proses pengungkapan diri mengenai informasi tentang diri sendiri yang sebelumnya tidak diketahui orang lain dan kemudian dibagikan kepada orang lain.

1.2.2.2 Dimensi *Self Disclosure*

Menurut (Devito, 1997) terdapat lima dimensi keterbukaan diri (*Self Disclosure*) diantaranya yaitu:

a. Ukuran atau Jumlah

Ukuran atau Jumlah merupakan berapa banyak jumlah informasi yang diungkapkan oleh diri kita. Ukuran atau jumlah menunjukkan frekuensi seseorang dalam mengungkapkan atau menyampaikan pesan yang mengandung *self disclosure* dan durasi (waktu) yang diperlukan seseorang untuk melakukan *self disclosure*.

b. Valensi atau Isi Pesan

Valensi dalam hal ini berkaitan dengan kualitas pengungkapan diri, baik itu pengungkapan diri yang positif ataupun negatif. Seseorang dapat melakukan pengungkapan diri dengan baik dan menyenangkan (positif) atau pengungkapan diri yang tidak baik dan tidak menyenangkan (negatif).

Kualitas pengungkapan diri ini akan menimbulkan dampak yang berbeda, baik bagi orang yang melakukan pengungkapan diri maupun bagi pendengarnya.

c. Kecermatan atau Kejujuran

Kecermatan atau kejujuran dalam pengungkapan diri akan dibatasi dengan sejauh mana individu dalam mengetahui dan mengenal dirinya sendiri. Pengungkapan diri ini bergantung pada kejujuran, dimana individu dapat bersikap jujur, melebih-lebihkan atau mungkin berbohong saat melakukan pengungkapan diri.

d. Maksud dan Tujuan

Saat melakukan pengungkapan diri, seseorang harus mengerti maksud dan tujuannya. Maksud dan tujuan seseorang melakukan pengungkapan diri ditunjukkan dengan apa yang dibagikan untuk diungkapkan, sehingga orang tersebut akan dapat mengontrol dirinya saat sedang melakukan pengungkapan diri.

e. Keakraban

Keakraban merupakan hal yang penting saat seseorang melakukan pengungkapan diri. Semakin akrab seseorang dengan lawan bicaranya, maka akan semakin dalam (pribadi) juga pengungkapan dirinya. Kedalaman pengungkapan diri ditentukan oleh keakraban, karena tidak semua orang dapat mengungkapkan dirinya kepada orang lain yang tidak dikenal atau tidak akrab dengannya.

1.2.2.3 Tujuan *Self Disclosure*

Menurut Derlega dan Grzelak (dalam David, 1985) terdapat lima tujuan pengungkapan diri diantaranya yaitu:

a. Ekspresi (*expression*)

Pengungkapan diri yang dilakukan oleh seseorang baik di dunia nyata maupun di dunia maya biasanya bertujuan untuk mengekspresikan perasaan yang ada dalam hati dan pikirannya.

b. Penjernihan diri (*self clarification*)

Saat sedang mengalami masalah, individu akan berbagi rasa dengan menceritakan masalahnya kepada orang lain yang dianggap dapat dipercaya. Individu berharap akan memperoleh penjelasan dan pemahaman dari masalah yang sedang dihadapinya, sehingga pikiran akan menjadi lebih jernih dan individu dapat menyelesaikan masalahnya dengan baik.

c. Keabsahan sosial (*social validation*)

Setelah membicarakan masalah yang sedang dihadapinya kepada orang lain, biasanya pendengar akan memberikan tanggapan mengenai masalah tersebut. Dengan demikian individu akan mendapatkan informasi yang bermanfaat mengenai kebenaran pandangan yang dimilikinya. Kemudian individu dapat memperoleh dukungan atau sebaliknya.

d. Kendali sosial (*social control*)

Seseorang dapat mengungkapkan atau merahasiakan informasi tentang dirinya yang dimaksudkan untuk mengadakan kontrol sosial.

e. Perkembangan hubungan (*relationship development*)

Saling berbagi rasa dan informasi tentang diri kepada orang lain serta saling mempercayai merupakan usaha yang dilakukan untuk meningkatkan derajat keakraban.

