

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti menyantumkan acuan penelitian yang digunakan sebagai tumpuan dasar dalam menyusun penelitian ini. Selain itu, penelitian terdahulu juga dapat berguna untuk mengetahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelum – sebelumnya.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

N	Judul, o. Penulis, Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Peneliti an	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan Penelitian ini
1	Self Disclosure Pada Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Media Sosial Anonim Legatalk), Widyana Ningsih, 2015	Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	Kualitatif	Penelitian ini menyatakan bahwa <i>self disclosure</i> dalam media sosial anonim membuat seorang individu menjadi lebih nyaman untuk terbuka tentang dirinya. Aturan dalam pengungkap	Menggunakan media sosial dengan bijak bagi para pengguna <i>anonymous</i> . Bisa dijadikan penelitian lanjutan tentang <i>self disclosure</i> dengan studi fenomenolo gi agar lebih mendalam.	Penelitian ini menggunakan jenis media yang berbeda yakni Twitter dengan latar informan yang berasal dari jenis akun <i>anonymous</i> yang berbeda – beda.

				an diri berkaitan dengan aspek frekuensi (seberapa sering akses) dan durasi (seberapa lama akses) yang dibutuhkan informan untuk mengungkap kan dirinya.	
2	Pengungkap an Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @Subtanya rl, Lisa Mardiana dan Anida Fa'zia Zi'ni, 2020	Universitas Dian Nuswantoro	Kualitas if	Pengungkap an diri yang dilakukan oleh pengguna akun @subtanyarl berupa pengungkap an diri evaluative yang dilakukan dengan mengekses p ikan emosinya melalui pesan tertulis dan menceritaka	Penelitian ini tidak terfokus hanya pada satu akun platform seperti @subtanyarl namun penelitian ini memusatkan pada individu pengguna akun <i>anonymous</i> di Twitter.

n masalah  
 pribadinya  
 demi  
 melepaskan  
 beban  
 perasaan  
 supaya  
 merasa lega  
 dan nyaman.  
 Selain itu  
 pengungkap  
 an diri juga  
 dilakukan  
 demi  
 mendapatka  
 n dukungan  
 moril berupa  
 empati dan  
 simpati dari  
 para  
 pengguna  
 lainnya.

3	Media Sosial dan Self Disclosure (Studi Deskriptif Kualitatif Pengungkapan Diri Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammad	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Kualitas	Penelitian ini menunjukkan bahwa wanita lebih terbuka dari pada pria tentang kejadian yang sedang berlangsung. Wanita lebih mengungkapkan "pembicaraan hubungan"	Lebih mengemban gkan penelitian tidak hanya terbatas pada penggunaan media Path saja.	Penelitian ini tidak mengklasifika sikan objek penelitian berdasarkan gendernya. Selain itu, Twitter merupakan media sosial yang cakupan audiensnya lebih besar daripada Path.
---	---	------------------------------------	----------	--	---	--

iyah Surakarta Dalam Mengakses Path Berdasarkan Gender), Aisyah Astri Suyadi, 2017	sedangkan pria cenderung kepada “pembicaraan laporan”.	Semua orang dapat melihat Tweet apabila akun orang tersebut tidak di-private.
---	--	--

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan dari penelitian terdahulu yang telah peneliti cantumkan, ketiga penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang peneliti kaji. Pada penelitian terdahulu pertama yang berjudul “*Self Disclosure Pada Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Media Sosial Anonim Legatalk)*” yang ditulis oleh Widyana Ningsih, media sosial yang digunakan adalah sebuah media sosial *anonymous* yang memang diperuntukkan bagi pengguna yang tidak ingin menampilkan identitas aslinya. Selain itu, penelitian ini menggunakan teori komunikasi interpersonal sebagai tinjauan teoritisnya. Sedangkan penelitian yang peneliti kaji menggunakan konsep *Computer Mediated Communications (CMC)* sebagai dasar teori atau konsep utamanya.

Sedangkan pada penelitian kedua yang berjudul “*Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @Subtanyar1*” yang ditulis oleh Lisa Mardiana dan Anisa Fa’zia Zi’ni, menggunakan objek penelitian berupa sebuah akun *autobase* atau platform di dalam Twitter yang dimanfaatkan oleh pengguna tertentu (pengguna yang telah di-*follow* akunnnya oleh akun *autobase* tersebut) untuk membagikan pesannya kepada pengguna lain (yang mem-*follow* atau tidak mem-*follow* akun *autobase* tersebut). Akun *autobase* tersebut juga menampilkan Tweet dari pengguna yang ada di *followingnya* secara *anonymous*. Penelitian ini terfokus pada faktor – faktor dan dimensi *self disclosure* diterapkan oleh akun *anonymous* oleh objeknya yaitu pengungkapan diri *evaluative*. Sedangkan pada penelitian ini, lebih terfokus pada bentuk *self disclosure* dibalik pemilik akun *anonymous* yang

mengungkapkan dirinya melalui Tweet. Peneliti ingin mengetahui bentuk ungkapan *self disclosure* yang dilakukan oleh akun *anonymous* tersebut.

Selanjutnya pada penelitian terakhir dengan judul “Media Sosial dan *Self Disclosure* (Studi Deskriptif Kualitatif Pengungkapan Diri Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Dalam Mengakses Path Berdasarkan Gender)” yang ditulis oleh Aisyah Astri Suyadi, pengungkapan diri (*self disclosure*) dikelompokkan berdasarkan gendernya yaitu pria dan wanita. Penelitian ini terfokus pada letak perbedaan pengungkapan diri antara pengguna media sosial Path pria dan wanita. Sementara itu, penelitian yang peneliti kaji tidak membuat kategori objek penelitian pengungkapan diri (*self disclosure*) berdasarkan dari gendernya.

## **2.2. Teori dan Konsep**

### **2.2.1. *Computer Mediated Communications (CMC)***

*Computer Mediated Communication* atau umumnya dikenal dengan singkatan CMC memiliki arti secara bahasa yakni sebuah komunikasi yang termediasi atau dibantu atau melalui perantara komputer. Istilah komputer yang dimaksud dalam konteks ini adalah seluruh perangkat atau alat yang berbasis komputer contohnya adalah seperti Laptop, *Personal Computer (PC)*, *smartphone* dan yang sejenisnya. Herring pada Budiargo, menerangkan *Computer Mediated Communication (CMC)* dapat diartikan menjadi sebuah komunikasi yang terjadi di antara orang – orang yang menggunakan ataupun melalui komputer sebagai medianya (Budiargo, 2015). Teknologi dalam konsep CMC tersebut kemudian menjembatani pertukaran pesan dalam sebuah proses komunikasi melalui jaringan yang dinamakan telekomunikasi yang terproses dari satu atau lebih dari satu komputer milik individu atau kelompok.

