

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

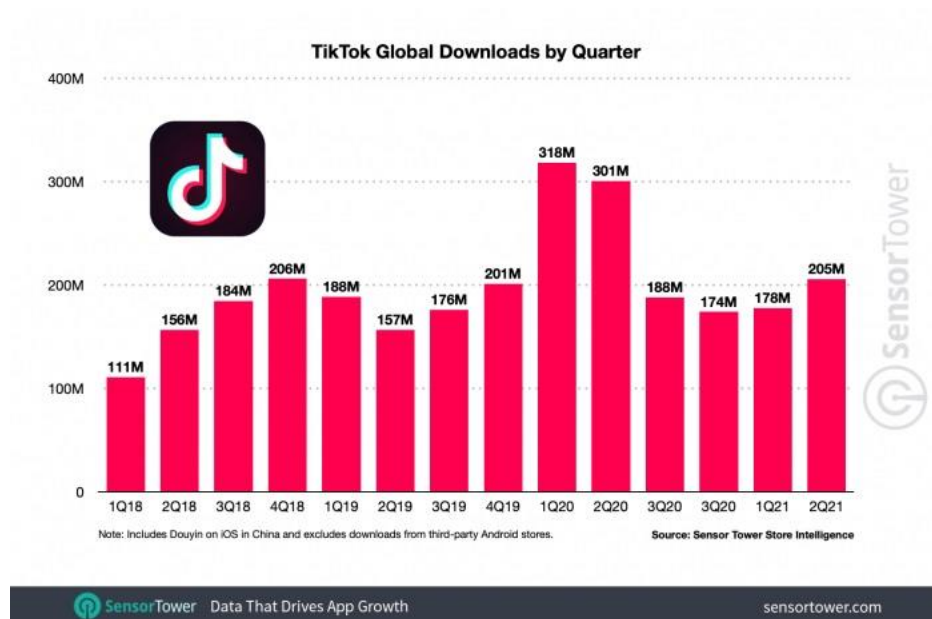
Seiring perkembangan zaman media sosial berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Semua aktivitas yang tersorot dalam media berkembang pesat dari tahun ke tahun. Dimulai dari gaya hidup modern hingga teknologi yang canggih semua mulai terkuak pada zaman ini. Media sosial hadir sebagai bagian dari perkembangan zaman yang banyak membawa perubahan hingga kebutuhan bagi semua sistem di kehidupan ini, khususnya untuk generasi z. Komunikasi secara tidak langsung mempunyai berbagai macam bentuk, seiring berjalannya waktu dapat dinyatakan bahwa komunikasi tidak bisa dipisahkan dengan “media sosial”.

Teknologi yang semakin maju ini membawa perubahan cara berkomunikasi yang beragam, serta perkembangan media sosial yang makin besar ini menjadi salah satu contoh nyata perkembangan dunia komunikasi. Beberapa tahun belakangan ini mulai ramai *Instagram* dan Tiktok. Kedua media tersebut adalah contoh nyata dari perkembangan zaman yang semakin canggih hingga dapat memudahkan kita berkomunikasi kepada semua orang. *Instagram* dan Tiktok adalah media sosial berbagi foto dan video yang canggih dengan kelebihanannya memiliki fitur penambah efek atau filter digital sehingga foto dan video yang di hasilkan bisa sebagus dan seunik mungkin, dan dapat dibagikan ke berbagai jaringan media sosial yang lainnya.

Instagram mempunyai fitur *Instastory* yang mempunyai masa tayang selama 24 jam. Berbeda dengan foto atau video yang diposting pada *timeline Instagram*, foto dan videonya tidak akan hilang kecuali dihapus dari profil, sedangkan fitur *Instastory* akan hilang setelah 24 jam masa pengunggahan. Dengan kemajuan dan perkembangan teknologi para pengguna *Instagram* dapat berinovasi dan berkreatifitas dalam membuat efek/*filter* digital mereka sendiri. Biasanya digunakan untuk kebutuhan fitur *Instastory*. Efek/*filter* yang unik pasti akan viral dan dicari oleh pengguna *Instagram* yang lain, dan akan *booming*/dikenali di aplikasi Tiktok.

Beberapa bulan belakangan ini sedang viral aplikasi video bernama Tiktok. Aplikasi serupa dengan *Instagram* namun lebih kecil dan masih banyak batasan batasan bagi penggunanya. Dilansir dari SindoNews.com bahwa ada lima media sosial yang paling populer didunia salah satunya adalah aplikasi Tiktok. Berdasarkan penelitian *WE ARE SOCIAL 2020*, rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna Indonesia usia 16-64 dalam mengakses media sosial mencapai 3 jam 26 menit dalam sehari. Sekarang Indonesia mempunyai 160 juta pengguna aktif media sosial yang 99% penggunanya dalam mengakses media sosial melewati smartphone/android.