1.2.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Self Disclosure*

Devito (1997:62) menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *self disclosure* (pengungkapan diri) sebagai berikut:

a. Besar kelompok

Pengungkapan diri banyak terjadi dalam kelompok kecil dibandingkan dalam kelompok besar. Kelompok yang terdiri dari dua orang adalah lingkungan yang paling cocok untuk melakukan pengungkapan diri.

b. Perasaan menyukai

Seseorang akan membuka diri kepada orang-orang yang disukainya dan tidak akan membuka diri kepada orang-orang yang tidak disukainya. Seseorang juga akan lebih banyak membuka dirinya kepada orang yang dianggap dapat dipercaya.

c. Efek diadik

Seseorang akan melakukan pengungkapan diri apabila orang yang bersamanya juga melakukan pengungkapan diri, hal ini dapat membuatnya merasa lebih nyaman.

d. Kompetensi

Orang yang kompeten lebih banyak melakukan pengungkapan diri dibandingkan dengan orang yang tidak kompeten.

e. Kepribadian

Orang yang pandai bergaul (*sociable*) dan *ekstrovert* akan melakukan pengungkapan dirinya lebih banyak daripada orang yang tidak pandai bergaul atau *introvert*.

f. Topik

Orang akan lebih cenderung mengungkapkan diri tentang topik tertentu daripada topik yang lain. Contohnya orang lebih mungkin mengungkapkan informasi diri tentang pekerjaan dan hobinya daripada tentang kehidupan seks atau situasi keuangannya.

g. Jenis kelamin

Pada umumnya perempuan lebih terbuka daripada laki-laki.

1.2.2.5 Manfaat *Self Disclosure*

Menurut (Devito, 2011) manfaat yang akan didapatkan ketika seseorang melakukan pengungkapan diri yaitu:

a. Pengetahuan diri

Salah satu manfaat melakukan pengungkapan diri adalah kita memiliki pemahaman baru tentang diri kita sendiri dan pemahaman yang lebih dalam tentang perilaku kita.

b. Kemampuan mengatasi kesulitan

Melalui pengungkapan diri dan menerima dukungan yang datang kepada kita, kita menempatkan diri sendiri dalam posisi yang lebih baik untuk menangkap tanggapan positif kepada kita dan kita akan lebih mungkin memberikan reaksi dengan memberikan konsep diri yang positif.

c. Efisiensi komunikasi

Pengungkapan diri dapat meningkatkan komunikasi. Untuk sebagian besar, kita memahami informasi orang lain sehingga kita dapat memahami orang lain. Jika kita memperlakukan seseorang dengan baik, maka kita bisa lebih memahami apa yang dikatakan seseorang tersebut. Pengungkapan diri adalah kondisi yang penting untuk mengenal orang lain.

d. Kedalaman hubungan

Alasan utama pengungkapan diri adalah kita perlu untuk membina hubungan yang bermakna diantara dua orang. Tanpa pengungkapan diri, hubungan yang bermakna dan mendalam tidak akan mungkin terjadi.

1.2.2.6 **Bahaya *Self Disclosure***

Beberapa bahaya atau resiko dari pengungkapan diri menurut (Devito, 2011) yaitu:

a. Penolakan pribadi dan sosial

Pengungkapan diri biasanya dilakukan kepada orang yang dipercaya, dan orang yang dipercaya tersebut dianggap mendukung

pengungkapan dirinya. Sebaliknya akan terjadi penolakan pribadi apabila hal yang diungkapkan ternyata bertentangan dengan pendengarnya.

b. Kerugian material

Pengungkapan diri juga bisa mengakibatkan kerugian material. Seperti contoh, orang yang mengaku pernah melakukan hal kriminal di masa lalunya maka tidak menutup kemungkinan jika orang tersebut akan dijauhi oleh teman-temannya.

c. Kesulitan intrapribadi

Seseorang akan mendapat kesulitan intrapribadi apabila ketika melakukan pengungkapan diri ternyata ditolak bukannya didukung atau bahkan malah dijauhi, disitulah pengungkapan diri berada dijalur kesulitan intrapribadi.

1.2.3 Media Sosial

1.2.3.1 Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media daring yang dapat digunakan untuk berkomunikasi jarak jauh. Komunikasi jarak jauh ini dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi khusus yang ada pada perangkat teknologi seperti komputer atau *smartphone* dan didukung oleh koneksi internet. sehingga dapat menghubungkan antar penggunanya.

Menurut Mandibergh (dalam Nasrullah, 2015:11) mendefinisikan bahwa “media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*)”.

Sedangkan Boyd (dalam Nasrullah, 2015:11) menjelaskan bahwa :

“Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa”.