Pada sebuah penelitian yang ditulis oleh Sri Hadijah Arnus dengan judul *Computer Mediated Communication (CMC) Pola Baru Berkomunikasi*, ia menjelaskan pola CMC memberikan kesempatan bagi seseorang untuk berkomunikasi menggunakan alat berbasis komputer yang didukung oleh

koneksi internet untuk menunjangnya (Arnus, 2018). Pola komunikasi CMC memberikan kesempatan bagi seseorang untuk berkomunikasi tanpa harus bertatap muka atau berdekatan secara fisik. CMC membuat seseorang bisa berkomunikasi dengan orang lain menggunakan alat berbasis komputer yang tersambung dengan internet serta aplikasi – aplikasi pendukung lainnya. Dengan begitu, setiap orang dapat dengan mudah mendapatkan informasi, bersosialisasi hingga memainkan permainan melalui internet.

Lahirnya CMC juga memunculkan adanya pergeseran pola komunikasi yang ada di kehidupan sehari – hari. Salah satu dampak pergeserannya adalah pada aspek Komunikasi Massa. Kini teknologi internet dan *smartphone* sudah semakin berkembang pesat dan menjadi kebutuhan mayoritas masyarakat karena memungkinkan penggunaannya untuk mengakses informasi atau berkomunikasi di mana saja (Arnus, 2018). Kecepatan perkembangan teknologi dan internet tersebut mendasari lahirnya media sosial yang kini dijadikan platform utama untuk berkomunikasi. Terlebih di situasi Pandemi Covid-19 ini, orang – orang semakin meninggalkan media tradisional dan memilih untuk beralih ke media baru yang lebih cepat serta bisa diakses kapanpun, dimanapun dan tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan orang lain.

Menurut Morealle, teori *Computer Mediated Communication* (CMC) memiliki empat kemampuan yang dibutuhkan dalam penggunaan CMC (Prasetya, 2012):

**1. *Attentiveness* (Perhatian)**

*Attentiveness* adalah sebuah kemampuan untuk menunjukkan ketertarikan dan perhatian seseorang pada saat berkomunikasi dengan orang lain. Pada CMC, komunikasinya lebih banyak dilakukan dengan melalui teks atau pesan singkat. Maka, keterampilan dalam menyampaikan pesan tertulis yakni melalui kata, istilah, gaya bahasa dan tanda baca dibutuhkan dalam berkomunikasi di CMC.

**2. *Composure* (Ketenangan)**

*Composure* adalah sebuah kemampuan untuk menampilkan rasa nyaman dan mengontrol kepercayaan diri dalam komunikasi. Kekuasaan pengguna dalam memanfaatkan medianya adalah hal yang dimaksud dalam

*composure*. Bentuk ketenangan dapat dilihat berdasarkan tingkat keyakinan penggunaannya dalam memanfaatkan fitur atau layanan yang tersedia. Gaya bahasa yang terdapat dalam isi pesan yang disampaikan serta penggunaan fitur atau layanan yang tepat juga dapat menunjukkan ketenangan diri. Tujuan pembicara serta perbedaan konteks pembicaraan juga memengaruhi penggunaan medianya.

### 3. ***Coordination* (Koordinasi)**

*Coordination* adalah sebuah bentuk manajemen waktu dan relevansi, pengirim pesan mengelola waktunya ketika mengirim pesan dan ketika menanggapi sebuah pesan. Pesan yang terlalu panjang dan padat juga tidak dianjurkan. Hal tersebut berhubungan dengan pengelolaan pesan, isi pesan dan respon pesan yang disampaikan sesuai dengan waktu yang diinginkan dan ditentukan. Aplikasi pengirim pesan juga bisa berpengaruh dalam proses pengelolaan pesan tersebut.

### 4. ***Expressiveness* (Ekspresi)**

*Expressiveness* adalah sebuah kejelasan yang digambarkan seolah mendeskripsikan seberapa “hidup”-nya pesan tersebut. Hal tersebut memiliki hubungan dengan kejelasan ekspresi dalam penyampaian isi pesan yang umumnya dianimasikan atau disampaikan dalam bentuk emotikon.

Dalam sebuah teori *Computer Mediated Communications* (CMC), *Internet Relay Chat* (IRC) dimanfaatkan oleh pengguna pengguna CMC untuk berkomunikasi atau berinteraksi secara interpersonal maupun luas (kelompok). Salah satu bentuk aktivitas komunikasi melalui IRC ini adalah dengan melalui Gmail, ataupun melalui fitur *Direct Message* yang disediakan oleh beberapa media sosial. Fitur – fitur yang dibuat oleh laman atau aplikasi tersebut tentunya mendukung para penggunanya agar dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui daring sesuai dengan kebutuhannya. Selain bermanfaat, kemudahan tersebut juga berdampak pada aktivitas komunikasi para penggunanya. Pesan yang bebas ditulis sedemikian rupa memungkinkan penggunanya untuk merangkai informasi atau pesannya dengan sebaik mungkin sebelum dikirimkan pada penerima pesannya. Sehingga hal tersebut dapat mengarah pada “impresi” yang dapat dibuat sendiri

oleh pengirim pesan yang membuat kesan berkomunikasi secara daring akan berbeda jika dibandingkan dengan berkomunikasi secara langsung.

