

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Digital

Komunikasi mempunyai pengertian yang beraneka ragam, banyak pandangan dari para ahli yang menyebutkan tentang pengertian komunikasi yang berbeda-beda. Namun, secara garis besar komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah metode penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator dan ditujukan kepada komunikan melalui sarana tertentu dengan tujuan mendapatkan sebuah umpan balik. Komunikasi merupakan metode pengiriman sebuah pesan dari seseorang individu kepada orang lain untuk mengungkapkan, mengubah sikap, pendapat serta perilaku secara langsung dengan lisan maupun tidak langsung melewati media (Ngalimun, 2020).

Dalam masa digital saat ini, komunikasi menjadi kebutuhan sehari-hari dalam kehidupan bersosial termasuk dalam internet atau dunia siber. Internet memberi kesempatan bagi setiap orang untuk melakukan komunikasi dan saling berinteraksi dengan begitu mudah tanpa terbatas oleh jarak dan waktu, serta memungkinkan hampir setiap individu di berbagai penjuru dunia untuk terhubung satu sama lain dengan cepat, yaitu melalui komunikasi digital.

Komunikasi digital dimaknai sebagai proses perpindahan informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media digital (Susila, 2023). Sedangkan media digital yang dikutip dari Flew, memberikan pernyataan bahwa media yang meliputi gabungan data, suara, teks, hingga berbagai macam gambar

yang terenkripsi dalam format digital kemudian dipublikasikan dengan menggunakan teknologi jaringan yang didasarkan pada kabel serat optik, satelit, dan sistem gelombang radio (Rahayu et al., 2021). Secara terminologi, komunikasi digital dapat diakses secara online dengan melalui adanya proses pembuatan dan penyebaran konten dengan begitu cepat, mudah dan terjangkau. Di samping itu, pesan atau informasi yang dikemas dan disebarluaskan dengan memanfaatkan fitur teknologi dengan cara yang unik dan menarik sehingga menjadikan komunikasi digital memiliki daya tarik dan jauh lebih unggul.

2.2 Media Sosial

2.2.1 Definisi Media Sosial

Media sosial dimaknai sebagai jejaring sosial yang menunjang adanya sebuah interaksi sosial. Sosial media menerapkan teknologi yang berorientasi dengan *website* yang dapat mengubah komunikasi menjadi sebuah dialog interaktif. Boyd dalam Nasrullah (2015) memberikan pernyataan bahwa media sosial merujuk sebagai kumpulan dari perangkat lunak yang digabungkan yang memungkinkan seorang individu ataupun komunitas untuk berkumpul, berkomunikasi, berbagi dan pada beberapa situasi tertentu melakukan kolaborasi dan bermain. Beberapa *platform* media sosial yang tenar sekarang ini antara lain seperti Twitter/X, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube dan lain sebagainya.

Dengan begitu media sosial atau yang juga merupakan bagian dari media baru adalah ruang berbagai aktifitas dua arah yang memungkinkan untuk melakukan pertukaran, berkolaborasi maupun

berkenalan dalam bentuk teks, visual hingga audio-visual. Media sosial dapat digolongkan sebagai *many-to-many communications* sebab khalayaknya juga berperan sebagai sumber konten media.

2.2.2 Karakteristik Media Sosial

Media sosial mempunyai karakteristik spesifik yang tidak dipunyai oleh media lain sehingga membedakannya dengan yang lain. Terdapat batasan dan karakteristik tertentu yang semata-mata hanya dipunya oleh media sosial dibandingkan dengan media yang lain. Namun bukan berarti media sosial tidak mempunyai karakteristik secara general maupun makro, hanya saja ulasan mengenai ciri media sosial ini dibutuhkan untuk dapat mengamati perbedaannya dengan media yang lain (Castella, 2004; Talalay ey al., 1997; Thurlow, Lengel & Tomic, 2004) dalam Nasrullah. Berkenaan dengan hal tersebut, karakteristik media sosial yakni:

a. Jaringan (*Network*)

Jaringan dapat dimaknai dalam peristilahan yang memiliki arti infrastruktur yang mengaitkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Jika antar komputer saling terhubung dengan memerlukan adanya koneksi tersebut maka sebuah komunikasi dapat terjadi.

b. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi fragmen vital di dalam media sosial, sebab penggunaanya dapat menciptakan representasi identitas dirinya, menghasilkan konten, serta melakukan interaksi melalui informasi yang dibuat dan yang diterima oleh sesama pengguna media sosial.