Definisi lain juga dijelaskan oleh Van Dijk (dalam Nasrullah, 2015:11) yang mendefinisikan sosial media sebagai *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar penggunanya sekaligus sebuah ikatan sosial.

Dari penjelasan para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan teknologi digital yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dua arah, selain itu media sosial juga sebagai wadah bagi para penggunanya dalam mempresentasikan diri kepada khalayak luas.

1.2.3.2 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial menurut (Nasrullah, 2015:15-32) yaitu :

a. Jaringan (*network*)

Media memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam

mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau *tablet*.

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan wadah bagi penggunanya untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial. Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara *online*.

b. Informasi (*information*)

Informasi menjadi identitas yang penting dari media sosial. Hal ini dikarenakan media sosial tidak sama seperti media-media lainnya diinternet, pengguna media sosial dapat mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Di media sosial informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah antar pengguna media

sosial membentuk sebuah jaringan yang pada dasarnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

c. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapan pun melalui perangkat apapun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di media sosial, informasi itu tidak akan hilang begitu saja seiring berjalannya waktu. Informasi tersebut akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya dapat diakses.

d. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak hanya memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet saja, tapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari dan memberikan tanda jempol “like”.

e. Simulasi sosial (*simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bisa berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang nyata (*real*). Pengguna media sosial dapat dikatakan sebagai warga negara digital (*digital citizenship*) yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya

masyarakat atau negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunaanya. Aturan ini bisa dikarenakan perangkat teknologi itu sebagai sebuah mesin yang terhubung secara *online* atau bisa muncul karena interaksi diantara sesama penggunaanya.

f. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Karakteristik media sosial konten oleh pengguna (*user generated content*) ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbolis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan kebebasan bagi penggunaanya untuk berpartisipasi. Karakteristik media sosial ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayak hanya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan. Media baru, termasuk media sosial menawarkan perangkat atau alat serta teknologi baru yang memungkinkan khalayak untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan dan menyirkulasi ulang konten media dan ini membawa pada kondisi produksi media yang *do-it-yourself*.

1.2.3.3 Jenis - Jenis Media Sosial

Menurut (Nasrullah, 2015:39-47) media sosial terbagi menjadi enam jenis, yaitu :

1. Media jejaring sosial (*Social networking*)

Media jejaring sosial merupakan media yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk efek dari hubungan sosial tersebut di dunia

virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna dapat membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh media sosial yang banyak digunakan adalah Facebook dan Instagram.

2. Jurnal *online* (blog)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari satu sama lain dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada umumnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak berisi jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa digunakan oleh pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua, kategori *personal homepage*, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com ataupun .net dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress atau blogspot.

3. Jurnal *online* sederhana (*Microblog*)

Tidak jauh berbeda dengan jurnal *online* (blog), *microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk menulis dan mempublikasikan aktifitas atau pendapatnya. Contoh *microblog* yang paling banyak digunakan adalah Twitter dan Instagram.

4. Media berbagi (*Media sharing*)

Situs berbagi media adalah jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: Youtube, Instagram, Flickr, atau snapfish.

5. Penanda sosial (*Social bookmarking*)

Penanda sosial adalah media sosial yang bekerja untuk mengorganisasikan, mengelola, menyimpan, dan mencari informasi atau berita secara *online*. Beberapa situs *social bookmarking* yang paling populer adalah delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com dan untuk di Indonesia ada LintasMe.

6. Media konten bersama (wikipedia)

Media sosial adalah situs yang kontennya hasil dari kolaborasi para penggunaanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedia, wikipedia menghadirkan kepada pengguna seperti pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang suatu kata. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung, artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs tersebut.

1.2.4 Instagram

1.2.4.1 Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “insta” yang berarti instan, kata tersebut diambil dari istilah kamera polaroid yang pada masanya dikenal sebagai “foto instan”.

Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata telegram, dimana cara kerja dari telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada khalayak secara cepat. Oleh karena itu, Instagram merupakan suatu aplikasi yang memungkinkan bagi para penggunanya untuk dapat berbagi foto maupun video dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang akan disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan bagi penggunanya untuk dapat berinteraksi satu sama lain. Selain itu, Instagram juga memungkinkan bagi penggunanya untuk dapat memotret, mengedit dan mengunggah foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan muncul di *feed* beranda pengguna lain yang mengikuti akun anda.