**a. *Hyperpersonal Communication***

*Hyperpersonal communication* adalah sebuah pandangan bahwasannya praktik komunikasi yang dilakukan melalui daring atau *online* memiliki dampak yang berbeda jika dibandingkan dengan komunikasi secara langsung (tatap muka). Walther's dalam jurnal *Karakteristik "Hyperpersonal Communication" dalam "Internet Relay Chat" Sebagai Bagian dari "Computer Mediated Communications"* menyatakan bahwa kondisi pengirim pesan dalam komunikasi *Computer Mediated Communications*, dapat membuka kesempatan bagi seseorang (terutama *anonymous*) untuk lebih leluasa saat mengungkapkan kesan serta membangun keintiman, dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Pengguna *anonymous* lebih merasa nyaman dengan identitas anonimnya sehingga bisa bebas tanpa aturan untuk mengekspresikan dirinya maupun perasaannya tanpa harus merasa malu (Eleonora Irsya, 2013)

Orang – orang yang terlibat dalam komunikasi *Computer Mediated Communications* umumnya melakukan seleksi dan menyusun pesan yang ingin disampaikan terlebih dahulu agar dapat tersampaikan dengan baik dan dimengerti oleh penerima pesan. Terdapat empat variabel dalam model *hyperpersonal communication*; (1) Penerima (*The Receiver*), (2) Pengirim (*The Sender*), (3) Saluran (*The Channel*), dan (4) Umpan Balik (*The Feedback*) (Sheilla, 2017).

Dalam *hyperpersonal communication*, Penerima Pesan atau *The Receiver* memiliki karakteristik yang berbeda dengan penerima pesan dari jenis komunikasi lainnya seperti interpersonal maupun komunikasi massa. Penerima pesan hanya bisa saja memperoleh informasi/identitas orang lain yang ditampilkan pada media sosial saja, padahal bisa saja identitas tersebut tidak benar ataupun disamarkan. Para Penerima Pesan hanya menerima informasi yang disampaikan oleh pengirimnya saja (melalui media sosial) namun mereka bisa menentukan *profiling* dirinya sendiri di media sosial.



Akankah dirinya menjadi orang yang senang merespon pesan (di media sosial) ataupun tidak.

Sedangkan untuk Pengirim Pesan atau *The Sender*, mereka mempunyai kesempatan yang luas untuk membangun, menyeleksi dan menampilkan identitas dirinya pada media sosial. Sama halnya dengan Penerima Pesan, Pengirim Pesan juga dapat menentukan pilihannya dalam menyampaikan pesan. Akankah terlibat dalam komunikasi personal, kelompok ataupun massa. Gambaran *profiling* diri pada pengguna *anonymous* umumnya ditampilkan sebagai “Seseorang” yang sesuai dengan keinginan orang yang menjadi Pengirim Pesan.

Dalam Saluran atau *The Channel* yang menjembatani proses komunikasi CMC, sifat *channel* bekerja secara *asynchronous* yang memberikan kesempatan kepada setiap orang yang tersambung dengan internet untuk merancang atau membuat pesan komunikasi sedemikian rupa untuk disampaikan melalui media sosial atau platform internet lainnya. Pesan yang disampaikan tersebut biasanya berupa tulisan atau verbal yang dirangkai menggunakan *keyboard* pada masing – masing alat komunikasi (gawai). Selain itu pesan berbentuk non-verbal juga bisa disampaikan di dalam pesan dengan menggunakan ungkapan animasi bergambar atau *emoticon*.

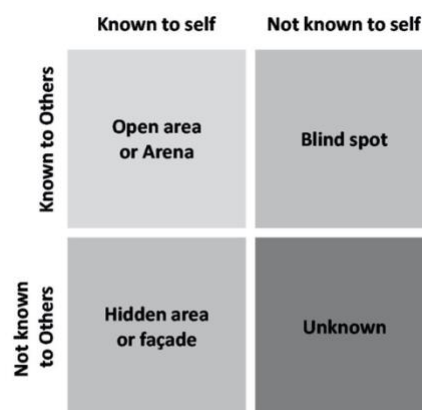
*Feedback* atau Umpan Balik dalam komunikasi CMC dapat dikategorikan sebagai *feedback* positif dan negatif. *Feedback* positif umumnya berbentuk respon cepat yang ekspresif, ditandai dengan penggunaan *emoticon* bahagia serta kalimat – kalimat yang menyenangkan di dalam pesan respon tersebut. Sedangkan *feedback* negatif biasanya ditampilkan dengan dengan respon yang lambat dan menunjukkan ketidaksetujuan seperti kata – kata dengan ungkapan marah atau menggunakan *emoticon* marah. Hubungan yang dijalin antara Penerima dan Pengirim Pesan dapat ditentukan dari *feedback* yang dihasilkan dari proses komunikasi. Semakin sering *feedback* positif dimunculkan dalam proses komunikasi, maka hubungan yang terjalin akan semakin dekat atau dapat diterima oleh kedua belah pihak.

Teori *Computer Mediated Communications* (CMC) ini cocok digunakan di penelitian ini karena informan pada penelitian ini memanfaatkan media sosial Twitter yang merupakan media berbasis komputer dan internet untuk mengungkapkan bentuk *self disclosure*nya melalui Tweet atau unggahannya. Peneliti akan menggunakan empat keterampilan CMC untuk mengkaji hasil penelitian.

### 2.2.2. *Self Disclosure*

Devito menjelaskan bahwa pengungkapan diri merupakan informasi tentang diri sendiri yang berupa pikiran, perasaan serta perilaku ataupun mengenai orang lain yang sangat dekat atau sangat dipikirkan. Atau secara sederhana dapat diartikan sebagai sebuah tindakan mengungkapkan hal tentang diri sendiri kepada orang lain tentang dirinya (Wood, 2013). Selain itu Derlega, dkk juga menyatakan bahwa pengungkapan diri dijelaskan sebagai seluruh informasi tentang diri sendiri. Diri sendirilah yang memutuskan informasi mana yang akan dibagikan atau diungkapkan kepada orang lain.

