

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain. Menurut Indriyana, Jalasenastri, & Trisiana (2018) sebagai makhluk sosial, manusia perlu berinteraksi satu sama lain. Salah satu bentuk interaksi adalah komunikasi. Komunikasi yang dilakukan antar individu dapat dilakukan secara verbal maupun non verbal. Komunikasi secara verbal merupakan komunikasi yang dilakukan secara lisan, sedangkan komunikasi non verbal dilakukan dengan bahasa isyarat seperti gestur tubuh dan ekspresi wajah (Asiyah, 2018).

Masyarakat di zaman dulu berkomunikasi dengan seseorang yang jauh hanya melalui surat dan memakan waktu yang sangat lama untuk saling berkirim kabar. Namun, seiring dengan perkembangan zaman orang jarang berkirim kabar melalui surat, melainkan dengan suatu media virtual (media sosial) yang mampu menghubungkan individu dengan massa secara cepat tanpa batas ruang dan waktu. Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkirim kabar, melainkan juga dapat memfasilitasi masyarakat yang haus akan informasi atau berita yang sedang *trending* tanpa batas waktu.

Menurut Shagiyeva (2020), perkembangan zaman saat ini serba digital dan sangat dipengaruhi oleh teknologi yang semakin berkembang pesat, sehingga teknologi menjadi peran penting dalam perkembangan manusia. Hal ini lah yang membuat masyarakat merasa senang ketika menggunakan media sosial. Banyak masyarakat yang menggunakan media

sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan mencari informasi namun juga digunakan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri, serta *sharing* tentang berbagai hal yang sedang ia alami atau rasakan.

Berdasarkan pada We Are Social (2020) jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 59% dari 271,35 juta total populasi. Pengguna media sosial pada tahun 2021 meningkat sebanyak 61,8% dari 274,9 juta total populasi (We Are Social, 2021). Februari 2022 pengguna media sosial mengalami peningkatan sebanyak 68,9% dari 277,7 juta total populasi (We Are Social, 2022). Data di atas dapat membuktikan bahwa pengguna media sosial dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini sudah sewajarnya terjadi, karena semakin berkembangnya zaman maka semakin banyak juga produk atau fitur terbaru yang ada.

Banyaknya fitur baru membuat seseorang semakin ingin mengikuti hal-hal yang sedang *trending*, hal ini selaras dengan pernyataan Aziz & Salam (2018) masyarakat zaman sekarang selalu mengikuti *trend* yang sedang berlangsung agar dianggap populer dan tidak ketinggalan zaman. Media sosial kini bebas diakses oleh berbagai macam jenjang usia baik dari usia anak-anak hingga lansia. Menurut We Are Social (2022) pengguna media sosial terbanyak pada rentang usia 18-34 tahun. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022) menyatakan bahwa sebagian besar responden pada 34 provinsi (rata-rata 90,53%) konten internet yang sering diakses adalah media sosial.

Salah satu media sosial yang sedang marak akhir-akhir ini yaitu media sosial *TikTok*. Hal ini dapat dilihat dari data pengguna *TikTok* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Data dari We Are Social (2020-2022) menunjukkan bahwa persentase pengguna media sosial *TikTok* memiliki peningkatan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Pengguna media sosial *TikTok* di Indonesia pada tahun 2020 memiliki persentase sebanyak 25% dari 160 juta pengguna media sosial, kemudian meningkat pada tahun 2021 sebanyak 38,7% dari 170 juta pengguna media sosial. Data terbaru pada Februari 2022 menunjukkan persentase pengguna *TikTok* meningkat sebanyak 63,1% dari 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia.

Hasil pengamatan peneliti saat mengakses media sosial *TikTok*, banyak orang yang bisa bebas mengekspresikan dirinya serta dengan santai mengekspos berbagai macam peristiwa atau hal yang sedang dialami. Peneliti banyak menemukan unggahan dari *TikTok* di *repost* ke akun media sosial lain seperti *reels Instagram*, *Youtube Short*, *Whatsapp*, *Twitter*, dll.

Peneliti sebelumnya telah melakukan wawancara dengan 2 orang informan pengguna media sosial berinisial FHW dan ES untuk studi pendahuluan pada tanggal 6 Februari 2022. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan, media sosial yang sering diakses salah satunya adalah *TikTok*. Informan berinisial FHW mengaku sering *me-repost* unggahan dari *TikTok*. FHW *me-repost* unggahan yang sesuai dengan perasaan maupun pikirannya. FHW juga pernah mengunggah video yang sedang *trending*. Adapun video yang dipunggah adalah video

mengenai keakraban bersama sahabat. Hal ini menunjukkan bahwa FHW melakukan pengungkapan diri di media sosial. FHW merasa nyaman menggunakan fitur dan mengekspos berbagai macam kegiatan atau perasaannya untuk publik.

