

## Pengungkapan Diri di Situs Media Sosial *Youtube*

Endang Pratiwi Kurniawan<sup>1</sup>, Ika Brianti Hadi S<sup>1</sup>, Irwansyah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Pasca-Sarjana Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia  
Jl. Margonda Raya, Pondok Cina, Kec. Beji, Kota Depok, Jawa Barat  
E-mail: <sup>1</sup>endang.pratiwi01@ui.ac.id, <sup>1</sup>ika.brianti@ui.ac.id, <sup>1</sup>irwansyah09@ui.ac.id

Received: Januari 2021; Accepted: April 2021; Published: Juni 2021

### Abstract

*Social media is a rapidly growing phenomenon, not only a growing phenomenon in Indonesia. This development is certainly accompanied by the enthusiasm of the community and the existence of social media as a place of self-expression which is increasingly popular and easier to utilize. One of the most popular social media is YouTube. Youtube is a platform where users can upload, watch and share videos. This easily accessible social media platform makes its users come from all ages. This phenomenon is an opportunity for YouTube content creators to make self-disclosure or self-use which is often personal. Self-disclosure plays an important role in life and in the daily life of an individual does not escape the activity of self-disclosure. Researchers want to see the extent to which youtube users use social media as a means of self-disclosure. This research was conducted based on previous studies with similar cases.*

*Keyword: Social Media; Youtube; public disclosure.*

### Abstrak

Media sosial menjadi fenomena yang terus berkembang pesat, tidak terkecuali di Indonesia. Perkembangan ini tentunya diiringi dengan antusiasme masyarakat dan keberadaan media sosial sebagai sarana ekspresi diri yang semakin populer dan semakin mudah untuk digunakan. Salah satu sosial media yang sangat digemari adalah *youtube*. *Youtube* adalah sebuah *platform* dimana penggunaanya dapat mengunggah, menonton dan membagi video. Platform media sosial yang mudah diakses ini membuat penggunaanya datang dari berbagai kalangan umur. Fenomena ini menjadi kesempatan untuk para pembuat konten *youtube* untuk melakukan *self disclosure* atau pengungkapan diri yang sering kali bersifat pribadi. *Self disclosure* memegang peran penting dalam kehidupan dan dalam kehidupan sehari-hari seorang individu tidak luput dari aktivitas *self disclosure*. Peneliti ingin melihat sejauh mana para pengguna *youtube* menggunakan media sosial ini sebagai sarana dalam melakukan *self disclosure*. Penelitian ini dilakukan dengan dilandasi oleh penelitian-penelitian terdahulu dengan kasus serupa.

Kata kunci: Media Sosial; Youtube; public disclosure.

### PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya sangat membutuhkan komunikasi untuk memenuhi kebutuhannya. Vardiansyah (2004: 3) mendefinisikan arti kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *communis*, yang artinya membuat kebersamaan atau membangun suatu kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi. Pendapat lain datang dari Shannon dan Weaver, menurut kedua peneliti tersebut komunikasi memiliki arti sebagai suatu proses interaksi yang dilakukan antar manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Komunikasi yang ada tidak hanya terbatas pada bentuk komunikasi secara verbal namun juga pada proses

doi: <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1526>

© 2021 Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi. This is an open access article under the CC BY-SA license

Website: <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/>

<http://e-journal.sari-mutiara.ac.id>

komunikasi secara non verbal seperti seni, ekspresi, teknologi, dan lukisan (Wiryanto, 2004:7). Seiring dengan perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat, khususnya dalam industri komunikasi juga seakan menjadi kebutuhan setiap individu. Salah satunya adalah media sosial. Fenomena media sosial di era digital mengalami perkembangan yang signifikan, terlebih pengguna media sosial di Indonesia datang dari berbagai kalangan.

*Youtube* adalah salah satu media sosial yang memiliki pasar cukup besar saat ini. Dibalik suksesnya media sosial *youtube*, ada 3 pendiri yang berhasil mengembangkan media sosial ini yaitu, Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim, yang sebelumnya mereka merupakan karyawan pertama dari perusahaan PayPal. *Youtube* merupakan salah satu adalah salah satu wadah yang ada di media sosial yang sangat digemari. Khususnya di Indonesia, jika dibandingkan dengan berbagai macam media sosial yang lain. Pada survei yang dilakukan oleh We are Social di tahun 2019 menyebutkan bahwa penduduk Indonesia yang aktif menggunakan media sosial sebanyak 150 juta orang. Hasil ini adalah akumulasi dari beragam jenis media sosial, *Youtube* mendapat 88% dari total pengguna media sosial. *Youtube* menjadi sebuah hal menarik, khususnya dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Akses yang mudah dan tampilan yang beragam menjadi salah satu kelebihan dari media sosial yang satu ini. Ditandai dengan banyaknya *public figure* atau artis yang biasanya terkenal melalui media televisi dan media lain, sudah mulai merambah ke dunia *youtube*. Pembuat konten *youtube* yang dikenal dengan sebutan *youtuber* ini berlomba-lomba mendapatkan penonton (*viewers*) dan pengikut (*subscriber*). Hal ini juga dikarenakan ada keuntungan secara materi yang didapat oleh akun-akun *youtube* tersebut jika penonton dan pengikut mereka banyak dan aktif. Keuntungan ini tentu berbeda untuk setiap akun. Sianipar (2013) berpendapat bahwa media sosial *youtube* adalah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu.

