

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

1. Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, dan Noviawan Rasyid Ohorella, 2020. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 18(3) dengan judul “*Self Disclosure* Generasi Milenial melalui *Second Account* Instagram”. Mengambil subjek penelitian subjek yang berusia 20 sampai 24 tahun merupakan generasi milenial dengan objek *second account* media sosial Instagram. Tujuan penelitian ini adalah menemukan keterbukaan diri melalui kebebasan berekspresi serta menghilangkan rasa kurang percaya diri yang dirasakan kaum milenial di akun kedua Instagramnya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori *self disclosure* Joseph Luft dan Harry Ingham dengan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian yang didapat adalah penjelasan mengenai generasi milenial yang ternyata rata-rata memiliki tingkat keterbukaan yang berbeda. Melalui *second account* dapat membantu lebih percaya diri tampil lebih besar di first account dan menghilangkan rasa tidak percaya diri. Hal tersebut karena di *second account* berisi individu yang sudah dikenal dengan tingkat hubungan yang lebih dekat.
2. Faridah Azza Annabillah dan Kheyene Molekandella Boer, 2023. Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi, Vol. 4(3) dengan judul “Fitur Close Friends Instagram sebagai Keterbukaan Diri Mahasiswa yang Mengalami Kecemasan Bermedia Sosial”. Penelitian ini mengambil subjek mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman dengan objek fitur *close friends* Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif. Fokus penelitian adalah lima aspek *self disclosure*. Tujuan penelitian untuk menjelaskan fitur *close friends* Instagram sebagai keterbukaan diri mahasiswa yang mengalami kecemasan bermedia sosial. Teori yang digunakan *self disclosure* menurut Wheelers dan Grotz (1976). Hasil penelitian ini

menunjukkan tujuan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman menggunakan *close friend* sebagai media keterbukaan diri.

3. Muhammad Habil, Dwi Aji Budiman dan Andy Makhrian, 2023. Jurnal Kaganga, Vol. 7(1) berjudul “Instagram *Stories* sebagai Media Pengungkapan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIB (Kajian Pengguna Instagram *Stories* pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu)”. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bengkulu dengan objek penelitian fitur Instagram *stories*. Tujuan penelitian untuk menjelaskan bagaimana penyampaian informasi diri yang dilakukan mahasiswa Universitas Bengkulu dan penjelasan mengenai bagaimana keterbukaan diri yang dilakukan. Fokus penelitian adalah keterbukaan diri pada mahasiswa melalui Instagram *stories*. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teori *self disclosure* dan Johari Window. Hasil penelitian adalah pengungkapan diri dalam bentuk tersembunyi, yang artinya tidak semua orang dipilih untuk bisa melihat Instagram *stories* yang dibagikan.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Computer Mediated Communication

Munculnya media sosial menandai dimulainya era baru dalam interaksi sosial manusia. Komunikasi yang sebelumnya didominasi oleh pertemuan tatap muka kini meluas ke dunia maya. Konsep Computer-Mediated Communication (CMC) hadir untuk menjelaskan fenomena ini, yaitu bagaimana manusia berkomunikasi dengan manusia lain melalui perantara komputer, di mana isyarat nonverbal yang kaya seperti ekspresi wajah dan bahasa tubuh tidak dapat tertangkap secara langsung (Hiltz & Turoff, 1985).

Computer Mediated Communication (CMC), yang sering disingkat menjadi CMC, dapat diartikan sebagai komunikasi yang diperantarai oleh teknologi komputer. Istilah ini merujuk pada berbagai bentuk interaksi manusia yang menggunakan perangkat elektronik seperti PC, laptop, smartphone, dan tablet. Kajian mengenai CMC mulai berkembang pesat sejak akhir dekade 1980-an,

seiring dengan kemajuan teknologi informasi. CMC adalah komunikasi yang dilakukan melalui perangkat computer. CMC mencakup berbagai bentuk komunikasi yang terjadi melalui media komputer, mulai dari teks sederhana hingga konten multimedia yang kaya. Ini termasuk email, pesan instan, forum diskusi, blog, wiki, video konferensi, dan game online. CMC menganalisis bagaimana setiap bentuk komunikasi ini memiliki karakteristik unik dan memengaruhi interaksi sosial dengan cara yang berbeda (Silvia dkk., 2022)