Pengungkapan diri atau *self disclosure* sering kali disebut dengan teori “Johari Window” atau dalam bahasa Indonesia berarti Jendela Johari. Joseph Luft dan Harrington Ingham memperkenalkan model teori tersebut. Model teori ini digunakan untuk menjelaskan serta memahami adanya interaksi antarpribadi secara alami yang bisa dijelaskan dalam gambar berikut:



**The Johari Window Model**

Gambar 2.1 Teori Jendela Johari (Julia T. Wood, 2013)

Skema di atas menunjukkan sebuah jendela yang mempunyai empat sisi yang berarti terdapat empat tipe informasi atau tipe bingkai yang terdapat dalam keterbukaan diri yakni (1) Area Terbuka (*Open Area*), (2) Area Buta (*Blind Area*), (3) Area Tersembunyi (*Hidden Area*), (4) Area Tidak Diketahui (*Unknown Area*) (Suyadi, 2017). Keempat bingkai ini dapat digeser atau disesuaikan berdasarkan dari seberapa terbukanya diri seseorang kepada orang lain di sekitarnya. Empat tipe informasi atau bingkai tersebut dijelaskan dengan deskripsi sebagai berikut (Cangara, 2016):

1. **Area Terbuka (*Open Area*)**, adalah area yang mengungkapkan segala informasi tentang diri seseorang ke pada orang lain. Di area ini, seseorang lebih terbuka tentang kepribadiannya ataupun kelebihan dan kekurangannya yang diketahui oleh dirinya dan juga oleh orang lain. Semakin besar wilayah ini, semakin bisa kita memahami orang lain dan begitu pula orang lain akan lebih memahami diri kita. Namun jika komunikasi atau informasi tentang diri sendiri tidak terlalu banyak diungkapkan, maka semakin kecil wilayah di area terbuka.
2. **Area Buta (*Blind Area*)**, adalah area yang menerangkan bahwa adanya beberapa jenis informasi yang diketahui orang lain namun diri sendiri tidak mengetahui. Pada realitanya, tidak sedikit orang yang tidak tahu kelemahan dirinya justru menyangkal adanya kelemahan tersebut di dalam dirinya. Jika wilayah di area ini semakin melebar maka akan mempersulit proses komunikasi antara diri seseorang dengan orang lain.
3. **Area Tersembunyi (*Hidden Area*)**, adalah area yang mengungkapkan informasi yang hanya diketahui oleh diri seseorang dan tidak diungkapkan kepada orang lain. Terdapat dua konsep yang erat kaitannya dengan area ini, yaitu *overdisclosure* dan *underdisclosure*. *Overdisclosure* adalah sikap terlalu banyak mengungkapkan informasi diri sehingga beberapa hal yang seharusnya disembunyikan malah diungkapkan kepada orang lain. Sedangkan *Underdisclosure* berarti sikap terlalu menyembunyikan atau menutup diri terhadap suatu informasi yang seharusnya diungkapkan kepada orang lain.

4. **Area Tidak Dikenal (*Unknown Area*)**, adalah area yang menjelaskan bahwa ada sekumpulan informasi yang tidak sama sekali diketahui oleh dirinya maupun orang lain di sekitarnya. Kesalahan persepsi seringkali terjadi pada area ini, karena kita tidak sama sekali mengenal orang lain dan orang lain juga tidak sama sekali mengenal kita.

a. **Faktor yang Memengaruhi *Self Disclosure***

Proses pengungkapan diri atau *self disclosure* tidak begitu saja mudah dilakukan oleh setiap individu. Hal tersebut diakibatkan dari jenis kepribadian dari setiap individu yang berbeda – beda. Devito dalam buku Komunikasi Antarmanusia Edisi Kelima menyatakan bahwa terdapat delapan kemungkinan faktor yang memengaruhi seseorang dalam melakukan *self disclosure*.

1. **Besaran Kelompok**, adalah ukuran dari seberapa besar orang yang terlibat dalam kelompok (maksimal empat orang). Besaran kelompok *Diad* yang terdiri dari dua orang merupakan jumlah anggota kelompok yang tepat dalam melakukan *self disclosure*. Bila *self disclosure* dilakukan pada anggota kelompok yang lebih dari dua (satu orang pendengar) maka pengamatan serta tanggapan yang dihasilkan akan berbeda setiap individu pendengar.
2. **Perasaan Suka**, seorang individu cenderung melakukan *self disclosure* pada orang – orang tertentu yang ia sukai ataupun cintai.
3. **Efek Diadik**, seorang individu akan cenderung mengungkapkan dirinya pada lawan bicara yang juga turut mengungkapkan dirinya. Efek dari Diadik tersebut memungkinkan seorang individu merasa aman dan lebih berani untuk mengungkapkan dirinya.
4. **Kompetensi**, individu yang lebih berkompeten cenderung lebih banyak berkemungkinan melakukan *self disclosure* dibandingkan dengan individu yang tidak terlalu memiliki kompetensi (tidak berkompeten).
5. **Kepribadian**, individu yang mudah bergaul dengan lingkungan sekitarnya dan individu yang memiliki kepribadian ekstrovert memiliki kemungkinan

untuk lebih banyak melakukan *self disclosure* dibandingkan dengan individu yang kurang bergaul dan memiliki kepribadian introvert.

6. **Topik**, adalah sebuah kecenderungan individu untuk memilih topik dalam pembicaraan. Umumnya seorang individu lebih melakukan *self disclosure* yang berkaitan dengan hobi atau hal yang disenanginya. Semakin pribadi dan semakin negatif sebuah topik pembicaraan maka semakin kecil pula kemungkinan seorang individu untuk mengungkapkan topiknya.
7. **Jenis Kelamin**, jenis kelamin merupakan kedua faktor penting dalam *self disclosure* karena pada dasarnya perempuan akan lebih mudah untuk terbuka tentang dirinya dibandingkan dengan laki – laki. Sedangkan laki – laki akan lebih mudah terbuka pada orang – orang yang dipercayainya saja.

b. **Dimensi *Self Disclosure***

Mayoritas penelitian yang mengkaji *self disclosure* memiliki kecenderungan pada penjelasan dari sisi psikologis. Dua sifat *self disclosure* yang paling banyak menjadi bahasan adalah Jumlah (seberapa banyak informasi yang diungkapkan diri seseorang) dan juga Valensi (bagaimana informasi tersebut dinilai, apakah positif atau negatif). Sedangkan dimensi *self disclosure* yang akan digunakan pada penelitian berjudul Pengungkapan Diri Akun Anonymus (Studi Self Disclosure pada Akun di Twitter) ini adalah sebagai berikut (Winangsih, 2012):

1. **Ukuran atau Jumlah**, dinilai berdasarkan dari frekuensi (seberapa sering) dan durasi (seberapa lama) seseorang melakukan *self disclosure*. Pada *self disclosure*, seseorang memiliki kebebasan untuk mengungkapkan dirinya tanpa batasan waktu dan tempat jika membicarakan aktivitas bermedia sosial.
2. **Valensi**, dinilai berdasarkan kecenderungan kemungkinan ungkapan *self disclosure* dianggap positif atau negatif. Pada Valensi, peneliti ingin melihat bagaimana ungkapan *self disclosure* diutarakan di media sosial Twitter oleh individu. Seorang individu memiliki kemungkinan untuk mengungkapkan

dirinya dengan ujaran yang positif (mengutarakan kebahagiaan atau kegembiraan) maupun negatif (mengutarakan kebencian atau keluhan).