c. Arsip (*Archive*)

Menurut pengguna media sosial, arsip merujuk pada informasi yang telah diakses kemudian akan tersimpan melalui perangkat apapun. Informasi yang dipublikasikan dan masuk ke dalam arsip tersebut tidak akan hilang begitu saja dan dengan mudahnya dapat diakses kapan saja.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Jaringan antarsesama pengguna tidak hanya sekadar dibutuhkan untuk mengembangkan relasi pertemanan, tetapi juga harus dibangun interaksi dengan sesama pengguna media sosial. Dalam hal ini contohnya seperti memberikan komentar pada sebuah unggahan di media sosial, menyukai konten, serta berbagi momen atau pengalaman pada setiap masing-masing akun.

e. Simulasi (*Simulation*)

Dalam melakukan interaksi di media sosial bersama pengguna lain dengan tatap muka (*interface*) pengguna harus melalui dua tahap simulasi. Pertama pengguna diharuskan terkoneksi pada ruang maya dengan melakukan *log in* atau masuk dengan akun. Kemudian ketika berada di media sosial pengguna melibatkan keterbukaan dalam identitas sekaligus membuat *branding* atas dirinya sendiri, sosok diri seperti apa yang ingin ditunjukkan.

f. Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Konten yang dipunya oleh media sosial secara sepenuhnya milik dan bersumber pada pengguna atau pemilik akun. Sehingga apapun yang ditunjukkan oleh akun tersebut dalam bentuk informasi dan segala

bentuk lainnya merupakan tanggung jawab pemilik akun tersebut sepenuhnya.

g. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran adalah ciri lain dari media sosial. Hal ini menjadi karakteristik yang khas karena memperlihatkan bahwa khalayak aktif dalam membagikan konten sekaligus menyebarkan dan mengembangkannya.

2.3 TikTok

TikTok adalah salah satu *platform* video musik atau jejaring sosial yang dibuat oleh Zhang Yiming asal Tiongkok dan diperkenalkan pertama kali pada bulan September tahun 2016 (Malimbe et al., 2021). Pada awalnya Byte Dance sebagai perusahaan asal Cina yang meluncurkan aplikasi ini dengan nama *Douyin*. Dalam kurun waktu satu tahun aplikasi ini sukses menjadi aplikasi terpopuler dengan jumlah pengunduh mencapai 100 juta pengguna dan berkespansi ke luar Cina dengan nama baru yaitu TikTok. Meski Cina yang melahirkan aplikasi TikTok namun bukan dari negara mereka yang banyak mengunduh aplikasi hiburan tersebut. Tikok merupakan aplikasi berbasis audio-visual berupa video musik yang kini menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di dunia. TikTok menciptakan ruang maya yang memperbolehkan penggunanya untuk dapat saling berinteraksi serta melakukan pergerakan informasi dan menyebarkannya seluas mungkin.

TikTok mulai hadir di tanah air pada tahun 2017, namun pada saat itu aplikasi ini dianggap '*alay*' dan kurang begitu diterima oleh sebagian besar masyarakat Indonesia (Bhaskara, 2019). Aplikasi ini juga sempat diblokir pada

Juli 2018 di Indonesia oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Atas adanya sekitar tiga ribu laporan masyarakat termasuk Kementerian Perempuan dan Perlindungan Anak serta Komisi Perlindungan Anak Indonesia ke Kominfo yang menyoal konten negatif yang mengandung seperti asusila, pornografi, dan pelecehan agama maka pemblokiran pada TikTok ini dilakukan (Fauziah, 2021). Sampai pada akhirnya TikTok kembali dan diterima oleh masyarakat hingga saat ini menjadi aplikasi hiburan paling laris di pasaran.

Dilansir melalui Search Logistics, terhitung hingga tahun 2025 tercatat bahwa pengguna aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) TikTok secara global mencapai 1,5 juta (Woodward, 2025). Indonesia menjadi negara dengan MAU TikTok terbanyak per tahun 2025 menduduki peringkat kedua setelah Amerika Serikat. Hal ini membuktikan begitu populernya aplikasi ini di tanah air. Di samping itu, 42% pengguna TikTok juga didominasi oleh kalangan muda (Generasi Z) dengan rentang usia 18-24 tahun (Stephanie, 2021).