Tiktok adalah aplikasi video kreasi yang dilengkapi berbagai filter, musik, dan font yang unik. Tiktok biasa dipakai untuk membagikan video kreatif mulai dari bernyanyi, tarian, make up, memasak, dan lain-lain. Jadi kurang lebih aplikasi Tiktok adalah aplikasi pengedit, perekam dan mengunggahnya dalam beberapa media sosial lainnya seperti *whatsApps*, *Instagram*, *twitter* dan lainnya sehingga video tersebut dapat dilihat oleh khalayak umum. Dikutip dari berita SindoNews.com Tiktok kini jadi media sosial dengan pertumbuhan pesat menurut jumlah unduhannya, baik di *google Playstore/Appstore*. Berdasarkan riset sensor tower 2020, jumlah unduhan Tiktok mencapai lebih dari 300 juta pengguna pada kuartal pertama dan kedua 2020 (SindoNews.com 21/08/20).



Gambar 1.1

Grafik perkembangan unduhan aplikasi Tiktok di tahun 2018 - 2021 (Tek.Id)

Tiktok kini jadi media sosial dengan pertumbuhan pesat menurut jumlah unduhannya, baik di *google*, *playstore/appstore*. Berdasarkan riset sensor tower 2020, jumlah unduhan Tiktok mencapai lebih dari 300 juta pengguna pada kuartal pertama dan kedua 2020. Peristiwa tersebut tidak lepas dari ramainya masyarakat yang sudah banyak memiliki akun *Instagram* dan Tiktok. Penggunaanya dimulai dari anak kecil hingga orang dewasa.

Tahun	Angka jumlah pertumbuhan pengguna Tiktok secara global
2018	271 juta pengguna
2019	507 juta pengguna
2020	689,17 juta pengguna

Tabel 1.1

Jumlah angka peningkatan pengguna Tiktok seluruh dunia. (CNBC indonesia)

Tahun	Angka jumlah pertumbuhan pengguna Tiktok di Indonesia
2018	110 juta pengguna
2019	190 juta pengguna
2020	220 juta pengguna

Tabel 02

Jumlah angka peningkatan pengguna Tiktok di indonesia. (Lokadata.com)

Instagram dan Tiktok juga dapat menghasilkan selebriti media sosial, untuk *Instagram* biasanya disebut dengan Selebgram yakni selebritis *Instagram*. Sedangkan bagi pengguna Tiktok dikenal dengan sebutan Tiktoker artinya selebritis Tiktok. Ketika sudah viral dan mempunyai banyak follower mereka sering di sebut Selebgram, Tiktoker. Biasanya mereka viral karena berprestasi, *GoodLooking*, videonya lucu dan lain semcamnya.

Seorang Selebgram harus menjadi contoh yang baik bagi *followers* ataupun orang disekitarnya. oleh karena itu Selebgram harus lebih bijak dalam memberikan pernyataan baik dalam konten atau dalam kesehariannya. memberikatn konten yang positif dan bermanfaat bagi semua orang. karena status Selebgram yang ada pada seorang pengguna *Instagram* tersebut berpengaruh besar dalam kehidupannya.

Semua yang dijalani menjadi sorotan masyarakat dan para *followersnya*. Sehingga setiap aktifitas yang di kerjakan menjadi asumsi public. Dimana kehidupannya tidak ada apa apa sekarang akan di usik oleh komentar netizen netizen baik komentar positif (dukungan) ataupun negatif (hujatan). Hal ini menjadi salah satu beban tersendiri dalam kehidupan sehari – hari seorang Selebgram, karena tidak di pungkiri lagi bahwa gelar Selebgram yang dipakai adalah sebagai contoh yang baik bagi masyarakat dimana secara tidak langsung menjadikan teladan dalam berbagai hal, terlebih utama dalam segi berbicara, bersikap, mengenakan pakaian, dan lain sebagainya.

Menjadi Selebgram juga menjadi pertimbangan diri sendiri, karena seorang Selebgram takut memberikan contoh yang tidak baik atau hal – hal yang negatif

sehingga menyebabkan para *followersnya* menjadi tidak suka kepada dirinya. Dengan kata lain menjadi Selebgram harus berusaha mengungkapkan dan memberikan contoh yang baik agar dirinya tidak memberikan dampak yang buruk kepada *followersnya* dan masyarakat lainnya.

Pengungkapan diri ini bisa berupa barbagai hal, bisa perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi dan ide yang sesuai dan ada dalam diri seorang yang berkaitan. Kedalaman dan pengungkapan diri seseorang tergantung pada situasi dan orang yang diajak untuk berkomunikasi atau berinteraksi. Jika orang yang berinteraksi menyenangkan tidak merugikan dan bisa membuat nyaman serta dapat membangkitkan semangat maka ada kemungkinan individu untuk lebih terbuka amatlah besar. Dan juga sebaliknya pada beberapa orang tertentu yang dapat saja menutup diri karena merasa dirinya kurang percaya diri (Devito, 1992).