Salah satu istilah yang digunakan untuk pembuat konten di *youtube* adalah *youtuber* dan proses pembuatan kontennya adalah *vlogging*. *Youtuber* di Indonesia tidak hanya dari masyarakat biasa saja, hal ini rupanya menjadi hal yang baru juga untuk berbagai kalangan individu. Hal ini bisa dilihat dari beberapa artis yang biasanya dikenal melalui media televisi sudah memiliki akun *youtube*, tentunya diikuti (*subscriber*) oleh masing-masing penggemar. Seiring berjalannya waktu, konten yang dibuat oleh para *youtuber* ini sering kali menampilkan kehidupan pribadi mereka atau membuat sesi tanya jawab terkait kehidupan sehari-hari.

Menurut Devito (2011:64) pengungkapan diri atau dalam ilmu komunikasi dikenal dengan istilah *self disclosure* adalah sebuah jenis komunikasi dimana seseorang mengungkapkan informasi tentang diri kita sendiri yang biasanya informasi tersebut kita sembunyikan. Pendapat lain datang dari Wood (2012) yang mendefinisikan bahwa *self disclosure* adalah pengungkapan informasi mengenai diri sendiri yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain. Individu membuka diri ketika individu tersebut membagikan informasi pribadi mengenai diri sendiri, seperti ketakutan, harapan, pikiran, perasaan, dan pengalaman. Pengungkapan diri yang dilakukan oleh *public figure* di media sosial *youtube* sebagai *youtuber* menjadi daya tarik sendiri untuk para penggemar. Apalagi, hal-hal yang diungkapkan sering kali bersifat pribadi yang jarang diketahui oleh masyarakat. Ini dapat dilihat dengan banyaknya penonton (*viewers*) dari setiap konten atau program yang bersifat pengungkapan diri.

Kegiatan pengungkapan diri pada media sosial memiliki beberapa perbedaan dibandingkan melakukan *self disclosure* secara langsung atau tatap muka. Ketika seseorang mengungkapkan informasi yang sangat intim hal ini akan lebih mungkin untuk diartikan sebagai

hal yang kurang pantas ketika diungkapkan dalam ruang publik dibandingkan secara pribadi (Lin & Utz, 2017:427). Fenomena yang terjadi di Indonesia, kehidupan pribadi para pembuat konten *youtube* ini khususnya *public figure* seakan menjadi hal yang sudah biasa untuk menjadi konsumsi penggemar.

Penelitian ini ingin menganalisis lebih jauh lagi, dampak dari fenomena *self disclosure* di *youtube* khususnya di Indonesia. Melalui analisis penelitian-penelitian terdahulu dengan kasus serupa.

## TINJAUAN LITERATUR

Teori Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*). Dibalik teori pengungkapan diri atau *self disclosure*, ada dua tokoh besar yang berperan penting dalam teori ini, yaitu Altman dan Taylor. Altman adalah seorang profesor emeritus psikologi terkemuka di Universitas Utah, dan Taylor adalah seorang rektor dan profesor psikologi di Universitas Lincoln di Pennsylvania. *Self disclosure* adalah transparansi dari proses pengungkapan diri, keterbukaan berbagi sejarah pribadi, preferensi, sikap, perasaan, nilai, ataupun rahasia dengan orang lain. Menurut Altman & Taylor (1973) dalam penelitian sebelumnya, dikatakan bahwa derajat tingkat *self disclosure* dibagi menjadi dua dimensi, yakni : *disclosure breadth* atau seberapa luas seseorang dapat melakukan pengungkapan diri dan *disclosure depth* atau seberapa dalam seseorang dapat melakukan pengungkapan diri terhadap kehidupan pribadinya.

Penggagas teori ini yaitu Altman dan Taylor berpendapat, manusia dapat diibaratkan sebagai sebuah bawang. Semakin dalam dan dekat suatu hubungan, semakin intim informasi yang akan didapat, semakin inti lapisan bawang yang terbuka. Seperti jika seseorang memulai hubungan baru, informasi yang diketahui hanya sebatas yang terlihat saja, kemudian ketika salah satu melakukan *self disclosure* lebih lanjut, tentunya akan lebih banyak lagi informasi yang diketahui satu sama lain. Ini berarti, semakin banyak pengungkapan diri atau proses *self disclosure* yang dilakukan oleh seseorang, tandanya akan semakin dalam informasi tentang orang tersebut diketahui (Griffin, 2018:93-94).