Menurut Pearson dkk. (2017) dalam (Mulyana, 2023) mengidentifikasi sebuah fenomena komunikasi modern yang mereka sebut CMC sebagai "Digital Mediated Communication" (DMC). DMC merujuk pada segala bentuk interaksi manusia yang dimungkinkan oleh teknologi digital, seperti komunikasi melalui email, pesan instan, video konferensi, dan media sosial. Para peneliti berpendapat bahwa pesatnya perkembangan DMC tidak terlepas dari konvergensi teknologi, yaitu proses integrasi berbagai bentuk media seperti suara, video, dan data ke dalam satu platform digital. Terdapat tiga keunikan DMC menurut Pearson (2017), yaitu:

- a) Pertama, sifatnya yang *mobile* memungkinkan pengguna untuk berinteraksi melalui perangkat portabel.
- b) Kedua, DMC mampu mengakomodasi berbagai bentuk komunikasi, baik interaksi personal maupun penyampaian pesan massa.
- c) Ketiga, DMC, seperti halnya CMC, dapat dikategorikan menjadi komunikasi sinkron dan asinkron. Komunikasi sinkron terjadi secara real-time, sedangkan komunikasi asinkron melibatkan penundaan dalam pengiriman dan penerimaan pesan.

Pola komunikasi berbasis komputer (CMC) telah membuka cakrawala baru dalam berinteraksi. Melalui CMC, kita dapat melakukan berbagai aktivitas, mulai dari mengakses berita terkini melalui koran online, bermain game virtual dengan orang-orang dari seluruh dunia, hingga berinteraksi secara real-time dengan teman dan kolega. Selain itu, CMC juga telah mengubah cara kita berbisnis, dengan maraknya penggunaan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram sebagai platform pemasaran dan penjualan. CMC memungkinkan berbagai bentuk

interaksi digital, termasuk obrolan, berbagi video, dan jejaring sosial. Fitur-fitur seperti hyperlink dan kemampuan untuk mencari teman membuat CMC menjadi sangat interaktif.

Dalam konteks komunikasi, kehadiran CMC telah menyebabkan pergeseran komunikasi yang cukup signifikan. Interaksi sosial yang awalnya hanya terjadi antara individu kini melibatkan entitas non-manusia, seperti chatbot atau agen virtual. Meskipun interaksi dengan mesin ini dapat terjadi secara real-time, karakteristik interaksi tersebut tetap berbeda dengan interaksi antarmanusia yang melibatkan nuansa emosi, bahasa tubuh, dan konteks sosial yang lebih kompleks (Mulyana, 2023)

2.2.2 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang secara perspektif situasional spesifik untuk mengamati interaksi dua orang secara verbal maupun non verbal. Menurut Joseph A. Devito dalam bukunya *“The Interpersonal Communication Book”* (2016) mendefinisikan bahasa komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang maupun kelompok kecil dengan efek dan umpan balik yang terjadi secara cepat. Terdapat bentuk khusus dari komunikasi interpersonal yaitu komunikasi diadik. Komunikasi diadik menempatkan kelompok atau organisasi yang terdiri lebih dari dua orang termasuk dalam perspektif komunikasi interpersonal. Komunikasi diadik merupakan komunikasi menyangkut dua individu yang terjadi dalam konteks komunikasi kelompok maupun komunikasi yang lebih luas.

Komunikasi interpersonal senantiasa berjalan dua arah. Proses yang berjalan secara dua arah ini akan selalu melibatkan *feedback* yang berarti komunikasi tidak menelan secara apa adanya informasi dari komunikator. Perputaran umpan balik ini akan terus berlanjut sehingga tiap pihak bisa bergantian berperan sebagai komunikan atau komunikator. Komunikasi interpersonal yang terjadi antara dua orang dalam suatu hubungan memiliki bentuk komunikasi bersifat kumulatif dari masa ke masa (Afrilia & Anisa, 2020). Menurut Liliweri pada (Afrilia & Anisa, 2020) terdapat empat tujuan dari komunikasi interpersonal:

1. *To Be Understood*

Dalam komunikasi interpersonal, mulai dari arah hubungan, hambatan, dan keinginan individu harus disampaikan dan dikomunikasikan dengan baik secara verbal maupun non-verbal. Salah satu tujuan komunikasi interpersonal dalam hal ini adalah seseorang ingin memberikan pemahaman kepada orang lain tentang perasaan, pemikiran, pendapat, dan perilaku yang dilakukannya.

2. *To Understood Others*

Tidak hanya untuk memberikan pengertian kepada orang lain, dalam komunikasi interpersonal komunikator juga dituntut untuk bisa memahami orang lain. Adanya timbal balik dalam hubungan komunikasi interpersonal, tiap individu yang berkomunikasi harus sama-sama merasa dihargai. Melalui komunikasi interpersonal yang belajar memahami orang lain maka citra diri dan identitas diri akan terbangun pula pada pandangan lawan komunikasi.