Berbasis *platform* hiburan, aplikasi hiburan satu ini memberikan fitur-fitur spesial untuk membuat video pendek sehingga akan mempunyai daya pikat untuk penggunanya agar dapat melakukan kreasinya dengan bebas dan mendukung kreativitas penggunanya menjadi *content creator* atau yang umum dikenal sebagai *TikTokers* (pembuat konten TikTok). TikTok mampu menyediakan berbagai informasi yang sebelumnya belum diketahui serta dapat menjadi media hiburan bagi penggunanya. Melalui laman utama atau beranda yang dikenal sebagai *for you page* (FYP) TikTok melakukan algoritmanya untuk menampilkan konten video yang berkaitan (*relateable*) atau memiliki kesamaan minat berdasarkan apa yang disukai penggunanya.

Aplikasi TikTok menyediakan kebebasan untuk para penggunanya sepadan dengan teori komunikasi, yakni memfasilitasi masyarakat untuk mengekspresikan diri serta mengabadikan momen terbaik di dalam hidupnya dan dibuat dalam sebuah video (Mancini & Hallin, 2012).

Ketika memasuki halaman beranda TikTok yang dikenal dengan FYP atau *for you page*, akan menampilkan konten yang direkomendasikan oleh sistem TikTok untuk para audiens. Pengguna TikTok dapat menikmati konten video dengan begitu mudah hanya dengan melakukan *swipe up* atau geser ke atas. Pengguna dalam menekan dua kali pada layar untuk menyukai sebuah konten. Fitur komentar pada sisi kanan layar juga memberikan kesempatan kepada audiens untuk ikut serta dalam interaksi secara *real time*. Terdapat juga fitur penerusan atau *share*, dimana audiens dapat membagikan suatu video ke berbagai *platform* media sosial lainnya seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, Line, Telegram, Email dan lainnya. Cara kerja yang sederhana dan nyaman, juga memenuhi berbagai kebutuhan pengguna dalam waktu singkat menjadikan aplikasi TikTok dipilih sebagai media untuk mengekspresikan diri.

2.3 Self Disclosure

2.4.1 Definisi Self Disclosure

Pengungkapan diri atau *self disclosure* ialah cara individu berkomunikasi dengan individu yang lainnya untuk memberi tahu informasi pribadinya meliputi pikiran, perasaan, pendapat pribadi dan informasi yang biasanya tidak diketahui individu lain kecuali dirinya sendiri (Devito, 2011). Kemudian lebih lanjut Jourard (1971)

mendefinisikan *self disclosure* sebagai pembicaraan mengenai diri sendiri kepada orang lain sehingga orang lain mengetahui apa yang dirasakan, dipikirkan, dan diinginkan oleh seseorang. Informasi yang disampaikan dalam komunikasi dapat berupa identitas diri, perasaan, pikiran, penilaian terhadap sekitar, pengalaman yang sifatnya rahasia maupun tidak.

Seberapa dalam seseorang mengungkapkan dirinya, bergantung pada kondisi dan pada siapa yang diajak berinteraksi. Hal ini diungkapkan juga oleh Devito bahwa apabila seseorang yang melakukan interaksi dengan menyenangkan serta membuat rasa aman dan dapat menghidupkan semangat, sehingga peluang bagi individu untuk lebih membuka diri sangat besar. Kontras dengan hal tersebut, pada beberapa individu tertentu yang mampu menutup diri sebab adanya rasa kurang percaya.

Menurut Devito informasi yang diberitahukan biasanya adalah:

- a. Informasi tentang nilai-nilai, keyakinan dan keinginan;
- b. Informasi tentang perilaku dirinya;
- c. Informasi tentang kualitas diri dan sebuah karakteristik.

2.4.2 Teori Johari Window

Pengungkapan diri ini digambarkan oleh Johari Window yang diperkenalkan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham pada tahun 1955 (Nurudin, 2017). Dalam teorinya terdapat empat kuadran atau juga dapat disebut sebagai zona-zona yang membagi kadar keterbukaan dan

kesadaran tentang diri manusia. Kuadran-kuadran yang bersangkutan diantaranya adalah:

a. Daerah terbuka atau *open area* (kuadran I)