Kedalaman dan Luasnya Pengungkapan Diri. Menurut Griffin, Ledbetter dan Glenn, *a first look at communication theory*, 2019 Edisi 10. Dikatakan bahwa kedalaman penetrasi sosial sejalan dengan tingkat keintiman. Altman dan Taylor mengibaratkan teori ini seperti sebuah bawang. Setiap bawang memiliki lapisan kulit yang berlapis-lapis sama halnya dengan manusia yang memiliki tahapan masing-masing dalam melakukan pengungkapan diri. Hal ini dapat diartikan sebagai berikut: Bagian kulit pertama dan terluar pada lapisan bawang : Bagian ini berkaitan dengan apa yang tampak dihadapan khalayak umum atau mengenai hal-hal yang biasa diperlihatkan. Sebagai contoh saat kita membicarakan mengenai nama, alamat, umur, suku, dan lain lain. Tahapan ini dapat diartikan sebagai tahap penyesuaian atau tahap adaptasi. Bagian kulit kedua pada lapisan bawang : Bagian ini merupakan bagian selanjutnya yang berkaitan dengan informasi dan perpindahan dimana pengungkapan diri dilakukan ke tingkat yang lebih dalam. Pada umumnya pada bagian ini, individu akan membicarakan mengenai hobi atau hal kesukaan yang biasa dilakukan masing-masing individu seperti musik, kegiatan maupun hal-hal lain yang disukai. Tahapan ini dapat dikatakan sebagai tahap pertukaran afektif eksploratif. Bagian ketiga pada lapisan bawang : Informasi yang disampaikan bersifat pribadi dan mendalam. Dalam tahapan ini biasanya individu menceritakan hal-hal atau masalah pribadi. Tahap ini disebut tahap pertukaran afektif. Bagian keempat pada lapisan bawang Bagian ini merupakan bagian yang paling intim dimana satu sama lain telah dapat memprediksi kepribadian masing-masing. Tahap ini disebut tahap pertukaran yang stabil. Sehingga sudah terbentuk hubungan baik yang

terjalin yang disebabkan banyaknya pertukaran informasi yang telah terjadi dalam suatu hubungan. Seseorang akan dapat lebih mudah dan lebih terbuka pada lapisan terluar pada diri individu.

Seseorang akan lebih mudah menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan diri yang tidak cukup penting atau hal-hal general dibandingkan menjelaskan hal-hal yang lebih bersifat pribadi kepada individu yang lain. Semakin kita berupaya untuk melakukan pendekatan mendalam kepada orang lain, maka semakin sulit dinding kepribadian pada seseorang untuk dapat dijelajahi.

Keterbukaan diri (*self disclosure*) bersifat resiprokal (timbal-balik). Dalam permulaan keterkaitan hubungan, masing-masing pihak pada umumnya akan bersemangat dalam membuka diri, kemudian pada umumnya keterbukaan ini bersifat timbal balik. Namun apabila seseorang semakin membicarakan wilayah yang bersifat pribadi, akan timbul keterbukaan yang cenderung tidak bersifat timbal balik dan kemudian berjalan dengan lambat yang apabila terlihat akan sangat berbeda dibandingkan dengan tahap permulaan dalam suatu hubungan. Hal ini disebabkan karena semakin dalam lapisan pribadi yang terbuka, maka secara tidak langsung sudah banyak pengungkapan diri yang terjadi. Penetrasi lebih mudah dan lebih cepat dilakukan diawal dan akan semakin berkurang ketika kita masuk ke dalam wilayah pribadi yang semakin dalam.

Dalam hal kedekatan atau keakraban pada suatu individu terhadap individu yang lain, akan terbentuk suatu proses yang rumit dan panjang dimana dapat terjadi keruntuhan yang dengan mudah membuat hubungan interpersonal menjadi tidak seimbang ditambah lagi dengan banyak faktor pendukung yang menyebabkan hal tersebut mudah terjadi. Apabila seseorang mampu untuk melalui bagian dari tahapan ini maka pada umumnya suatu hubungan akan berjalan stabil dan tahan lama. Depenetrasi adalah proses yang bertahap dengan semakin memudar. Apabila suatu keterkaitan hubungan dikatakan terjadi hambatan dan tidak berjalan mulus maka masing - masing pihak akan berusaha untuk menjauhi satu sama lain secara bertahap. Hubungan kedua individu tersebut akan memudar secara perlahan-lahan.