3. *To Be Accepted*

Kebutuhan seseorang untuk diterima dalam kelompok atau individu lain juga menjadi salah satu tujuan komunikasi interpersonal. Kebutuhan akan hal ini dapat dipenuhi apabila seseorang mampu menjalin hubungan yang baik dengan individu lain. Melalui komunikasi interpersonal seseorang dapat melakukan pengelolaan hubungan tersebut.

4. *To Get Something Done*

Tujuan ini merupakan tujuan yang penting dalam komunikasi interpersonal. Bagaimana antar individu yang berkomunikasi dapat menemukan titik terang tentang sesuatu yang harus diselesaikan bersama. Kesepakatan antar individu akan terbentuk melalui proses komunikasi interpersonal.

Dalam komunikasi interpersonal dapat dipengaruhi oleh persepsi interpersonal. Persepsi interpersonal dapat dipengaruhi dan terbentuk melalui beberapa faktor personal. Bukan sekedar memengaruhi komunikasi interpersonal, persepsi interpersonal juga memengaruhi hubungan interpersonal. Menurut

Jalaludin Rakhmat (2018) faktor yang memengaruhi antara lain, pengalaman, motivasi, dan kepribadian. Pengalaman yang didapatkan baik melalui proses belajar formal ataupun melalui serangkaian peristiwa dalam hidup yang telah dihadapi akan memengaruhi kecermatan persepsi seseorang. Faktor motivasi yang banyak dilibatkan dalam proses konstruktif sosial juga menjadi salah satu faktor. Dalam komunikasi terdapat motif personal seseorang hanya ingin mendengar apa yang mau didengar dan tidak akan mendengar hal yang tidak ingin didengar. Kebutuhan untuk memercayai dunia yang adil juga memengaruhi persepsi personal.

Menurut Melvin Lerner dalam (Rakhmat, 2018) seseorang perlu memercayai bahwa dunia ini diatur secara adil, tiap orang memperoleh hal yang sesuai dengan jatahnya. Motif ini seringkali menyimpangkan makna dari persepsi seseorang. Kepribadian, menurut persepsi interpersonal seseorang yang tidak menerima apa adanya dirinya menilai kepribadian orang lain dengan sifat-sifat yang tidak disenangi dalam dirinya. Sebaliknya, seseorang yang menerima diri apa adanya tidak terbebani perasaan bersalah dan menafsirkan orang lain secara lebih teliti. Persepsi interpersonal yang dibentuk secara sadar dapat memunculkan penyajian diri. Artinya seseorang dengan secara sadar berusaha menampilkan dirinya kepada orang lain sebaik mungkin.

Perilaku dalam berkomunikasi interpersonal akan sangat dipengaruhi oleh persepsi interpersonal. Persepsi seseorang seringkali tidak cermat, apabila kedua belah pihak salah menilai maka akan terjadi kegagalan komunikasi. Kegagalan komunikasi ini dapat diperbaiki apabila seseorang menyadari persepsinya bersifat subjektif dan mungkin saja salah. Persepsi yang tidak teliti juga dapat mendistorsi pesan. Pemaknaan pesan bisa saja keliru karena adanya kesenjangan antara persepsi dengan realitas sebenarnya. Persepsi interpersonal juga akan memengaruhi komunikator, yang berdampak pada kebebasan, keberanian dan keterbukaan komunikasi.

2.2.3 Konsep Diri

Diri merupakan sebuah proses internalisasi dan tindakan dari perspektif sosial yang dipelajari dalam proses komunikasi. Sejak dilahirkan seseorang

berinteraksi dengan orang lain. Diri berkembang karena kita berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Melalui dialog internal atau komunikasi interpersonal. Kita dapat mengingatkan diri mengenai perspektif orang lain dan bagaimana mereka melihat kita. Berawal dari mengamati diri kita sendiri, seseorang akan sampai pada gambaran dan penilaian tentang dirinya. Hal tersebut dikenal dengan konsep diri. Konsep diri ini dikembangkan oleh Charles H. Cooleyn (1864-1929), George H. Mead (1863-1931) yang awalnya konsep diri pada psikologi sosial berorientasi pada sosiologi.

Menurut William D. Brooks dalam (Rakhmat, 2018) konsep diri didefinisikan sebagai *“those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others.”* Jadi konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologi, sosial dan fisis. Menurut Anita Taylor dkk. dalam (Rakhmat, 2018) mendefinisikan konsep diri sebagai *“all you think and feel about you, the entire complex of beliefs and attitudes you hold about yourself.”* Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsep diri tidak hanya gambaran deskriptif tetapi juga penilaian apa yang diri pikirkan dan apa yang dirasakan tentang diri sendiri.