Informan berinisial ES juga mengungkapkan bahwa ia sering membuat video melalui akun *TikTok*, namun akun milik ES di privasi untuk dirinya sendiri jadi hanya ES saja yang bisa melihat video yang diunggahnya. ES juga sering *me-repost* unggahan dari media sosial *TikTok*, baik itu mengenai informasi, edukasi, maupun berita *trending*.

Mengekspos kegiatan sehari-hari hingga peristiwa-peristiwa yang ekstrim seperti membagikan kegiatan yang dialami seperti kecelakaan ataupun ada masalah yang sedang dihadapi sudah menjadi hal yang biasa di media sosial. Seperti yang dilakukan pada pengguna akun *TikTok* bernama @ghefr4, terdapat 2 postingan viral, yaitu mengunggah video sehabis kecelakaan dengan memposting di akun *TikTok* nya. Hal lainnya dengan pengguna akun *TikTok* @emilmario69 atau biasa dikenal dengan Emil, bahwa Emil selalu membuat konten dengan mengungkapkan berbagai macam hal yang sedang dirasakan atau dengan bebas beropini terhadap suatu hal di media sosial dengan leluasa. Konten yang dibuat oleh akun Emil kurang lebih sama dengan pengguna akun bernama @panggilakubambang atau biasa dikenal dengan Sania Leonardo. Sania pernah mengungkapkan dirinya di media sosial bahwa Sania mengidap bipolar.

Istilah yang sering digunakan dalam psikologi terkait fenomena ini yaitu *Self-Disclosure*. DeVito (1996) mendefinisikan *self-disclosure* sebagai suatu jenis komunikasi dimana seseorang mengungkapkan informasi pribadinya kepada orang lain. Menurut Setianingsih (2015) *self-disclosure* adalah suatu proses pengungkapan informasi pribadi kepada orang lain maupun sebaliknya. Sedangkan menurut Aziz & Irwansyah (2021) *self-disclosure* merupakan keadaan saat seseorang membagikan informasi bahkan perasaan dengan orang lain.

Richey, Gonibeed, & Ravishankar (2018) berpendapat media sosial memungkinkan penggunaannya untuk mempresentasikan dirinya secara terang-terangan yang sebelumnya tidak mungkin. Hal ini bisa saja terjadi, karena beberapa faktor salah satunya individu ingin orang-orang di sekitarnya mengetahui segala hal yang sedang dilakukan atau rasakan dan mengomentari unggahannya di media sosial. Pusvitasari & Yuliasari (2021) menyatakan banyak ditemukan curhatan mengenai kerepotan dari orang tua di media sosial, sehingga dari sini dapat terlihat bahwa media sosial memungkinkan penggunaannya untuk mengungkap apa yang sedang dirasakan.

Komentar-komentar orang yang mendukung atau positif dapat membuat individu termotivasi dan memiliki kepercayaan diri untuk selalu mengunggah segala macam aktivitas atau hal yang sedang dirasakan. Hal ini selaras dengan pernyataan Syah, Wahyuningsih, & Syifaâ (2016) bahwa pengalaman positif dapat menjadi sugesti yang positif untuk seseorang.

Kepribadian merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *self disclosure* (DeVito, 1996). Orang-orang yang pandai bergaul dan ekstrovert akan lebih mudah melakukan pengungkapan diri dibanding orang yang kurang pandai bergaul dan lebih introvert. Orang yang tidak terbiasa bersosialisasi akan merasa gelisah saat berbicara sehingga sulit untuk melakukan pengungkapan diri. Kanwal, Pitafi, Akhtar, & Irfan (2019) menjelaskan bahwa dari profil pengguna media sosial mencerminkan bagaimana tipe kepribadian pemiliknya, karena dalam profil pengguna media sosial terdapat informasi mengenai kepribadian penggunanya. Sebagai contoh, banyak pengguna yang mengungkapkan informasi pribadinya di media sosial, baik dari segi penampilan, teman, dan faktor lain di lingkungannya. Namun tingkat pengungkapan diri dan cara seseorang mengungkapkan dirinya di media sosial berbeda-beda.