Karakteristik *Self Disclosure*. Teori *Self disclosure* memiliki beberapa karakteristik umum yang perlu diketahui, yakni *Self disclosure* merupakan jenis komunikasi yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri yang tersimpan pada setiap individu dan kemudian dikomunikasikan kepada orang lain. *Self disclosure* adalah proses membagikan informasi diri yang dilakukan oleh seseorang, kemudian dibagikan dan merupakan pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain dan dengan demikian harus dikomunikasikan. *Self disclosure* adalah informasi tentang diri yang berkaitan mengenai pikiran, perasaan dan sikap. *Self disclosure* dapat bersifat informasi secara khusus atau pribadi. Informasi secara khusus adalah informasi rahasia yang diungkapkan kepada orang lain secara pribadi dan tidak semua orang ketahui. *Self disclosure* melibatkan sekurang-kurangnya seorang individu lain, oleh karena itu *self disclosure* merupakan informasi yang harus diterima dan dimengerti oleh individu lain. Artinya, setidaknya ada dua individu dalam proses *self disclosure* (Devito, 2011).

Asumsi–asumsi dasar teori *Self Disclosure*. Dalam Johari Window (Jendela Johari) setiap orang memiliki empat area dalam mengkomunikasikan diri pribadinya, yakni daerah pribadi terbuka (*open self*), daerah pribadi buta (*blind self*), daerah pribadi tersembunyi (*hidden self*), dan daerah pribadi tidak dikenal (*undiscovered self*). Adapun penjabaran mengenai konsep Jendela Johari adalah sebagai berikut (Lukaningsih, 2010): *Area Terbuka*, dikatakan wilayah terbuka karena area ini merupakan suatu wilayah dimana orang lain dapat mengetahui segala hal yang menyangkut diri kita pribadi seperti dalam hal kepribadian, kelebihan dan kekurangan yang kita miliki. Area terbuka memahami konsep bahwa apabila kita menginginkan suatu komunikasi

berjalan sukses, lancar, dan efektif maka kita sebagai individu diwajibkan memiliki keahlian dalam memberikan suatu kemudahan dan koneksi yang dapat menghubungkan keinginan diri sendiri dan juga keinginan individu yang lain. Apabila wilayah dalam area terbuka semakin terbuka lebar maka dapat diartikan bahwa orang lain dapat memahami kita dan sebaliknya kita dapat memahami orang lain. Apabila kedua hal tersebut terjadi maka komunikasi cenderung dapat terbuka dan lebih mengena. Sebaliknya, jika area ini cenderung menyempit maka komunikasi cenderung akan semakin sempit dan menutup. *Area Buta*, dikatakan area buta karena area ini merupakan wilayah dimana seseorang tidak dapat mengetahui kekurangan yang dimiliki dan justru orang lain yang menyadari atau mengetahui kekurangan yang kita miliki. Banyak orang didunia ini yang justru tidak mengetahui dan menyangkal kekurangan yang dimilikinya. Apabila area buta semakin melebar, maka proses komunikasi akan sangat sulit terjadi. Menurut Joseph Luft dan Harrington yang menyusun model jendela johari, area buta merupakan wilayah yang sangat sulit dihapus dan hanya bisa dikurangi. Cara mengurangi area buta adalah dengan lebih mengetahui norma-norma yang berlaku di masyarakat, aturan, serta hukum yang berlaku dan dapat ditaati oleh tiap - tiap individu. *Area Tersembunyi*, dikatakan area tersembunyi karena area ini merupakan wilayah dimana kita memiliki kemampuan yang tidak dimiliki oleh individu yang lain. Terdapat dua aturan yang cukup erat keterkaitannya dengan area tersembunyi yakni aturan yang disebut *overdisclose* dan aturan yang disebut *underdisclose*. Ketika seseorang cenderung lebih sering menceritakan masalah pribadi yang seharusnya tidak diceritakan seperti aib keluarga, permasalahan rumah tangga dan masalah hutang maka hal tersebut dapat dikatakan *overdisclose*. Sedangkan ketika kita menyembunyikan suatu permasalahan dengan sangat berlebihan maka disebut *underdisclose*. Individu yang memiliki sikap *underdisclose* sangat sulit menyampaikan informasi tentang dirinya namun biasanya banyak mengetahui hal - hal pribadi yang berkaitan dengan orang lain. *Area Tak Dikenal*, dikatakan area tak dikenal karena area ini merupakan wilayah yang sangat penting dalam hal berkomunikasi. Dalam hal area tak dikenal, seseorang tidak mengenali dirinya sendiri dan orang lain tidak mengenali diri kita. Ketika seseorang berselisih paham, biasanya hal ini disebabkan oleh kesalahpahaman karena kita dan individu lainnya tidak cukup mengenal dengan lebih dalam terhadap bagian - bagian dalam diri. Hal ini bisa diartikan kita tidak cukup memahami dan mengenal dari sisi kekurangan maupun kelebihan serta status dari individu lain tersebut.