Komunikasi interpersonal seorang individu dapat dipengaruhi oleh bagaimana konsep dirinya. Hal tersebut dikarenakan setiap tindakan yang dilakukan seseorang didasari oleh konsep diri yang tertanam. Konsep diri yang baik agar sejalan dengan baiknya komunikasi interpersonal seseorang. Antara konsep diri dan komunikasi interpersonal akan selalu saling memengaruhi. Artinya, untuk meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal seseorang haruslah meningkatkan konsep dirinya pula (Irawan, 2017).

Menurut (Kurniawan dkk., 2021) bagaimana individu berinteraksi dan berperilaku sejak kecil akan terus dibentuk dan akan menjadi pandangan dalam dirinya. Melalui proses pembentukan konsep diri tersebut akan menciptakan karakter yang tergantung dengan pengalamannya. Contohnya, introvert, ekstrovert, pesimis atau optimis, yang akan memberikan dampak pada kehidupan sosialnya.

Hal inilah yang berhubungan dengan rasa percaya diri setiap individu. Apabila konsep diri yang terbentuk bersifat positif maka hal tersebut juga akan meningkatkan kepercayaan diri dan begitu pula sebaliknya.

Konsep diri, sebagai konstruksi kognitif yang dinamis, memainkan peran sentral dalam membentuk identitas individu dan memediasi interaksi sosial. Melalui proses sosialisasi yang berkelanjutan, individu mengembangkan representasi mental tentang diri mereka yang mencakup aspek fisik, psikologis, dan sosial. Konsep diri ini tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, tetapi juga oleh norma-norma budaya dan ekspektasi sosial. Sebagai peta kognitif, konsep diri berfungsi sebagai kerangka acuan yang memandu persepsi, pikiran, emosi, dan perilaku individu. Perubahan dalam konsep diri dapat dipicu oleh berbagai faktor, seperti pengalaman hidup, umpan balik sosial, dan perkembangan kognitif. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang konsep diri menjadi kunci dalam memahami perilaku manusia dan mengembangkan intervensi psikologis yang efektif (Kurniawan, 2017).

Konsep diri akan memengaruhi dalam proses komunikasi interpersonal. Konsep diri ini akan menentukan sebab setiap orang berperilaku semirip mungkin dengan bagaimana konsep dirinya. Bagaimana seseorang hidup sesuai dengan apa yang mereka pikirkan. Terdapat konsep diri positif dan negatif bergantung pada bagaimana seseorang memandang dirinya dan penilaian orang lain terhadap dirinya. GH Mead dalam Syahraeni (2020) memaparkan bahwa konsep diri terbentuk dari proses internalisasi pengalaman hidup yang kemudian kita jadikan bagian dari diri kita. Pengalaman ini bisa dari interaksi kita dengan lingkungan dan orang-orang terdekat.

Menurut Fitts dalam Syahraeni (2020) terdapat beberapa aspek konsep diri, yaitu:

- 1) Diri Fisik (*physical self*) aspek ini merujuk pada citra tubuh individu, yaitu bagaimana individu memandang penampilan fisik dan kondisi kesehatannya.

- 2) Diri Moral Etik (*moral ethic self*) dalam aspek ini bagaimana seorang individu melihat nilai moral dan etik dalam dirinya digambarkan, mencakup sifat baik dan buruk yang dimiliki serta penilaian dalam hubungannya dengan tuhan.
- 3) Diri Sosial (*social self*) ini menunjukkan seberapa yakin seseorang pada kemampuannya berinteraksi dengan orang lain dan seberapa berharga ia merasa dalam hubungan sosialnya. Menunjukkan perasaan diterima dan dihargai dalam lingkungan.
- 4) Diri Pribadi (*personal self*) aspek ini mencerminkan penilaian diri seseorang terhadap kemampuan dan karakternya, serta kualitas hubungan interpersonalnya.
- 5) Diri Keluarga (*family self*) menunjukkan seberapa penting peran keluarga dalam kehidupan seseorang dan seberapa berharga ia merasa sebagai anggota keluarga.

2.2.4 Keterbukaan Diri (*Self disclosure*)

Kemampuan individu untuk memberikan reaksi, tanggapan, atau informasi tentang dirinya yang umumnya dirahasiakan atau disembunyikan kepada orang lain untuk mempererat hubungan yang lebih dekat (Prihantoro dkk., 2020). *Self disclosure* dapat membentuk keakraban dan kedekatan dengan orang lain melalui pengungkapan informasi pribadi (West & Turner, 2008). Keterbukaan diri merupakan sebuah tindakan mengungkapkan informasi yang bersifat pribadi dan biasanya dirahasiakan dapat dalam bentuk pemikiran, perasaan, tindakan secara sengaja kepada orang lain (Hasan, 2016).