Pada daerah terbuka ini memuat informasi yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain, contohnya seperti informasi mengenai identitas diri, yaitu nama, jenis kelamin dan hal lainnya. Kuadran ini umumnya diketahui saat seseorang melakukan perkenalan awal. Saat proses mengenal berlanjut, maka batas kuadran akan melebar bergeser ke kanan atau ke bawah. Apabila kita memperlebar daerah terbuka maka peluang untuk terjadinya komunikasi yang sukses akan semakin lebar juga, sehingga komunikasi efektif akan terjadi. Sebaliknya jika daerah terbuka ini semakin sempit berarti komunikasi akan semakin tertutup.

b. Daerah buta atau *blind area* (kuadran II)

Daerah buta adalah kuadran kedua berisikan informasi yang tidak terungkap oleh diri sendiri, namun diketahui oleh orang lain. Dikarenakan komunikasi yang menghendaki keterbukaan dari pihak-pihak yang terkait, namun seorang individu tersebut tidak memahami dirinya sendiri yang kemudian menjadi alasan mengapa komunikasi dalam daerah ini cukup sulit terjadi. Semua orang memiliki daerah buta, tetapi tidak sedikit seseorang mempunyai daerah buta yang luas. Seseorang cukup susah jika akan menghilangkan daerah ini sepenuhnya. Sebagian caranya dapat melalui refleksi diri, nilai norma maupun hukum yang dianut dan berlaku disekitar lingkungan ia tinggal.

c. Daerah tertutup atau *hidden area* (kuadran III)

Daerah ini merujuk pada informasi yang hanya diketahui oleh diri sendiri, namun orang lain tidak mengetahuinya. Pada kuadran ketiga ini menjadi tempat dimana seseorang menyimpan hal-hal yang bersifat pribadi atau rahasia yang ditutupi dari orang lain. Tetapi jika seseorang dapat membuka kuadran tertutup ini, disitulah proses *self disclosure* terjadi. Apabila proses ini telah terjadi maka yang selanjutnya akan menciptakan hubungan saling terbuka. Terdapat dua konsep yang berkaitan dengan ini yaitu "*overdisclosure*" dan "*underdisclosure*". *Overdisclosure* merupakan sikap ketika terlalu banyak mengungkapkan hal yang seharusnya orang lain tidak mengetahuinya menjadi terungkap, seperti menceritakan problem keluarga, konflik hubungan, hutang dan lain sebagainya. Berseberangan dengan itu, *underdisclosure* terjadi ketika sikap menyembunyikan hal yang orang lain tidak tahu tentang diri dalam daerah tertutup ini.

d. Daerah gelap atau *unknown area* (kuadran IV)

Sedangkan pada daerah ini merupakan daerah paling kritis berisikan informasi yang tidak diketahui oleh diri sendiri begitupun dengan orang lain. Dalam hal ini adalah suatu informasi yang lewat dari perhatian atau tenggelam di alam bawah sadar.

Gambar 1
Teori Johari Window

	Disadari diri	Tidak disadari diri
Disadari orang lain	OPEN AREA (kuadran I)	BLIND AREA (kuadran II)
Tidak disadari orang lain	HIDDEN AREA (kuadran III)	UNKNOWN AREA (kuadran IV)

Keempat daerah atau kuadran yang diungkapkan dalam Johari Window ini merupakan suatu unit yang dimiliki oleh setiap orang. Namun akan berbeda luasan masing-masing kuadrannya pada orang satu dengan yang lainnya.

2.4.3 Fungsi Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*)

Menurut Derlega dan Grzelak dalam Ningsih (2015), pengungkapan diri setidaknya memiliki beberapa fungsi. Terdapat lima fungsi diantaranya adalah:

a. Ekspresi (*Expression*)

Memberikan ekspresi merupakan salah satu fungsi dalam pengungkapan diri. Dalam sebuah komunikasi yang dilakukan antarindividu, ekspresi dapat memperlihatkan perasaan dengan cara memberikan ekspresi seperti gerakan non-verbal. Kerap kali kita menyampaikan segenap perasaan untuk meluapkan apa yang membebani dalam dada. Melalui pengungkapan diri inilah kita mendapatkan peluang untuk mampu mengekspresikan segala perasaan yang dirasakan.

b. Penjernihan diri (*Self Clarification*)

Hubungan intrapersonal yang dilaksanakan oleh antarindividu mampu menyampaikan penjelasan atau interpretasi yang dipahami sebagai klarifikasi atau *clarification* kepada orang lain mengenai penjelasan suatu permasalahan. Melalui dialog dengan seorang teman untuk membicarakan permasalahan yang sedang dihadapi, dapat membuat individu dapat berpikiran jauh lebih jernih sehingga kita mampu melihat duduk permasalahannya dengan lebih baik.