Keempat area yang diungkapkan pada model Johari Window yang diutarakan oleh Joseph Luft dan Harrington Ingham adalah satu kelengkapan yang terdapat di dalam diri setiap individu. Namun terdapat beberapa perbedaan yang terletak pada kadar area yang sangat berbeda antara suatu individu dengan individu yang lain. Apabila suatu individu menginginkan komunikasi yang lancar dan hubungan bermasyarakat yang harmonis, maka diperlukan suatu usaha yang cukup besar untuk dapat memperbesar area terbuka dan memperkecil ketiga area yang lainnya.

Faktor - Faktor yang dapat mempengaruhi *self-disclosure*. Menurut Devito ( 2011:65-67) terdapat delapan faktor yang mempengaruhi proses *self disclosure*: Ukuran kelompok, kelompok kecil akan lebih sering melakukan pengungkapan diri dibandingkan dengan kelompok yang lebih besar. Perasaan menyukai, suatu individu akan cenderung melakukan pengungkapan diri kepada orang-orang yang menarik dan disukai atau dicintai. Biasanya seseorang cenderung tidak akan melakukan proses membuka diri pada individu lain yang kurang menarik dan tidak disukai. Efek diadik, suatu individu akan ikut termotivasi untuk melakukan pengungkapan diri apabila individu yang lain juga melakukan pengungkapan diri. Kompetensi, pengungkapan diri akan cenderung lebih sering dilakukan oleh individu yang memiliki banyak kompetensi apabila

dibandingkan dengan seorang individu yang tidak memiliki kompetensi. Kepribadian, seseorang yang pandai dalam bergaul dan lebih cenderung *extrovert* dapat melakukan pengungkapan diri lebih besar dan lebih sering dibandingkan dengan individu lain yang *introvert*. Topik, seseorang akan lebih cenderung melakukan pembukaan diri tentang topik pekerjaan atau hobi dibandingkan dengan hal-hal yang bersifat pribadi seperti masalah rumah tangga maupun masalah keuangan. Jenis Kelamin, jenis Kelamin adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi proses pengungkapan diri. Seorang wanita akan lebih mudah melakukan proses *self disclosure* dibandingkan pria. Kemudian, seorang wanita akan lebih mudah terbuka pada orang yang sukai sedangkan seorang pria akan lebih mudah terbuka kepada orang yang dipercayai.

Media Sosial. Media sosial merupakan suatu wadah dimana para penggunanya dapat menyampaikan perasaan, pendapat, pemikiran serta pengalaman mereka kepada khalayak umum bahkan para pengguna sosial media dapat menyampaikan berbagai informasi kepada individu yang bahkan belum pernah mereka temui sebelumnya. Hal ini dikarenakan karakteristik dari media sosial yang memang diperuntukan sebagai sarana komunikasi dan sosialisasi antar individu. Media sosial yang dapat menghubungkan setiap orang dengan mudah tanpa memandang jarak dan waktu menjadikan setiap orang menggunakan media sosial untuk mendukung proses interaksi setiap hari. Menurut Lin et Al (2016), secara konsep berbicara tentang konsep membagikan pesan yang berisikan informasi-informasi bersifat pribadi dan dapat dikatakan sebagai suatu proses *self disclosure*. Pesan-pesan yang disampaikan dapat berupa informasi deskriptif yang berisikan kegiatan sehari - hari yang dilakukan seseorang dan atau evaluasi atas kegiatan yang dilakukan pada hari itu.

Dikatakan oleh Dijk (Nasrullah, 2016) media sosial adalah suatu fasilitas media yang melakukan fokus pada pemilik akun media sosial dalam menciptakan eksistensi terhadap dirinya dan memberikan fasilitasi serta ruang untuk berkespresi dalam melakukan aktivitas di sosial media maupun berkolaborasi. Dengan kata lain, media sosial merupakan suatu wadah yang berfungsi sebagai suatu fasilitator penghubung yang dapat memperkokoh keterkaitan antar pemilik akun media sosial dan juga menjadi suatu ikatan sosial yang cukup besar.

Dikatakan oleh Nasrullah (2016:8) Perkembangan yang terjadi antara suatu individu dengan suatu perangkat media merupakan suatu tolak ukur dari media sosial. Sebuah penelitian (Sonja Utz, 2015) menjelaskan bahwa pengguna media sosial tentunya memiliki profil yang biasanya menyertakan foto profil mereka dan gambar-gambar yang lain, selain informasi identitas seperti, tempat tinggal, pendidikan, pekerjaan dan status hubungan. Adapun macam-macam media sosial, yaitu : 1. Facebook 2. *Youtube* 3. Instagram 4. Twitter 5. Blog 6. Dsb. Nasrullah (2016:15)

Dalam ilmu komunikasi, sosial media juga dikenal istilah *social networking site (SNS)* atau situs jejaring sosial diartikan sebagai situs yang dapat memberikan pelayanan yang memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk membuat profil akun, kemudian dapat melihat daftar pengguna dari suatu jejaring sosial, serta menambah dan mengundang teman untuk dapat ikut serta bergabung kedalam suatu situs tertentu. Pada umumnya tampilan halaman profil pengguna di dalamnya terdapat identitas diri seperti nama dan jenis kelamin serta tampilan foto pengguna media sosial.