Semakin akrab hubungan antarpribadi maka keterbukaan diri juga akan semakin mendalam. Pertukaran informasi yang bersifat umum biasanya mengawali hubungan antar manusia. Maka semakin seseorang terbuka pada informasi yang bersifat rahasia, keterbukaan tersebut menandai kedekatan (Wijayanti, 2020). Umumnya *self disclosure* bersifat saling berbalas (*reciprocal*) yang setiap individu akan menyesuaikan tingkat keterbukaan satu sama lain. Apabila individu yang satu

terbuka akan memicu individu yang lain untuk bersifat terbuka pula menurut Wardhani dkk dalam (Wijayanti, 2020).

Menurut Altman dan Taylor pada (Hasan, 2016) terdapat lima dimensi dalam *self disclosure*, adalah:

1. Ketepatan

Dimensi ini memiliki artian apakah informasi pribadi yang diungkap benar terlibat individu terlibat secara langsung dalam informasi tersebut. Terdapat resiko apabila informasi yang disampaikan menyimpang dan tidak sesuai norma. Tetapi, apabila informasi yang disampaikan benar maka akan meningkatkan reaksi positif dari komunikan.

2. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan individu untuk mengungkapkan dirinya kepada orang lain baik dari dalam maupun luar diri individu. Dorongan ini akan memengaruhi keputusan individu untuk menyebarkan informasi dirinya kepada orang lain.

3. Waktu

Berkaitan dengan waktu individu dalam melakukan *self disclosure*. Pemilihan waktu yang tepat akan berdampak pula pada peningkatan kemungkinan terjadinya *self disclosure*. Dalam waktu tertentu seseorang akan merasa lebih terbuka atau malah semakin tertutup.

4. Intensif

Semakin dekat individu dengan individu lain akan memengaruhi keintensifan seseorang melakukan *self disclosure*. Seringnya seseorang mengungkapkan diri kepada teman, saudara, orangtua, atau kepada orang yang baru dikenal akan berbeda.

5. Kedalaman

Kedalaman penyampaian informasi *self disclosure* juga berhubungan dengan tingkat kedekatan antar individu. Terdapat dua bagian dimensi kedalaman *self disclosure*, yaitu dangkal dan dalam. Semakin lama seseorang mengenal maka tingkat kedalaman informasi yang dibagikan juga semakin bersifat khusus dan dalam.

Menurut Powell dalam (Hudaniah, 2009) terdapat tingkatan-tingkatan pengungkapan diri dalam komunikasi. Pertama, adalah basa-basi yang merupakan tahap pengungkapan diri paling dangkal. Masing-masing individu dalam berkomunikasi hanya sekedar untuk kesopanan tidak terjadi hubungan antar pribadi. Kedua, yaitu tingkatan membicarakan orang lain. Komunikasi yang terjadi hanya membicarakan sesuatu diluar diri pribadi. Meskipun komunikasi dalam tingkatan ini bersifat lebih mendalam namun, tidak mengungkapkan diri. Ketiga, tahap menyatakan gagasan atau pendapat. Di tahap ini komunikasi seseorang membentuk hubungan yang erat dan mulai mengungkapkan diri kepada individu yang lain. Selanjutnya, adalah tingkatan perasaan dimana setiap individu boleh memiliki ide atau pendapat yang sama namun, perasaan atau emosi yang menyertai ide tersebut dapat berbeda. Dalam tingkatan ini hubungan yang bersifat antar pribadi didasarkan pada proses komunikasi yang melibatkan perasaan mendalam dan jujur serta terbuka. Tingkatan terakhir adalah hubungan puncak, dimana pengungkapan diri sudah dilakukan secara mendalam. Individu dalam tingkatan ini sudah menjalin hubungan antar pribadi yang dapat saling memahami perasaan satu sama lain. Segala bentuk hubungan yang mendalam didasarkan pada pengungkapan diri dan kejujuran yang mendalam.

Ketika melakukan keterbukaan atau pengungkapan diri kepada orang lain terdapat hal-hal yang perlu dipertimbangkan terlebih dahulu. Menurut De Vito, 1992 dalam (Hudaniah, 2009) ada tiga hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

1. Motivasi melakukan pengungkapan diri

Dorongan untuk melakukan pengungkapan diri harus mempertimbangkan rasa kepentingan antara orang lain dengan diri sendiri. Karena pengungkapan diri tidak hanya bersangkutan dengan diri sendiri namun juga orang lain. Keterbukaan yang dilakukan terkadang dapat melukai perasaan orang lain maupun sebaliknya.