Hasil penelitian Idris, Utami, Hartanto, & Raharjo (2020) menunjukkan bahwa postingan di media sosial dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai kepribadian penggunanya. Fauzia, Maslihah, & Ihsan (2019) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan tipe kepribadian terhadap *self-disclosure*. Muhammad, Erliana, & Hakim (2021) juga meneliti hal yang serupa mengenai hubungan antara tipe kepribadian dengan tingkat *self-disclosure*.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara kepribadian *ekstrovert* terhadap *Self-disclosure* pada pengguna media sosial *TikTok*.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kepribadian terhadap *self-disclosure* pada pengguna media sosial *TikTok*.

1.3 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Menambah wawasan dan pengetahuan tentang hubungan kepribadian terhadap *self-disclosure* pengguna media sosial *TikTok*.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan ajaran untuk Program Studi Psikologi, khususnya pada ilmu psikologi kepribadian dan psikologi sosial terkait topik hubungan kepribadian *ekstrovert* terhadap *self-disclosure*.

b. Manfaat Praktis

- 1) Sebagai salah satu tugas mahasiswa pada tingkat akhir dalam rangkamenyelesaikan studinya.
- 2) Sebagai bahan masukan bagi pengguna media sosial untuk selalu bijak dalam penggunaan media sosial.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi penelitian selanjutnya.

1.4 Keaslian Penelitian

Sejauh yang peneliti ketahui, sudah ada beberapa penelitian dengan menggunakan variabel kepribadian *ekstrovert* dan *self-disclosure*. Namun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah pada topik, teori, alat ukur, dan subjek penelitian. Beberapa penelitian

sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Idris, Utami, Hartanto, & Raharjo (2020) dengan judul penelitian “*Systematic Literature Review of Profiling Analysis Personality from Social Media*”. Tujuan analisis literturnya yaitu untuk menganalisis karakter kepribadian yang dimiliki oleh seseorang calon karyawan dilihat dari postingan yang diunggah melalui sosial media. Berdasarkan tujuannya subjek penelitian yang ingin diteliti adalah calon karyawan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa postingan di media sosial dapat dijadikan sebagai sumber data untuk menganalisis sehingga dapat diperoleh informasi penting tentang seseorang. Hasil Analisis kepribadian nantinya dapat dimanfaatkan oleh suatu perusahaan untuk membantu merekrut dan menempatkan calon karyawan pada posisi yang sesuai.

Selain itu, adapun penelitian yang serupa dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad, Erliana, & Hakim (2021) yang berjudul “*Hubungan Jenis Kepribadian (Ekstrovert & Introvert) dengan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) pada Pengguna Media Sosial Instagram: Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Teknologi Sumbawa*”. Nilai koefisien korelasi sebesar $p = <0,05$ yang menandakan bahwa jenis kepribadian ekstrovert dan introvert berhubungan secara stimulan dan signifikan terhadap *self disclosure* pada pengguna media sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara hasil kepribadian dengan *self-disclosure* pada pengguna media sosial *Instagram* mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Teknologi Sumbawa. Kesimpulan dari penelitian ini ialah semakin ekstrovert

mahasiswa, maka semakin tinggi tingkat *self-disclosure* di media sosial Instagram.

Kemudian penelitian lain yang serupa adalah penelitian berjudul “*Pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Self Disclosure pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Bandung*”. Penelitian ini dilakukan oleh Fauzia, Maslihah, & Ihsan (2019). Subjek pada penelitian ini adalah pengguna media sosial Instagram di kota Bandung dengan jumlah partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 orang dewasa awal pengguna Instagram. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan tipe kepribadian terhadap Self-disclosure. Kesimpulan dalam penelitian ini ialah tipe kepribadian merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan diri seseorang terutama ketika sedang berkomunikasi menggunakan media sosial.

Penelitian Sagianto & Ardiyanti (2018) yaitu berjudul “*Self Disclosure melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri Quote)*”. Dilihat dari judul penelitian, subjek penelitian ialah anggota *galeri quote*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep *johari window* anggota *galery quotes* dalam melakukan kegiatan *self-disclosure* melalui media sosial Instagram. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota *galeri quote* memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi diri. Meskipun *quotes* yang dibuat dalam bentuk inspirasi dan motivasi hal