Dikatakan oleh Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014:17), terdapat 6 (enam) ciri – ciri dari situs jejaring sosial yaitu : Penyampaian esensi atau isi disampaikan dan dibagikan kepada khalayak umum dan tidak terbatas pada suatu kalangan tertentu. Kedua, pesan langsung tersampaikan dan tidak ada penghambat atau tidak melalui *gatekeeper*. Ketiga, pesan

langsung disampaikan secara *online*. Hal ini dapat dipastikan selama media yang digunakan terhubung dengan internet. Keempat, Penyampaian konten diterima secara *online* dalam waktu lebih cepat namun dapat pula tertunda penerimaannya dan tergantung pada waktu yang digunakan oleh pengguna dalam melakukan interaksi. Kelima, Sebagai wadah bagi para konten kreator dan aktor dalam melakukan aktualisasi diri. Keenam, Identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (*eksis*), hubungan (*relasi*), reputasi (*status*) dan kelompok (*group*) merupakan aspek - aspek pendukung dari karakteristik media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik meta analisis. Menurut Retnawati (2018:2) Teknik meta analisis merupakan salah satu bentuk penelitian dengan menggunakan data dari penelitian-penelitian terdahulu memang yang telah ada (data sekunder). Penelitian meta-analisis merupakan suatu teknik statistika yang dalam prosesnya menggabungkan hasil 2 atau lebih penelitian sejenis sehingga diperoleh paduan data secara kualitatif. Dalam penelitian Anwar (2005) dalam proses penelitiannya, meta analisis merupakan suatu studi observasional retrospektif, dalam arti peneliti membuat rekapitulasi fakta tanpa melakukan manipulasi eksperimental. Meta analisis merupakan penelitian secara sistematis melalui berbagai macam penelitian pada topik penelitian tertentu. Meta analisis merupakan proses pengumpulan berbagai penelitian dengan topik-topik yang relevan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan landasan dari jurnal-jurnal dengan penelitian serupa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan pembahasan mengenai jurnal yang telah peneliti kumpulkan sebanyak tujuh artikel hasilnya adalah sebagai berikut. Dalam artikel pertama, terlihat bahwa peneliti ingin melakukan investigasi terhadap hubungan antara memberikan informasi pribadi di sosial media dan bagaimana membangun hubungan relasi melalui media sosial. Peneliti ingin melihat sejauh mana informasi yang disampaikan melalui situs media sosial ini dapat memberikan pengaruh dalam hal pembentukan sikap seseorang apabila dibandingkan dengan tatap muka langsung. Responden yang diambil berada pada rentang usia 12 hingga 83 tahun. Hasilnya adalah dari seluruh responden diperoleh bahwa 57.3% responden melaporkan mereka membentuk suatu hubungan baru dalam sosial media yang mereka dapatkan melalui *facebook* or *Hyves*. Secara spesifik, 19.1% responden membentuk hubungan baru dengan individu lain, 12.2 % responden justru kehilangan suatu hubungan dengan individu lain, 22.6 % menyukai individu yang baru dikenalnya dengan baik, 14.0% justru kurang menyukai individu yang baru dikenalnya, 7.9% lebih mempercayai individu yang dikenalnya, 6.0% kurang mempercayai orang yang baru dikenalnya, 31.7 % lebih memiliki kecenderungan untuk terlibat dengan orang lain dan 5.2% justru kurang memiliki kecenderungan dengan orang lain (Stejin and Schouten, 2013).

Penelitian selanjutnya yaitu dari Ruoyun Lin, Sonja Utz (2017) Dalam artikel ini, peneliti ingin mengetahui faktor apa yang menjadi pendorong pengguna sosial media hingga merasakan perasaan kedekatan yang berkembang terhadap pengguna sosial media yang lain. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti menggunakan dua percobaan yakni percobaan dimana peneliti menempatkan beberapa variasi jumlah posting dan mengukur kedekatan serta narasi pengungkapan diri yang disampaikan di media sosial. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi pengungkapan diri yang dilakukan di media sosial, maka hal tersebut semakin mendukung peran media sosial dalam menciptakan keakraban terhadap orang lain atas diri sendiri.

Selanjutnya adalah artikel dari Bazarova dan Yoon Hyung Choi (2014) Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat tujuan pengungkapan diri dari berbagai kemampuan media di SNS tergantung pada privasi / publisitas dan arah interaksi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna SNS menggunakan fungsi media sosial yang berbeda untuk pengungkapan dengan tingkat keintiman yang berbeda, tergantung pada motif dan tujuan mereka.