2. Kesesuaian dalam pengungkapan diri

Berkaitan dengan bagaimana seseorang memilih waktu dan tempat yang tepat untuk mengungkapkan dirinya. Mengungkapkan diri juga harus menyesuaikan dengan keadaan lingkungan yang sesuai.

3. Timbal balik dari orang lain

Pada saat melakukan keterbukaan diri, memberikan kesempatan pada lawan bicara untuk mengungkapkan dirinya juga harus dilakukan. Apabila lawan bicara tidak terbuka bisa jadi kemungkinan orang tersebut sebagai lawan bicara tidak menyukai keterbukaan yang kita lakukan.

Kedalaman pengetahuan tentang diri akan meningkatkan komunikasi, sehingga di saat yang sama ketika berinteraksi dengan orang lain pengetahuan tentang diri sendiri juga akan meningkat. Apabila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, maka kecenderungan untuk bersikap terbuka dalam menerima pengalaman ataupun ide baru semakin besar (Rakhmat, 2018). Hal tersebut, akan menghindari sikap perlawanan dan meningkatkan kecermatan dalam memandang diri sendiri maupun orang lain.

2.2.5 Johari Window

Basis teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori Johari Window yang dikembangkan oleh Joseph Luth dan Harry Ingham. Nama ini berasal dari singkatan “Jo” berarti Joseph dan “Hari” berasal dari Harrington. *Emotional Intelligence Theory* serta kesadaran dan perasaan individu berhubungan dalam teori Johari Window (Prihantoro, 2020).

Menurut teori Johari Window terdapat empat wilayah yang dapat membagi *self disclosure* seseorang. Keempat wilayah tersebut ialah, daerah terbuka (*open area*),

daerah buta (*blind area*), daerah tersembunyi (*hidden area*), dan daerah tidak diketahui (*unknown area*). Daerah terbuka dinamai sebagai kuadran pertama dalam Johari Window. Bagian kuadran ini menjelaskan informasi, sifat, perasaan, maupun ide yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain. Kuadran kedua yaitu daerah buta, menyajikan informasi tentang diri kita yang hanya diketahui orang lain namun tidak diketahui diri sendiri. Kemudian, kuadran ketiga yaitu daerah tersembunyi yang berisi informasi tentang hal yang diketahui diri sendiri tidak diketahui orang lain. Kuadran terakhir yaitu daerah tidak diketahui yang merupakan bagian berisi informasi yang tidak diketahui diri sendiri maupun orang lain.

Perubahan pada salah satu kuadran dalam Jendela Johari akan berdampak pada kuadran lainnya. Misalkan, ketika seseorang semakin terbuka dan jujur (meningkatkan kuadran terbuka), area yang tidak dikenal oleh diri sendiri maupun orang lain (kuadran buta) cenderung akan menyusut. Sebaliknya, jika seseorang semakin menutup diri (mengurangi kuadran terbuka), area yang tidak dikenal oleh orang lain (kuadran buta) cenderung akan membesar. Hal ini menunjukkan bahwa keempat kuadran dalam Jendela Johari saling berkaitan dan mempengaruhi satu sama lain. Perubahan pada satu kuadran akan memicu penyesuaian pada kuadran lainnya untuk menjaga keseimbangan dalam diri seseorang (Izzati, 2011).

Teori ini dapat digunakan untuk meneliti keterbukaan diri. *Self disclosure* dapat diketahui melalui kelebihan dan kelemahan yang ada dalam diri sendiri. Johari Window dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dalam diri seseorang (Sari & Lydia, 2023).

Johari Window

	Known to self	Not known to self
Known to others	Arena	Blind Spot
Not Known to Others	Façade	Unknown

Gambar 1 Jendela Johari

2.2.6 Media Sosial

Komunikasi di sosial media tidak hanya sekedar interaksi bertukar komentar saja. Dalam media sosial komunikasi dapat memberikan kebebasan ruang untuk menyampaikan pendapat, menginformasikan segala pikirannya, atau hanya mengunggah gambar perjalanan untuk ditujukan kepada seseorang tertentu maupun tanpa tujuan. Media sosial menjadi seperti “ruang pribadi” yang keunikan ciri khasnya dapat diakses publik dan membuka peluang terjadinya interaksi (Nasrullah, 2018). Setiap individu diberikan kebebasan dalam ruang media komunikasinya untuk mengekspresikan diri dengan aturan berbeda yang dimiliki masing-masing individu. Cara berkomunikasi yang dulunya hanya berjalan searah diubah dengan munculnya internet yang membawa cara komunikasi baru. Akses mudah dan cepat secara *real time* didapatkan melalui komunikasi di media sosial. Banyak pemikiran dan teori yang diputarbalikkan melalui media sosial dan merubah pandangan dunia. Jejaring media sosial bercampur dalam satu wadah yang membuka setiap individu untuk terlibat. Namun, diperlukan kendali diri untuk tidak melanggar atau menyinggung individu lain dari kebebasan yang dimiliki (Watie, 2011)