3. **Kecermatan dan Kejujuran**, dinilai dari ketelitian dan ketulusan hati (yang tidak curang) dari seseorang yang melakukan *self disclosure*.
4. **Tujuan dan Maksud**, dinilai dari bagaimana seorang individu mengungkapkan maksud yang ditujukannya dalam melakukan *self disclosure*. Pada pengungkapan perasaan, seorang individu akan cenderung berpikir dan bertindak impulsif yang melibatkan kondisi emosinya. Maka penting untuk mencari tahu lebih dalam terkait tujuan dan maksud seorang individu melakukan *self disclosure* pada saat bermedia sosial.
5. **Keintiman**, dinilai dari bagaimana seorang individu mengungkapkan *self disclosure* pada hal – hal yang dirasa tidak terlalu penting (peripheral) dan tidak berhubungan dengan dirinya (impersonal).

Faktor yang memengaruhi *self disclosure* dan dimensi *self disclosure* menjadi tolak ukur yang digunakan untuk mengkaji penelitian ini. Konsep *self disclosure* ini menjadi konsep besar pada penelitian yang peneliti kaji karena ingin melihat bagaimana faktor – faktor dan dimensi *self disclosure* diterapkan oleh akun *anonymous* di Twitter.

### 2.2.3. Gangguan Mental (*Mental Illness*)

*Mental Illness* atau yang secara bahasa berarti Gangguan Jiwa adalah sebuah kondisi yang menyimpang akibat gangguan emosi berupa perilaku yang tidak wajar dilakukan oleh seseorang. Selain itu gangguan jiwa juga dapat didefinisikan menjadi sebuah pola perilaku yang berhubungan secara klinis dengan tekanan dan penderitaan serta menimbulkan kelainan fungsi pada seseorang. (Nadira Lubis, 2014). Fajar dalam jurnal *Gambaran Karakteristik pada Pasien Gangguan Jiwa Skizofrenia di Instalasi Jiwa RSUD Banyumas* menjelaskan bahwa gangguan jiwa menyebabkan kesulitan berhubungan dengan orang lain juga kesulitan dalam mempresepsikan dirinya sendiri untuk bersikap di lingkungan sosial (Fajar, 2016).

Menurunnya fungsi kejiwaan yang dialami oleh seseorang ini ditandai dengan gangguan emosi, proses kognitif, perilaku dan persepsi (bagaimana panca

indera merespon sebuah hal). Tentunya gangguan jiwa atau *mental illness* ini dapat memicu munculnya stress dan permasalahan serius lainnya (Adisty Wismani Putro, 2015). American Psychiatric Association juga menjelaskan bahwa perilaku ini dapat menjadi hambatan bagi seseorang untuk bersosialisasi, meningkatkan resiko kematian, hingga ketunadayaan. Gangguan jiwa ini tidak begitu saja muncul tanpa tanda dan gejala, berikut ini penjelasan dari gejala dari gangguan jiwa berdasarkan beberapa kategori (American Psychiatric Association, 2013):

- a. **Gangguan Kognitif**, adalah sebuah proses seseorang menyadari keberadaannya dengan lingkungannya. Proses ini meliputi sensasi dan persepsi, perhatian, asosiasi, hingga kesadaran.
- b. **Gangguan Perhatian**, adalah proses kognitif yang dipicu oleh sebuah rangsangan untuk memusatkan pikiran pada sebuah hal tertentu.
- c. **Gangguan Ingatan**, adalah hilangnya kemampuan seseorang untuk mengingat, menyimpan sebuah hal tertentu.
- d. **Gangguan Asosiasi**, adalah sebuah proses ingatan yang menggabungkan konsep antar konsep di pikirannya tentang sebuah kesan maupun perasaan.
- e. **Gangguan Pertimbangan**, merupakan hilangnya kemampuan mental untuk membandingkan sejumlah pilihan.
- f. **Gangguan Pikiran**, adalah sebuah kelainan dalam mengkategorikan hal – hal di pikirannya.
- g. **Gangguan Kesadaran**, adalah hilangnya kemampuan untuk menyadari sebuah hal melalui panca inderanya hingga membuat pembatasan diri antara dirinya dengan lingkungan luar.
- h. **Gangguan Kemauan**, adalah kesulitan untuk mempertimbangkan keinginannya sendiri.
- i. **Gangguan Emosi**, adalah perubahan kestabilan emosi pada seseorang yang menyebabkan penyimpangan perilaku.
- j. **Gangguan Psikomotor**, adalah gangguan yang dialami oleh fisik atau tubuh yang disebabkan oleh kelainan jiwa.

Selain dari tanda dan gejalanya, gangguan jiwa juga dapat dikelompokkan berdasarkan dari jenisnya. Diagnostic and Statical Manual of Mental Disorders menjelaskan kategori tersebut sebagai berikut (American Psychiatric Association, 2013):

- a. **Skizofrenia**, adalah sebuah bentuk kelainan fungsi jiwa yang paling berat sehingga menimbulkan disorganisasi persona yang terbesar.
- b. **Depresi**, adalah gangguan fungsi pada seseorang terkait dengan perasaannya, seperti merasa kesedihan, berubahnya pola tidur hingga nafsu makan, kemampuan berkonsentrasi, merasa lelah hingga keinginan untuk bunuh diri.
- c. **Gangguan Kepribadian**, adalah gangguan psikopatis yang tidak bergantung dari intelegensi.
- d. **Gangguan Mental Organik**, adalah gangguan yang diakibatkan oleh kesalahan fungsi otak yang berdampak pada fungsi mental.
- e. **Gangguan Psikomatik**, adalah sebuah gangguan fisik atau tubuh yang disebabkan oleh pikiran seperti nyeri dada dan lain sebagainya.
- f. **Gangguan Intelektual**, adalah sebuah keadaan intelegensi di bawah rata – rata sejak masa perkembangan maupun sejak lahir yang dapat dilihat dari kemampuan berosisiliasi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar.
- g. **Gangguan Perilaku Masa Anak dan Remaja**, adalah perilaku menyimpang yang telah dialami sejak usia anak yang membuat seseorang kesulitan dalam berosisialisasi dan memengaruhi tumbuh kembangnya.