Penelitian selanjutnya menjelaskan bahwa *youtube* sebagai sarana komunikasi bagi komunitas Makassarvidgram. Dalam artikel ini, penelitian dilakukan pada suatu komunitas yang bernama Makassarvidgram. peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunitas Makassarvidgram memanfaatkan *youtube* sebagai sarana komunikasi, juga apa saja kelebihan dan kelemahan *youtube* sebagai suatu sarana komunikasi bagi komunitas Makassarvidgram. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial *youtube* sangat bermanfaat untuk anggota komunitas. kekurangan dan kelebihan dari media sosial *Youtube* ini juga berbeda untuk setiap individu, ada yang memang merasa kebutuhannya terpenuhi karna konten yang hanya ada di *youtube* (Fatty Faiqah, et.al. 2016).

Kemudian ada penelitian selanjutnya berfokus pada proses *self disclosure* yang dilakukan pada akun media sosial *instagram* Galeri Quote. Artikel ini juga mengaitkan hubungan dari fenomena *self disclosure* pada media sosial *instagram* ini dengan teori Johari Window. dimana teori johari window ini terdiri dari empat bagian antara lain wilayah terbuka (*open area*), wilayah buta (*blind area*), wilayah tersembunyi (*hidden area*), wilayah tak dikenal (*unknown area*). hasil dari penelitian ini adalah bahwa anggota dari Galeri Quote masuk ke wilayah terbuka (*open area*) yang ditandai dengan apa yang mereka deskripsikan dalam bentuk *quote* yang merupakan hasil dari pikiran, perasaan yang sedang dirasakan, dan pengalaman dalam kehidupan mereka. Dalam penelitiannya, peneliti memperbesar wilayah terbuka sehingga wilayah lainnya dapat otomatis mengecil dengan sendirinya. Jadi, mereka lebih nyaman dan terbuka pada saat mendeskripsikan sesuatu dalam *quotes* melalui media sosial *Instagram* (Asriyani, 2018).

Pada penelitian selanjutnya, peneliti ingin melihat apakah pengguna sosial media yang melakukan *self disclosure* dan mengunggahnya di *facebook* menimbulkan kelemahan terhadap privasi para pengguna media sosial. Untuk menjawab hal ini, peneliti mengumpulkan data longitudinal yang diperoleh dalam periode 5 tahun mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2015. Data ini dikumpulkan untuk melihat tren penggunaan *facebook* meliputi persepsi privasi (yaitu ancaman terhadap privasi umum, ancaman terhadap privasi online, dan dukungan untuk perlindungan privasi pemerintah), dan pengungkapan diri secara *offline* dan *online*. Hasil dari penelitian ini adalah penelitian ini menekankan pada kapasitas sosialisasi dan pembinaan SNS, terutama dalam cara penggunaan jangka panjang yang mungkin memiliki efek kumulatif pada batas privasi seseorang. Kedua, sifat longitudinal dari penelitian ini memungkinkan peneliti untuk dapat meramalkan pola pengaruh penggunaan SNS pada persepsi privasi dan pertukaran informasi pribadi. Dalam hal persepsi risiko antara pengguna ringan dan berat yang dilakukan konvergensi yang menunjukkan efek penggunaan SNS serta mitigasinya pada perkiraan terhadap ancaman privasi pengguna media sosial. (Mina Tsay Vogel et.al, 2018).

Selanjutnya (Siti Nadila et.al, 2018), Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana vlogger mengungkapkan dan menunjukkan identitas dirinya dalam hubungan dengan kehidupan sosialnya secara audio visual di media sosial *youtube* serta untuk mengetahui bagaimana komunikasi *vlogger* dengan penggemar dalam berinteraksi secara virtual melalui media sosial di *youtube*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode semiotika dari Charles S.Pierce dan juga etnografi virtual. Hal ini juga didukung oleh beberapa teori yang



menguatkan seperti teori pengungkapan diri dan teori identitas sosial. Penulis memformulasi teknik pengumpulan data dengan melakukan tangkap gambar isi vlog Ricis, melakukan tangkap gambar terhadap emotikon yang tersedia pada kolom komentar di *youtube*, dan melakukan observasi atas aktivitas virtual dengan penggemar dari *vlogger*. melalui cara ini penulis dapat memperoleh informasi sebanyak mungkin berdasarkan observasi yang bersifat partisipatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *public figure* Ria Ricis melakukan pengungkapan identitas dirinya dengan efektif dan terbuka.