Kebebasan bertukar pesan dan informasi di media sosial selain menawarkan kemudahan juga mengandung risiko. Segala konten yang disebarluaskan melalui sosial media di ranah publik akan selalu ada sebagai bentuk jejak digital. Era saat seseorang mudah mempertimbangkan jejak digital sosial media dengan kehidupan mereka. Setiap sisi yang dimuat di sosial media memiliki kemungkinan akan memengaruhi dalam kehidupan sosial, mulai karir, pertemanan, dan gaya hidup. Tuntutan untuk memperlihatkan sisi ideal yang positif di media sosial muncul di masyarakat. Hal itu penting dilakukan mengingat efek sosial media di masyarakat yang cukup besar. Munculah *second account* sebagai wadah kedua untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur. *Second account* biasanya hanya berinteraksi dengan orang-orang terdekat yang dipercaya dan bersifat lebih intim, privat dan eksklusif (Putri dkk., 2022).

Media sosial Instagram resmi diluncurkan pada bulan Oktober 2010, diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike. Pada awalnya Instagram bersifat eksklusif dan hanya dapat digunakan oleh pengguna smartphone berbasis iOS. Instagram berbasis Android baru dirilis pada bulan April tahun 2012 diikuti dengan rilisnya situs web pada bulan November 2012. Pada April 2016, aplikasi untuk perangkat handphone dan Windows 10 mobile dirilis. Awal pengembangan media sosial Instagram difokuskan pada proyek check in HTML 5 bersama multi fitur fotografi seluler oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada awalnya Instagram mulai dikenal dan disukai untuk menyimpan album foto online. Pengguna aktif Instagram sejak saat itu mulai naik dan tersebar di seluruh dunia. Mulai April 2012, Facebook secara resmi mengannil alih Instagram. Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak yaitu 89 persen di rentang usia 18-34 tahun. (Syahrina dkk., 2022)

Seiring berkembangnya zaman, media sosial Instagram menjadi salah satu aplikasi terpopuler saat ini. Beragam fitur tersedia dalam media sosial Instagram yang memudahkan pengguna berinteraksi secara lebih intens. Fitur dalam Instagram seperti berbagi foto dan video memungkinkan penggunanya untuk menyebarkan informasi dengan cara yang lebih menarik. Halaman utama Instagram memperlihatkan profil pengguna, beranda, pencarian, buat, dan reels.

Mengunggah foto dan video melalui Instagram memungkinkan pengguna untuk menggunakan beragam filter dan efek yang tersedia. Setiap mengunggah foto maupun video dalam Instagram, pengguna dapat menambahkan informasi lokasi, caption, serta mention. Fitur yang lain yaitu *direct message* yang disediakan Instagram sebagai wadah untuk berkomunikasi secara lebih pribadi. Pengguna dapat membuat grup dan mengirim pesan berupa teks, foto, maupun video. Tersedia pula fitur Instagram *stories* yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video dengan beragam efek menarik yang bertahan dalam waktu 24 jam sejak dibagikan. Dalam fitur ini pengguna dapat mengatur akses untuk pengguna lainnya.

Pengembangan fitur Instagram *stories* ini kemudian diikuti dengan munculnya fitur baru yaitu *highlight*. Tidak seperti *stories* yang hanya bertahan selama 24 jam,

fitur *highlight* memungkinkan cerita yang diunggah pengguna dapat bertahan lebih dari 24 jam dalam profil Instagram. Instagram juga memberikan fitur *live* atau siaran langsung yang memungkinkan pengguna melakukan siaran video secara langsung dan dapat ditonton dan dikomentari oleh pengguna lainnya. Fitur terbaru adalah reels, dimana fitur ini menawarkan kepada pengguna untuk bisa mengupload video maupun foto dengan alat editing yang lebih lengkap.

2.2.7 Percaya Diri

Dorongan seseorang untuk menutup diri tidak selalu dikarenakan konsep diri yang negatif, bisa jadi disebabkan oleh kurangnya kepercayaan pada kemampuan diri sendiri. Individu yang tidak percaya diri akan cenderung menarik diri dalam proses komunikasi. Beranggapan bahwa dirinya tidak mampu mengatasi persoalan yang ada. Ketakutan dalam melakukan komunikasi ini dikenal sebagai *communication apprehension* (Rakhmat, 2018).