Konsep ini berhubungan erat dengan penelitian ini karena *mental illness* merupakan objek yang akan diteliti dengan fokus tanda dan gejala gangguan mental yaitu Depresi. Peneliti akan melihat gambaran ungkapan *mental illness* yang dilakukan oleh informan melalui media sosial Twitter dalam bentuk Tweet yang menunjukkan tanda dan gejala depresi yang diunggahnya.

#### 2.2.4. Media Sosial Twitter

Media Sosial merupakan *platform* media daring yang membuat penggunanya bisa melakukan interaksi satu sama lain tanpa dibatasi ruang dan



waktu. Kelahiran internet serta digitalisasi menjadi dasar munculnya media sosial yang dapat dikatakan sebagai produk dari media baru. Selain memungkinkan untuk berinteraksi antar pengguna, hadirnya media baru ini juga menawarkan para penggunanya untuk memilih informasi yang ingin dikonsumsi dan memantau masuk ataupun keluarnya informasi sesuai dengan kebutuhannya. Definisi media sosial lainnya yang dikemukakan oleh Kaplan dan Haenlein adalah media sosial diartikan sebagai sebuah aplikasi berbasis internet yang bisa diubah serta dikreasikan melalui konten yang dibuat oleh penggunanya (Cahyono, 2016).

Menurut Nasrullah, terdapat beberapa karakteristik khusus yang dimiliki oleh media sosial yaitu (1) Jaringan; prasarana yang menghubungkan komputer dengan perangkat lain untuk penggunaan media sosial, (2) Informasi; sebuah hal yang dibutuhkan untuk mewakili identitas, memproduksi sebuah konten serta memenuhi kebutuhan interaksi berdasarkan informasi. (3) Arsip; sebuah informasi yang telah disimpan oleh penggunanya dan dapat kapanpun diakses dengan melalui perangkat apapun yang bertujuan untuk disimpan agar tidak hilang. (4) Interaksi; merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh pengguna media sosialnya. (5) Simulasi Sosial; terdapat dua tahapan komunikasi media sosial yakni mendaftarkan diri sebagai pengguna media sosial dan menetapkan *password* atau kunci dan menyertakan identitas dirinya serta mengarahkan pengguna lain untuk mengidentifikasi identitasnya di media sosial. (6) Konten oleh Pengguna; konten ini dibuat oleh pengguna media sosial dan didistribusikan kepada pengguna lainnya (Nasrullah, 2016).

Pengalaman bermedia sosial yang dirasakan oleh penggunanya membuat mereka dapat dengan bebas mengarungi ruang dan waktu yang mengakibatkan algoritma media sosial semakin tinggi seiring waktu. Selain itu, kini orang – orang lebih banyak memilih untuk berinteraksi atau berkomunikasi secara daring dibandingkan dengan bertemu secara tatap muka dengan orang lain. Peningkatan tersebut membangkitkan perhatian produsen yang kemudian dilihat sebagai peluang yang besar untuk membuat ataupun terus mengembangkan media sosialnya. Sehingga media sosial semakin banyak bermunculan dengan menawarkan berbagai fitur yang disajikan untuk penggunanya.

Twitter adalah sebuah situs *microblogging* yang berupa blog sederhana yang memfasilitasi penggunaannya untuk membagikan pesan singkat yang disebut Tweet. Di media Twitter, penggunaannya dapat dengan bebas menyampaikan informasi berbentuk tulisan, gambar, suara, video, grafik dan lain – lain. Para penggunaannya bisa menggunakan Twitter untuk memproduksi konten dengan memanfaatkan fitur yang ada dan mencari informasi sesuai dengan kebutuhannya pada fitur *search* (Zi'ni, 2020). Perkembangan Twitter dari tahun ke tahun membawanya pada jumlah pengguna Twitter yang saat ini menduduki urutan ke lima besar sebagai platform media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dengan presentase 85,5% per Januari 2021 (Hootsuite, 2021).

Brian J. Dixion menjelaskan bahwa Twitter menawarkan beberapa fitur yang dapat menunjang penggunaannya untuk bermedia sosial (J., 2012):

1. ***Tweet***, merupakan sebuah fitur yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah pesan berupa tulisan, gambar, video dan *gif* kepada pengikutnya dan pengguna Twitter lainnya.
2. ***Followers dan Following***, *Followers* secara bahasa berarti pengikut atau sebuah akun yang mengikuti akun lainnya. Sedangkan *following* berarti sebuah akun yang diikuti akun lain. Akun yang mem-*follow* (*followers*) dari sebuah akun bisa mendapatkan informasi terbaru dari akun yang diikutinya di Twitter.
3. ***Direct Message (DM)***, adalah sebuah fitur yang dapat digunakan pengguna Twitter untuk mengirim pesan singkat pribadi ke pengguna lainnya. *Direct Message* dapat dilakukan oleh semua orang ke semua orang, karena walaupun tidak menjadi *followers* atau saling *follow* seorang pengguna akan tetap bisa mengirimkan pesan singkat melalui DM jika diizinkan oleh penerima pesan.
4. ***Twitter Search***, fitur ini memungkinkan penggunaannya untuk mencari Tweet dari pengguna lain atau mencari akun – akun tertentu menggunakan sebuah atau serangkaian *keywords* atau kata kunci.
5. ***Trending Topics***, Twitter mengumpulkan sepuluh topik pembicaraan yang paling sering dibicarakan oleh penggunaannya berdasarkan dari kebaruan topik dan seberapa banyak topik tersebut dibicarakan. Fitur ini

memudahkan para penggunanya untuk melihat hal – hal yang sedang tren atau banyak dibicarakan orang – orang di Twitter. Umumnya berbentuk kata ataupun *hashtag* (tagar).