Pada awalnya Instagram dikembangkan di San Francisco, Amerika Serikat oleh perusahaan *starup* bernama Burbn, Inc dari CEO Kevin Systrom dan Mike Krieger. Oleh keduanya Instagram sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 Miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012.

1.2.4.2 Fitur - Fitur Instagram

a. Instagram Story

Instagram *story* adalah salah satu fitur yang banyak digunakan oleh pengguna Instagram. Instagram *story* memungkinkan bagi penggunanya untuk dapat berbagi momen dan pengalaman secara cepat dan mudah.

Dalam penggunaannya fitur Instagram *story* dilengkapi dengan teks, musik, stiker, filter, keterangan lokasi dan lain sebagainya.

b. Sorotan

Sorotan merupakan sebuah fitur di Instagram yang digunakan untuk memunculkan kembali hasil postingan dari Instagram *story* yang lewat dari 24 jam.

c. *Messenger*

Messenger adalah fitur yang digunakan untuk mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna lain. Pesan yang dikirim dapat berbentuk teks, foto ataupun video. Dalam fitur *Messenger* juga tersedia forum yang dapat memungkinkan beberapa pengguna untuk saling bertukar pesan dalam satu forum.

d. IGTV

IGTV merupakan fitur yang dapat digunakan untuk menampilkan postingan video dengan durasi lebih lama daripada postingan video di Instagram *story*. Melalui fitur ini pengguna Instagram dapat membuat konten video dengan durasi lebih panjang dan lebih lengkap. Selain itu fitur IGTV juga dapat menampilkan video dari hasil siaran langsung.

e. Siaran Langsung

Siaran langsung adalah fitur yang dapat digunakan oleh pengguna untuk membagikan konten secara *real time* dan pengguna juga dapat melakukan komentar melalui siaran langsung tersebut.

f. *Search and Explore*

Dalam fitur *search and explore* ini menampilkan konten berdasarkan pengguna lain yang di *follow* dan postingan yang disukai. Selain itu, pengguna juga dapat mencari kategori konten yang disukai melalui fitur ini. Konten yang biasanya muncul di fitur ini bersifat acak.

g. *Shopping*

Fitur ini dapat digunakan oleh pengguna untuk dapat berbelanja melalui Instagram, selain itu pengguna juga dapat menambahkan produk dalam *wishlist*. Fitur Instagram *shopping* ini dapat memudahkan pengguna Instagram khususnya *online shop* untuk menampilkan katalog produknya dengan mudah.

h. *Mutiple Account*

Fitur ini digunakan oleh para pengguna Instagram untuk dapat memiliki akun Instagram lebih dari satu pada satu ponsel (*handphone*) yang dimilikinya. Fitur ini banyak dimanfaatkan oleh pengguna Instagram untuk membuat *second account* Instagram.

1.2.5 *Second Account*

Pada Instagram, akun yang dimiliki oleh penggunanya disebut sebagai akun/*account*. Instagram memiliki fitur yang memungkinkan bagi penggunanya untuk dapat memiliki akun Instagram lebih dari satu pada satu ponsel yang dimilikinya, dan fitur ini dikenal dengan fitur *multiple account*. Fitur ini memungkinkan untuk penggunanya dapat memiliki akun lebih dari satu. Akun

utama yang dimiliki oleh pengguna biasanya disebut sebagai *main account/first account*, sedangkan akun lain yang dimiliki oleh pengguna yang sama disebut sebagai *second account*.

Pada dasarnya *first account* dan *second account* memiliki fungsi yang sama. Namun ada beberapa perbedaan yang membuat *second account* dianggap lebih *privasi* dan lebih banyak digunakan sebagai media untuk melakukan pengungkapan diri atau *self disclosure*. Perbedaan *first account* dan *second account* yaitu ada pada jumlah *followers* dan identitas penggunanya. Dimana *first account* biasanya memiliki *follower* yang bersifat umum atau dapat diikuti oleh siapa saja bahkan oleh orang yang tidak dikenalnya sekalipun. Sedangkan *second account* biasanya memiliki *follower* yang isinya orang-orang yang dikenal atau orang-orang terdekatnya saja. Kemudian pada *first account* pengguna menunjukkan identitas dirinya sedangkan pada *second account* pengguna biasanya tidak menunjukkan identitas dirinya.