Berdasarkan tema yang diangkat dalam penelitian ini pengungkapan diri dimaknai sebagai bagaimana seseorang mengungkapkan dirinya kepada orang-orang terdekatnya apapun yang terjadidalam kesehariannya yang bersifat pribadi sehingga orang tersebut akan paham dengan apa yang dilakukannya ketika berhadapan dengan suatu masalah yang sedang dihadapi. Pengungkapan diri tersebut dapat berkembang dan meluas dengan adanya keterbukaan antara dirinya dengan orang yang di anggap benar-benar bisa memberi solusi, kenyamanan saat dia tertimpa masalah.

Peneliti memilih Selebgram sebagai subyek penelitian di karenakan saat ini Selebgram mulai menjadi suatu perbincangan hangat di seluruh indonesia. Banyak Selebgram yang bermunculan, apalagi dengan viralnya seseorang di Tiktok secara tidak langsung akan ada yang memposting ulang videonya ke *Instagram* dan tentu di *Instagram* akan langsung ramai dan viral. Dan satu hal yang perlu di tandai bahwasanya jika semakin populer karir seseorang semakin banyak pula yang mencibir akan karirnya.

Dibalik kesuksesan seorang Selebgram dalam kehidupan nyatanya terdapat banyak konflik atau perselisihan yang dihadapi dengan orang yang tidak menyukai akan kesuksesannya. Begitu pula Selebgram yang akan di bahas oleh peneliti, mereka juga memiliki masalah pribadi masing – masing. Tidak semua Selebgram

membuka permasalahannya atau konfliknya yang sudah dihadapinya kepada orang begitu saja, apalagi dengan orang yang baru di percaya. Karena itu ada sebagian dari mereka yang tidak mau mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Tidak di pungkiri juga ada Selebgram yang tidak mengungkapkan diri nya sama sekali.

Self Disclosure adalah pengungkapan diri yang di lakukan oleh seseorang kepada orang yang dianggapnya dipercaya dan dapat menjaga rahasianya. Informasi ini bisa berbagai hal, bisa dari pengalaman hidup, perasaan, emosi, pendapat dan lain lain.

Dalam penelitian ini penulis berusaha menggambarkan bagaimana *Self Disclosure* seorang Selebgram perempuan yang terlibat konflik di Tiktok. Dengan menggunakan *Self Disclosure* berarti akan mengalami perubahan sikap, dengan kata lain perasaan dan kegundahan hati yang di lakukan oleh seorang Selebgram atas permasalahan yang di hadapi akan terasa lebih tenang dan lega apabila di ungkapkan kepada teman yang di anggapnya dapat di percaya dan bisa menyimpan rahasia tersebut dengan baik. Sehingga teman terdekatnya bisa menerima dan memahami akan permasalahan yang sedang di alami oleh seorang Selebgram. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengangkat suatu penelitian dengan judul “ *Self Disclosure* Selebgram perempuan yang terlibat konflik di Tiktok”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan apa yang dipaparkan pada batasan penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana cara *Self Disclosure* Selebgram perempuan yang terlibat konflik di Tiktok ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui cara Selebgram mengungkapkan diri Selebgram perempuan ketika mendapatkan masalah di Tiktok”.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap hasil dari penelitian tentu memiliki arti, makna dan manfaat baik yang berkaitan dengan pengembangan ilmu pengetahuan maupun pengembangan ilmu praktis. Beberapa manfaat dari hasil penelitian ini antara lain :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap mahasiswa tentang ilmu pengungkapan diri (*Self Disclosure*).
2. Diharapkan dapat membantu para mahasiswa akhir yang melakukan penelitian bermetode deskriptif kualitatif khususnya untuk program studi Ilmu Komunikasi FISIB khususnya dalam kasus *Self Disclosure*.

1.4.2 Manfaat praktis

1. Bagi Kampus

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi atau sebagai referensi bagi mahasiswa akhir yang ingin melakukan penelitian khususnya tentang *Self Disclosure*.

2. Bagi peneliti lain

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan peneliti lain sebagai referensi penulisan karya ilmiah atau informasi terkait mengenai *Self Disclosure*.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti yang melakukan penelitian sejenis maupun yang lebih luas lagi.

3. Bagi pengguna media sosial

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi pandangan positif bagi para pengguna media sosial untuk tidak berkomentar negatif di postingan seseorang baik kenal maupun tidak kenal.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pandangan positif bagi pengguna media sosial agar berkonten yang berfaedah dan terus berkarya.

- c. Hasil penelitian ini di harapkan bermanfaat bagi para pengguna sosial akan pentingnya keterbukaan diri (*Self Disclosure*) kepada teman agar dapat menemukan solusi yang benar ketika mendapat masalah dan juga sebagai memperkuat relasi hubungan.