c. Keabsahan sosial (*Self Validation*)

Pasca terjadinya sebuah pengungkapan diri di dalam hubungan interpersonal dapat menghasilkan dukungan yang diberikan antara individu. Kemudian dukungan tersebut mampu memberikan pembenaran atau penguatan dalam pembahasan mengenai suatu permasalahan atau hal yang sedang dialami oleh individu. Individu dapat memperoleh informasi mengenai ketepatan pandangan dengan mengamati bagaimana reaksi pendengar ketika sedang melakukan pengungkapan diri.

d. Kendali sosial (*Social Control*)

Kendali sosial atau yang disebut juga dengan *social control* dapat dilakukan oleh seseorang melalui keterbukaan atau informasi mengenai dirinya. Pengungkapan diri mampu untuk mengendalikan sosial, contohnya adalah dengan memberikan pemahaman mengenai dirinya dan kesan baik kepada masyarakat.

e. Pengembangan hubungan (*Relationship Development*)

Pengungkapan diri yang dilakukan oleh individu dalam hubungan antarpribadi dapat menghasilkan pengembangan hubungan yang baik. Upaya dalam membangun suatu hubungan dan meningkatkan keakraban dapat diperoleh dengan saling berbagi informasi dan mempercayai satu sama lain melalui pengungkapan diri. Terdapat tingkat kepercayaan dalam pengembangan hubungan yang bertujuan untuk memberikan hubungan yang semakin dekat.

2.4 Definisi Generasi Z

Manheim mengartikan bahwa generasi merupakan suatu konstruksi sosial yang di dalamnya meliputi sekelompok individu yang mempunyai umu yang sama serta pengalaman historis yang sama (Zis et al., 2021). Manheim juga memberikan tambahan bahwa fenomena generasi adalah sebagian dari aspek dasar yang berperan dalam sumber dinamika perkembangan sejarah. Penelitian Stillman (2017) (Nursa'adah et al., 2022) memaparkan bahwa Generasi Z merupakan generasi kerja terkini yang lahir pada rentang tahun 1995 hingga 2012. Generasi ini disebut juga dengan Generasi Net atau Generasi Internet. Berlandaskan penelitian tersebut, Generasi Z ini berlainan dengan Generasi Y maupun Milenial. Stillman dalam bukunya yang berjudul *How the Next Generation Is Transforming the Workplace* menjelaskan perbedaan tersebut. Perbedaan Gen-Y dan Gen-Z salah satunya adalah tingkat kemajuan Gen-Z dalam menguasai teknologi jauh lebih mendominasi, memiliki pemikiran yang terbuka atau yang biasa disebut *open minded*, serta tidak terlalu menghiraukan norma. Menurut Generasi Z, teknologi dan informasi merupakan hal yang telah menjadi komponen penting

dari kehidupan. Hal ini didasarkan sebab Generasi Z lahir ketika akses terhadap informasi, yaitu internet telah membudaya secara global, akibatnya hal tersebut berdampak terhadap nilai-nilai, tujuan, dan pandangan hidup.

Pengelompokan generasi menurut Bencsik, Csikos, Juhas, 2016 dalam Dewi Rachmawati (2019) :

- h. Generasi Veteran = tahun lahir 1925 sampai 1946
- i. Baby Boomers = tahun lahir 1946 sampai 1964
- j. Generasi X = tahun lahir 1965 sampai 1980
- k. Milenial/Generasi Y = tahun lahir 1980 sampai 1995
- l. Generasi Z = tahun lahir 1995 sampai 2010
- m. Generasi Alpha = lahir setelah tahun 2010

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa seseorang yang dikatakan dalam kalangan generasi Z adalah yang berkelahiran pada tahun 1995 sampai 2010.

2.5 Fokus Penelitian

Pada penelitian ini yang dimaksud dengan *self disclosure* melalui aplikasi TikTok adalah proses pengungkapan diri pada kalangan Gen-Z dengan membagikan ungkapan hatinya sebagai pengekspresian dan keterbukaan diri kepada orang lain melalui konten video yang diunggahnya di media sosial. Namun tidak sampai disitu saja, terkadang para Gen-Z memperlihatkan sisi dirinya yang ingin ditunjukkan kepada orang lain pada akun TikTok miliknya, seperti ketika mereka mengunggah konten video yang mengekspresikan kesedihan, kebahagiaan maupun hal lain yang sedang atau pernah dialaminya. Dengan perkembangan zaman, media sosial TikTok menjadi tempat yang tepat *self disclosure* itu terjadi pada kalangan Gen-Z.