1.2.6 Siswi Remaja

Remaja berasal dari bahasa latin yaitu *adolescere* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan” (Ali dan Asrori, 2014:9). Remaja adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa yang ditandai dengan berkembangnya kematangan mental, sosial, emosional dan fisik. Fase remaja merupakan fase perkembangan yang tengah berada pada masa amat potensial, baik dari aspek kognitif, emosi maupun fisik.

Berdasarkan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10 tahun sampai dengan 24 tahun dan belum menikah. Menurut (Hurlock, 2003:206) usia remaja berlangsung mulai dari 12 tahun sampai dengan 18 tahun. Sedangkan menurut (Monks, dkk 1999:262) remaja merupakan rentang usia 12 sampai 21 tahun yaitu sampai selesainya pertumbuhan fisik, masa remaja dibedakan atas empat fase, yaitu fase pra remaja (10-12 tahun), fase remaja awal (12-15 tahun) fase remaja pertengahan (15-18 tahun) dan fase remaja akhir (18-21). Maka dapat disimpulkan bahwa masa remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa dengan disesuaikan oleh perubahan fisik dan psikisnya.

Pada umumnya masa remaja ini berlangsung ketika anak sedang duduk di bangku sekolah menengah. Adapun ciri-ciri remaja yaitu masa remaja sebagai periode yang penting, masa remaja sebagai periode peralihan, masa remaja sebagai periode perubahan, masa remaja sebagai usia bermasalah, masa remaja sebagai masa mencari identitas, masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan, masa remaja sebagai masa yang tidak realistis, masa remaja sebagai masa ambang masa depan (Hurlock, 2003:209).

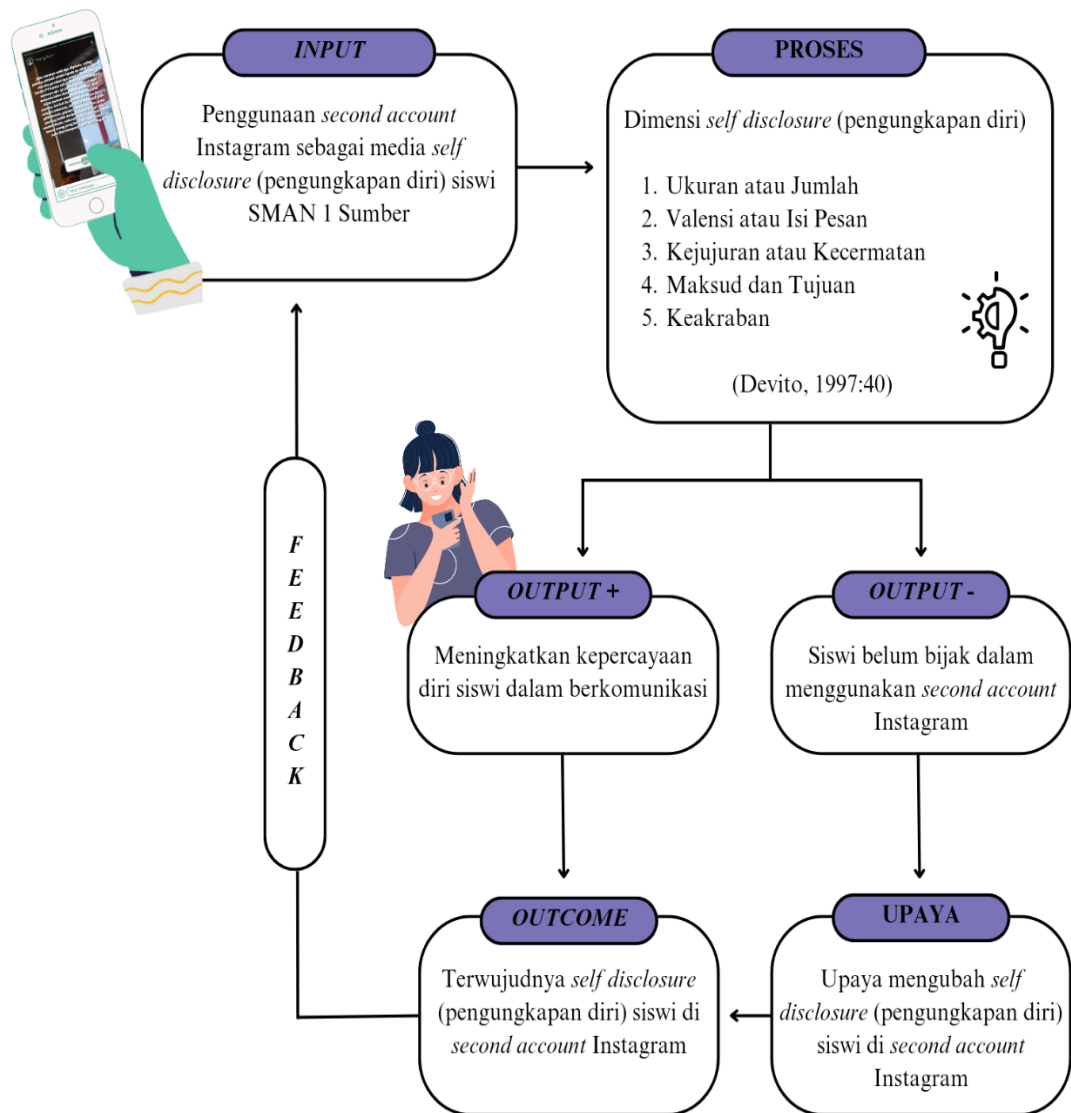
Menurut Jean Piaget (dalam Marlinda, 2020) pada masa remaja perkembangan kognitif sudah mencapai tahap puncak, yakni tahap operasi formal (11 tahun sampai dewasa), dimana remaja dapat berpikir dengan cara lebih abstrak, logis dan idealistik. Berdasarkan teori perkembangan kognitif Piaget, Berk (dalam Herlina, 2013) mengungkapkan beberapa ciri dari perkembangan kognitif sebagai berikut :