Rasa percaya diri akan memengaruhi sejauh mana seorang individu melakukan komunikasi dengan orang lain. Seseorang yang kurang percaya diri akan cenderung menarik diri dari pergaulan dan berusaha tidak terlibat dalam komunikasi kecuali pada kondisi terdesak. Ketika individu yang tidak percaya diri mencoba berkomunikasi sering kali pembicaraannya tidak relevan sebab ia tidak ingin mengundang reaksi lebih dari orang lain. Seseorang yang aprehensif dalam komunikasi cenderung dianggap tidak menarik, kurang kredibel dan jarang menduduki jabatan kepemimpinan (Rakhmat, 2018). Meskipun tidak semua aprehensif komunikasi disebabkan oleh rasa percaya diri, namun dari banyak faktor yang ada percaya diri cenderung besar pengaruhnya.

Percaya diri diketahui berasal dari bahasa Inggris yaitu *self-confidence* yang memiliki arti percaya pada kemampuan, kekuatan, dan penilaian terhadap diri sendiri (Lombu & Lase, 2023). Makna percaya diri bukan berarti seseorang mampu melakukan segala hal sendirian tetapi merujuk pada beberapa aspek kehidupan yang mana seseorang akan merasa berkompetensi, mampu dan yakin secara penuh bahwa ia bisa. Keyakinan tersebut didorong oleh pengalaman yang didapatkan.

Individu yang percaya diri memiliki keyakinan yang kuat pada kemampuannya. Hal ini tercermin dalam sikapnya yang tenang dalam menghadapi berbagai situasi, kebebasan dalam mengejar minat, rasa tanggung jawab atas tindakannya, serta kemampuan berinteraksi secara hangat dan sopan dengan orang lain. Selain itu, mereka juga menghargai perbedaan, memiliki motivasi untuk berprestasi, dan memiliki kesadaran diri yang kuat, termasuk mengenal kelebihan serta kekurangannya.

Menurut (Faridi dkk., 2022) terdapat lima aspek yang menunjukkan kepercayaan diri positif. Aspek pertama yaitu, keyakinan akan kemampuan yang dimiliki individu. Individu tersebut yakin bahwa dirinya memiliki kemampuan dan potensi yang cukup untuk menghadapi berbagai situasi dan mencapai tujuan yang diinginkan. Mereka percaya pada diri sendiri dan tidak ragu untuk mencoba hal-hal baru. Kedua, adalah optimisme yang memiliki arti individu dengan kepercayaan diri yang tinggi selalu melihat sisi positif dari setiap situasi. Mereka memiliki harapan yang besar terhadap masa depan dan percaya bahwa segala sesuatu akan berjalan dengan baik. Sikap optimis ini membuat mereka lebih tahan banting dan tidak mudah menyerah. Aspek ketiga yaitu objektif berarti seorang individu dengan kepercayaan diri yang tinggi selalu melihat sisi positif dari setiap situasi. Mereka memiliki harapan yang besar terhadap masa depan dan percaya bahwa segala sesuatu akan berjalan dengan baik. Sikap optimis ini membuat mereka lebih tahan banting dan tidak mudah menyerah.

Aspek keempat adalah bertanggung jawab, individu yang percaya diri selalu siap bertanggung jawab atas tindakan dan keputusan yang mereka ambil. Mereka tidak menyalahkan orang lain atas kesalahan yang mereka lakukan. Aspek kelima yaitu rasional dan realistis yang berarti ketika seseorang memiliki rasa percaya diri positif mereka berpikir secara logis dan menggunakan fakta untuk mengambil keputusan. Mereka juga tidak membangun ekspektasi yang terlalu tinggi sehingga tidak kecewa ketika kenyataan tidak sesuai dengan harapan.

Kepercayaan diri dalam komunikasi berperan penting dalam menciptakan komunikasi yang baik dan efektif. Komunikasi yang tercipta baik dan efektif akan

mempererat hubungan antar pribadi. Komunikasi interpersonal yang terjalin dengan baik juga berhubungan dengan sikap percaya diri positif yang terbentuk. Rasa percaya diri dibutuhkan agar individu dapat berkomunikasi dengan baik dan yakin di publik (Lombu & Losu, 2023). Komunikasi yang saat ini tidak hanya terjalin secara langsung namun melalui media sosial juga membutuhkan aspek percaya diri agar segala informasi yang dibagikan dapat diterima secara lebih efektif.