Sebagaimana yang dipaparkan oleh Derlega dan Grzelak (Ningsih, 2015) bahwa terdapat beberapa fungsi pengungkapan diri, yaitu berhubungan dengan ekspresi, penjernihan diri, keabsahan sosial, kendali sosial dan pengembangan hubungan. Pada penelitian ini, memaparkan bagaimana Generasi Z melakukan *self disclosure* dan mengalami fungsi *self disclosure* yang terjadi dalam pengungkapan dirinya melalui aplikasi TikTok. Pengguna TikTok cukup terbuka serta lebih bebas untuk menghasilkan konten yang diinginkan. TikTok tidak hanya mendukung untuk percaya diri, bahkan beberapa pengguna juga nyaman untuk membagikan hal yang cukup personal mengenai kehidupan pribadinya, seperti pengalamannya, kisah percintaan, keluarga, pertemanan, kesedihan, tanpa merasa adanya batas-batas tertentu. Seperti yang diungkapkan Hardina dan Kurniawan (2021), akun pribadi akan banyak mengunggah kehidupan pribadi yang lebih intim seperti curhat permasalahan personal.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Assyifa Fauziah (2021)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Pengungkapan Diri (<i>Self Disclosure</i>) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 10 Kota Bekasi.	Kuantitatif	Diperoleh bahwa terdapat adanya pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap pengungkapan diri siswi SMKN 10 Kota Bekasi.

2.	Azzahra Syafiera Putri (2022)	<i>Self Disclosure</i> Generasi Z Melalui Tik Tok (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Kualitatif	Informan melakukan <i>Self Disclosure</i> dengan berbagai hobi, opini, aktivitas sehari-hari hingga pengalamannya. Adanya fungsi <i>self disclosure</i> yang dirasakan Generasi Z melalui TikTok.
3.	Sandi Marga Pratama, Muchils (2020)	Pengaruh Aplikasi Tik Tok terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya	Kuantitatif	Mahasiswa UINSA memberikan ekspresi yang baik dan dapat dilihat dari segi positif, membantu untuk mengekspresikan kreativitas dalam pembuatan video pendek.
4.	Retno Astari Hastuti (2022)	<i>Self Disclosure: Hidden Talent</i> Remaja Melalui Media Sosial Tik Tok di Pekanbaru	Kualitatif	TikTok sebagai media pengungkapan ekspresi maupun <i>hidden talent</i> remaja, serta melalui TikTok dapat menjadi pendorong remaja untuk lebih percaya diri dan mengasah kreatifitas.

Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Assyifa Fauziah

Terdapat persamaan bahwa penelitian mengkaji mengenai pengungkapan diri melalui TikTok dengan siswa Sekolah Menengah Atas (Generasi Z) sebagai informan. Adapun yang membedakan yakni pada pendekatan penelitian, penulis menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

2. Azzahra Syafiera Putri

Persamaan penelitian adalah sama-sama meneliti tentang *self disclosure* Generasi Z melalui TikTok dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Namun penulis menggunakan key informan yang merupakan remaja umum, sedangkan Azzahra Syafiera Putri menggunakan informan yang merupakan remaja spesifik.

3. Sandi Marga Pratama, Muchlis

Penelitian ini memiliki kesamaan pada media yang dikaji yaitu TikTok. Sandi Marga Pratama dan Muchlis berfokus pada unggahan TikTok pada ekspresi komunikasi dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian ini berfokus pada *self disclosure* yang dimana pengungkapan diri sebagai bentuk ekspresi seseorang, namun dengan pendekatan penelitian kualitatif.

4. Retno Astari Hastuti

Persamaan penelitian adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengungkapan diri sebagai kajiannya. Namun pada penelitian terdahulu mengkaji lebih dalam mengenai *hidden talent* yang ditunjukkan remaja dalam bentuk pengungkapan dirinya.

Penelitian ini berbeda dengan karya-karya yang telah dipublikasikan di atas, dengan demikian dapat diyakinkan bahwa akan banyak perbedaan yang diperoleh. Mengetahui adanya perbedaan *setting*, lokasi dan waktu penelitian maka akan menghasilkan temuan yang berbeda.