6. **Latest News**, adalah fitur yang dibuat khusus bagi penggunanya agar tidak ketinggalan berita terbaru.
7. **Kecepatan**, kestabilan dan frekuensi penting untuk mengimbangi perkembangan perubahan informasi yang ada di Twitter.

Selain itu, Twitter mempunyai kekuatan khusus yang dapat menggerakkan penggunanya dan mengendalikan sebuah situs dengan hal – hal sebagai berikut (J., 2012):

1. **Following**, mengidentifikasi seberapa banyak orang yang diikuti oleh sebuah akun.
2. **Followers**, menandai seberapa banyak orang yang mengikuti sebuah akun.
3. **Updates**, mendeteksi frekuensi seorang pengguna melakukan unggahan.
4. **Mention**, melibatkan pembicaraan antar dua atau lebih akun pengguna Twitter.
5. **Retweet**, digunakan untuk membagikan ulang Tweet atau konten yang dibuat oleh pengguna lain kepada *followers* pengguna yang *me-retweet*.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial ini digunakan sebagai media utama berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi informasi dengan bentuk tertentu kepada banyak orang. Media sosial khususnya Twitter ini dimanfaatkan oleh para akun *anonymous* untuk mengungkapkan dirinya atau melakukan *self disclosure*. Peneliti akan fokus meneliti ungkapan *self disclosure* melalui Tweet dari informan tersebut.

**a. Anonimitas dalam Akun Anonymous**

Dalam hal ini, Wallace menyebutkan bahwa anonimitas dapat didefinisikan sebagai bentuk dari tidak teridentifikasi (*nonidentifiability*) (Hite, 2014). Selain itu, Marx juga menyatakan anonimitas merupakan sebuah nilai dari

luasnya dimensi yang teridentifikasi (*identifiability*) dan tidak teridentifikasi (*nonidentifiability*) (Hite, 2014). Sedangkan dalam komunikasi, anonimitas diartikan berdasarkan dari konteks spesifik tertentu yang melibatkan aspek informasi seseorang. Adapula yang mengatakan bahwa anonimitas adalah sebuah istilah yang digunakan untuk seseorang yang tidak teridentifikasi namun masih membutuhkan lawan bicara atau orang lain untuk mendengarkannya (Chairunnisa, 2018). Berdasarkan dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa anonimitas merupakan individu yang tidak dapat teridentifikasi yang disebabkan karena tidak adanya petunjuk jelas mengenai informasi tentang identitas asli seseorang saat berkomunikasi dengan orang lain pada saat menjadi orang yang mengirim pesan (*encoder*) atau orang yang menerima pesan (*decoder*).

Penjelasan definisi tersebut menunjukkan bahwa anonimitas berkemungkinan sangat berkaitan dengan perilaku anormatif yang bisa saja digunakan sebagai tujuan baik ataupun buruk. Anonimitas ini bisa saja diakibatkan karena keinginan seseorang ataupun dari tindak ketidaksengajaan. Dalam hal ini, anonimitas memiliki kelebihan yakni seseorang bisa lebih membuka tentang informasi dirinya dan mengevaluasi secara objektif perihal asumsi yang akan diungkapkannya serta membuat kesetaraan di dalam diskusi karena tidak ada batasan gender ataupun usia. Namun anonimitas juga memiliki kekurangan yaitu dapat dijadikan sebagai “tameng” bagi seseorang untuk melakukan tindak kriminal seperti *cybercrime* atau menyebarkan hoaks, selain itu juga anonimitas beresiko untuk disalahgunakan oleh seseorang sebagai tempat melakukan tindak illegal seperti melecehkan dan lain sebagainya atau anonimitas tersebut dijadikan sebagai media untuk menjelek – jelekkan seseorang seperti menyinggung atau merusak nama baik orang lain.

Hayne dan Rice menyatakan bahwa anonimitas memiliki dua jenis kelompok (Lee, 2013):

- a. **Anonimitas Sosial (*Social Anonimity*)**, merujuk pada persepsi orang lain yang menganggap bahwa seorang individu tidak dapat teridentifikasi karena sedikitnya informasi petunjuk yang digunakan untuk atribut identitasnya.

- b. **Anonimitas Teknikal (*Technical Anonymity*)**, merujuk pada sejauh mana informasi tentang seorang individu dihapuskan oleh lawan bicaranya saat berkomunikasi.

Valaich juga mengkategorikan dua dimensi anonimitas yang berbeda yakni (Lee, 2013):

- a. **Anonimitas Konten (*Content Anonymity*)**, merujuk pada sejauh mana pesan yang disampaikan oleh *encoder* dapat dideteksi oleh *decoder* berdasarkan dari nilai yang terdapat dalam pesan tersebut contohnya adalah ekspresi khusus.
- b. **Anonimitas Proses (*Proses Anonymity*)**, merujuk pada sejauh mana pesan dari *encoder* dapat dideteksi secara langsung oleh *decoder* yang sedang berkomunikasi.

Anonimitas sosial (*social anonymity*) dalam penelitian ini digunakan sebagai objek penelitian untuk melihat kategori atau dimensi akun *anonymous* apa yang melakukan *self disclosure* tentang ungkapan *mental illness*. Karena anonimitas sosial mengacu pada pilihan individu untuk menunjukkan sedikitnya identitasnya ke orang lain di media sosial (Twitter).

#### 2.2.5. Generasi Z (Gen Z)

Generasi Z atau yang akrab dikenal dengan singkatan Gen Z merupakan sebuah kelompok generasi manusia yang lahir berdasarkan umur dimulai dari tahun 1995 sampai 2010 (Brown, 2020). Pada tahun 2010, terdapat kurang lebih 68 juta orang di Indonesia dikategorikan sebagai Gen Z. Mereka – mereka yang terlahir sebagai Gen Z juga mendapati julukan *digital native* yang berarti orang – orang yang lahir pada saat teknologi telah ditemukan. Dengan begitu, para *digital native* tentunya lebih handal dalam menggunakan teknologi karena seolah telah ditakdirkan untuk dengan mudah memanfaatkan teknologi (Tapscott, 2013).