1. Mampu berpikir secara abstrak dalam situasi yang menawarkan beberapa kesempatan untuk melakukan penalaran deduktif hipotesis (*hypotetico-deductive reasoning*) dan berpikir proposional (*propositional thought*). penalaran deduktif hipotesis merupakan suatu proses kognitif, dimana saat seseorang dihadapkan dengan suatu permasalahan, maka ia memulai dengan suatu “teori umum” dari seluruh faktor yang mungkin mempengaruhi hasil dan menyimpulkannya dalam suatu hipotesis (prediksi) tentang akibat yang mungkin akan terjadi. Jadi pada tahap ini, remaja sudah bias berikir sistematis dengan melakukan berbagai macam penggabungan, memahami adanya berbagai macam aspek pada suatu persoalan yang dapat diselesaikan secara bersamaan.
2. Memahami kebutuhan logis dari pemikiran proporsional, memperbolehkan penalaran tentang premis (alasan) yang kontradiktif dengan realita. Dimana remaja dapat mengevaluasi logika dari proporsi (pernyataan verbal) tanpa merujuk pada keadaan dunia nyata (*real world circumstances*).
3. Memperlihatkan distorsi kognitif yaitu pendengar imajiner/khayal dan dongeng pribadi (*personal fable*), yang seiring berjalannya waktu akan menurun dan menghilang di usia dewasa. Pendengar imajiner (*imaginary audience*) merupakan suatu distorsi kognitif, dimana remaja merasa bahwa dirinya selalu menjadi sorotan (pusat perhatian) orang lain, sehingga mereka menjadi sadar diri. Tidak heran jika banyak

remaja yang menghabiskan waktunya untuk memperhatikan detail penampilannya, kemudian mereka juga sangat sensitive terhadap kritik orang-orang disekitarnya. Sedangkan dongeng pribadi (*personal fable*) merupakan distorsi kognitif yang ditunjukkan oleh remaja. Dimana remaja begitu yakin bahwa dirinya diperhatikan dan dipikirkan oleh orang lain, sehingga mereka mengembangkan opini yang melambung tentang betapa pentingnya diri mereka. Remaja merasa bahwa dirinya special dan unik. Beberapa remaja memandang dirinya meraih pencapaian hebat maupun mengalami kekecewaan yang sangat mendalam sampai suatu pengalaman yang tidak mungkin dimengerti oleh orang lain.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan alur berpikir penulis sebagai dasar pemikiran supaya terbentuknya alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal (Sugiyono 2017:60). Kerangka pemikiran dapat digambarkan dalam bentuk bagan, diagram, uraian argumentatif atau bentuk penyampaian lainnya. Untuk mempermudah dan memberi gambaran pemikiran dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan kerangka pemikiran yang digambarkan pada bagan berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Sumber: Pemikiran Penulis