tersebut juga sekaligus menjadi ajang dalam mencurahkan perasaan, pikiran, dan pengalaman hidup.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Prihantoro, Damintana, & Ohorella (2020) yaitu “*Self Disclosure* Generasi Milenial melalui *Second Account Instagram*”. Tujuan dari penelitian ini adalah menemukan keterbukaan diri dengan kebebasan berekspresi dan menghilangkan rasa *insecure* yang dirasakan oleh generasi milenial di *second account Instagram*. Hasil penelitian menjelaskan rata-rata generasi milenial memiliki tingkat keterbukaan yang berbeda-beda karena setiap manusia memiliki kepribadian yang tidak sama persis.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti melihat ada beberapa perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian ini, perbedaan terdapat pada:

a. Keaslian topik

Penelitian terdahulu membahas tentang hubungan tipe kepribadian dengan *self-disclosure* pada media sosial *Instagram* (Muhammad, Erliana, & Hakim, 2021; Fauzia, Maslihah, & Ihsan, 2019; Sagiarto & Ardiyanti, 2018) dan *second account Instagram* (Prihantoro, Damintana, & Ohorella, 2020). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Idris, dkk. (2020), yaitu analisis kepribadian karyawan melalui media sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengangkat topik tentang hubungan antara kepribadian *ekstrovert* terhadap *self-disclosure* pada pengguna media sosial *TikTok*.

b. Keaslian teori

Penelitian terdahulu menggunakan beberapa teori diantaranya oleh penelitian Idris, dkk. (2020), menggunakan teori DISC mengklasifikasikan kepribadian menjadi empat jenis yaitu dominasi, pengaruh, kemantapan, dan kepatuhan. Penelitian Fauzia, dkk. (2019) & Muhammad, dkk. (2021) menggunakan teori Eysenck dan Sherwin tentang tipe kepribadian dan *self-disclosure*. Selain itu, Prihantoro, dkk. (2020) teori yang digunakan adalah teori *self-disclosure* dari Joseph Luft dan Hary Ingham, dan paradigma konstruktivisme sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Sagiarto & Ardiyanti (2018) menggunakan teori dari Joseph Luft dan Harrington Ingham memperkenalkan sebuah konsep yang dikenal sebagai *Johari Window*, sebuah kaca jendela yang terdiri dari empat bagian antara lain wilayah terbuka (*open area*), wilayah buta (*blind area*), wilayah tersembunyi (*hidden area*), wilayah tak dikenal (*unknown area*). Sedangkan penelitian ini menggunakan menggunakan teori Carl Gustav Jung (Setiawan, 2016) mengenai kepribadian ekstrover dan teori *self disclosure* dari teori yang dikemukakan oleh DeVito (1996).

c. Keaslian alat ukur

Penelitian terdahulu menggunakan beberapa alat ukur atau tes kepribadian diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Idris, dkk. (2020), menggunakan tes DISC. Penelitian Fauzia, dkk. (2019) & Muhammad, dkk. (2021) menggunakan skala kepribadian dari aspek-aspek yang

dikemukakan oleh Eysenck. Sedangkan untuk mengukur tingkat *self-disclosure*, penelitian terdahulu menggunakan beberapa alat ukur diantaranya Muhammad, dkk. (2021) menggunakan berdasarkan aspek aspek *self-disclosure* yang dikemukakan oleh Sherwin. Penelitian yang dilakukan oleh Prihantoro, dkk. (2020) & Sagiato & Ardiyanti (2018) menggunakan teori Joseph Luft dan Hary Ingham, dan paradigma konstruktivisme sosial serta menggunakan konsep dari *Johari Window*.

Penelitian ini akan menggunakan model skala *likert*. Alat ukur yang akan digunakan adalah skala kepribadian ekstrovert yang dimodifikasi berdasarkan skala *extrovert and introvert personality inventory* (IPEI) dari dimensi kepribadian ekstrovert Jung (Arip, Mohammad, Ibrahim & Husin, 2017) dan skala *self-disclosure* yang dimodifikasi berdasarkan skala *revised self-disclosure scale* (RSDS) dari dimensi *self-disclosure* DeVito (Gruzd & Garcí'a, 2018).

d. Keaslian subjek

Penelitian terdahulu menggunakan subjek pengguna media sosial *Instagram* (Muhammad, Erliana, & Hakim, 2021; Fauzia, Maslihah, & Ihsan, 2019; Sagiato & Ardiyanti, 2018; Prihantoro, Damintana, & Ohorella, 2020) Kemudian subjek penelitian yang digunakan oleh Idris, dkk. (2020) adalah karyawan. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan subjek pada pengguna media sosial *TikTok*.