Di Indonesia sendiri, ada beberapa nama besar akun *youtube* yang memiliki banyak pengikut. Salah satunya adalah akun media sosial *youtube* dari seorang artis yang bernama Deddy Corbuzier. Akun *youtube* Deddy Corbuzier ini memiliki pengikut sebesar 12,9 juta subscriber. Akun ini memiliki konsep tanya jawab, yang dimana Deddy Corbuzier sebagai pemilik akun bertindak sebagai presenter yang mengundang bintang tamu dan melakukan diskusi. Salah satu konten yang dipublikasikan pada akun *youtube* ini yaitu berjudul “Podcast tanpa bra!! Dinar Candy - Deddy Corbuzier Podcast”. Dalam tayangan Youtube ini, ada seorang *public figure* yang bernama Dinar Candy, diwawancari oleh Deddy Corbuzier dan tidak menggunakan bra. Dalam diskusinya, Dinar Candy sebagai bintang tamu mengungkapkan bahwa jika ia tidur, tidak menggunakan bra. Pernyataan ini juga diiringi dengan gerakan sedikit membuka pakaian yang dikenakan. Ini merupakan salah satu contoh fenomena *self disclosure* di akun media sosial *Youtube*. Pengungkapan diri yang bersifat pribadi dan menjadi sebuah konten untuk menjadi konsumsi publik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu wadah atau sarana komunikasi yang dapat memberikan penggunanya kemudahan dalam melakukan suatu aktivitas pengungkapan diri. Dalam jurnal - jurnal yang telah berhasil kami kumpulkan, kami menemukan bahwa media sosial selain sebagai sarana pengungkapan diri, wadah komunikasi dan wadah dalam menjalin kedekatan dengan pengguna media lain yang sejalan dengan tujuan seseorang dalam menggunakan media sosial. Peran media sosial sebagai penjalin kedekatan dan keakraban terhadap sesama pengguna akan menjadi sangat tinggi, bergantung pada frekuensi penggunaan media sosial dalam setiap waktu. Dalam hal ini media sosial *youtube* yang memungkinkan seseorang dapat mengunggah video dalam durasi yang tidak terbatas menjadi sebuah celah bagi pengguna media sosial di Indonesia dalam melakukan pengungkapan diri yang bebas.

Penelitian ini memperlihatkan bagaimana perkembangan teknologi media sosial yang pesat. Fenomena yang terjadi di Indonesia, media sosial *youtube* sering kali digunakan sebagai sarana untuk mengungkapkan diri termasuk hal-hal yang bersifat pribadi dari pembuat konten. Melihat dari karakteristik media sosial *youtube* yang mudah diakses untuk semua kalangan, hal ini dilihat menjadi cukup beresiko ketika konten yang dibuat tidak ditonton sesuai dengan target usia. Penelitian selanjutnya, dapat melihat bagaimana fenomena *self disclosure* di Indonesia dengan mengaitkan dan dikembangkan dengan beberapa teori lain seperti teori pengurangan ketidakpastian (*social exchange*) yang melihat adanya manfaat dan biaya dalam sebuah hubungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. (Edisi 5) Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Firmansyah, Aditya. (2010). "Situs Jejaring Sosial Menggunakan Elgg." *Makalah tidak diterbitkan*. Sekolah Teknik Elektro dan Informatika. ITB. Bandung.
- Griffin, Em. (2019). *A First Look at Communication Theory*. 10<sup>th</sup> Edition. Boston: McGraw Hill.
- Lukaningsih, Z. L. 2010. *Pengembangan Kepribadian*. Nuha Medika: Yogyakarta
- Retnawati, Heri dkk. (2018). *Pengantar Analisis Meta* . Yogyakarta: Parama Publishing
- Rulli Nasrullah, 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung

### Artikel Jurnal :

- Asriyani Sagiyanto, Nina Ardiyanti. (2018). *Self Disclosure melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri Quote)*. Nyimak Journal of Communication, Vol. 2, No. 1, pp. 81-94
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir. (2016). *Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram*, vol. 5 no.2.
- Lin, Riouyun & Sonya Utz. (2017). *Self-disclosure on SNS: Do Disclosure Intimacy and Narrativity Influence Interpersonal Closeness and Social Attraction?*. Computers in Human Behavior 70, 426-436.
- Natalya N. Bazarova & Yoon Hyung Choi. (2014). *Self-Disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites*.
- Siti Nadila, Alimuddin Unde, dan Syamsuddin Aziz. (2018). *Pengungkapan Identitas diri melalui Media Sosial : Studi Mengenai Etnografi Virtual melalui Vlog*.
- Tsay-Vogel M, Shanahan J, Signorielli N. *Social media cultivating perceptions of privacy: A 5-year analysis of privacy attitudes and self-disclosure behaviors among Facebook users*. New Media & Society. 2018;20(1):141-161. doi:10.1177/1461444816660731
- Wouter M.P. Steijn, MSc, Alexander P. Schouten, PhD. (2013). *Information Sharing and Relationships on Social Networking Sites*.

### Link :

- <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a55212afab/Youtube-medsos-no-1-diindonesia>
- <https://www.Youtube.com/watch?v=CK7L4-dS4OA>
- [http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2010/05/meta\\_analisis.pdf](http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2010/05/meta_analisis.pdf)
- <https://adoc.pub/oleh-tim-pusat-humas-kementerian-perdagangan-ri.html>