Riset yang dilakukan oleh lembaga non-profit Mind Share Partners membuktikan bahwa 20% responden Gen Z tercatat meninggalkan pekerjaannya

karena alasan kesehatan mental. Selain itu banyak juga generasi muda yang mencari tahu pengobatan medis untuk gangguan kesehatan mental berdasarkan dari data Penn State University's Center. Hal ini menjelaskan bahwa pengalaman – pengalaman yang telah dialami oleh Gen Z jelas berdampak untuk kesehatan mental pada beberapa variasi kelompok demografi termasuk kelompok ras dan etnis, *gender*, usia, orientasi seksual hingga permasalahan pola didik orang tua (Jagannathan, 2019).

Grail Research dalam *Media Literasi bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta* menjelaskan bahwa Gen Z termasuk dalam kelompok *digital native* yang memang terlahir sebagai generasi internet yang menyukai dan terbiasa dengan internet serta perubahannya yang cepat dan dinamis. Hadirnya internet membuat Gen Z terbiasa berhubungan dengan orang lain melalui dunia maya. Mereka sering kali secara sadar maupun tidak mengunggah momen yang ada di kehidupannya ke media sosial. Hal tersebut membuat mereka kurang peka dalam menilai hal – hal yang bersifat privat atau pribadi. Namun disamping itu, Gen Z merupakan generasi yang berpikiran luas atau global karena mereka tidak segan untuk saling mengungkapkan pengalaman baik maupun buruk akan hal sesuatu di sekitarnya (Rastati, 2018).

Tulgan menyimpulkan terdapat empat karakteristik para Gen Z, (Sakitri, 2021):

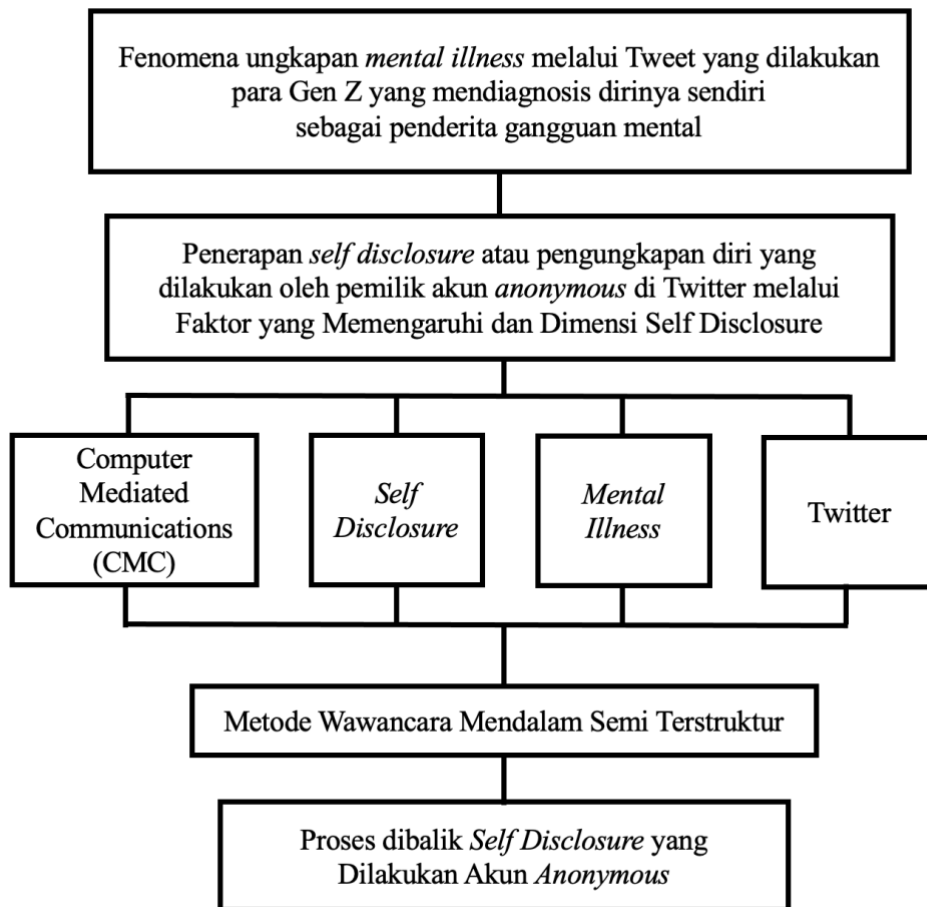
1. ***The Undefined ID***, Gen Z melekat dengan anggapan yang menyatakan bahwa mereka adalah generasi yang menghormati karakteristik yang ditunjukkan oleh setiap orang tanpa menilai dengan sebutan tertentu (melabeli seseorang). Proses mencari jati diri yang mereka alami menjadikannya sebagai pribadi yang terbuka akan perbedaan dan keunikan masing – masing orang.
2. ***The Communaholic***, Gen Z juga termasuk kelompok generasi yang global dan senang bersosialisasi dengan beragam komunitas dengan menggunakan kemudahan teknologi demi mengembangkan dirinya.
3. ***The Dialoguer***, Sikapnya yang terbuka dan menghargai orang lain membuat Gen Z mudah untuk berkomunikasi dengan banyak orang dan menganggap

komunikasi adalah hal yang penting terutama dalam proses menyelesaikan konflik.

4. ***The Realistic***, menganalisa dan bertindak cepat dalam memutuskan sebuah hal, menikmati kemandirian, dan senang mengendalikan sebuah hal. Mereka cenderung berpikir sangat realistis dan mengetahui pentingnya stabilitas finansial di masa depan.

Konsep Gen Z ini cocok untuk digunakan pada penelitian ini karena generasi yang lahir dari tahun 1995 sampai 2010 ini terbukti secara data memiliki latar belakang gangguan kesehatan mental. Selain itu, Gen Z terbukti sebagai generasi yang tingkat kecemasan dan depresinya lebih tinggi dari generasi sebelumnya. Bahkan 37% orang – orang yang termasuk golongan kelompok Gen Z mendapatkan bantuan medis atas gangguan mental yang dialaminya (Yoo, 2021). *Range* umur Gen Z yang digunakan pada penelitian ini akan berfokus pada umur 22 – 27 tahun atau kelahiran tahun 2000 – 1995 karena menyesuaikan dengan fenomena yang terjadi dan informan yang tersedia. Maka dari itu Gen Z cocok digunakan dalam penelitian ini sebagai objek penelitian yang akan dimanfaatkan untuk memperoleh data.

### 2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.2 Teori Jendela Johari (Julia T. Wood, 2013)