

PEMBUKAAN DIRI SECARA *ONLINE* (*ONLINE SELF-DISCLOSURE*) REMAJA GENERASI Z

Diana Permata Sari

Dosen Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma
Alamat korespondensi: Kampus III Paingan, Maguwoharjo, Sleman, Yogyakarta
Email: *diana_permatas@usd.ac.id*

ABSTRACT

Adolescents these days enjoy online communication. This current paper examines the online self-disclosure of adolescents as Generation Z. A qualitative method was used to have complete understanding of the case. Data was obtained with the focus group discussion (FGD) method and observation on the subject's social media. This study involved six adolescents aged 17-19 years old who were engaged in social media. Results showed that most of the subjects disclose their personal information such as their name, school, family members, etc. All subjects prefer to disclose their personal thoughts and feelings to people they are comfortable with.

Keyword: online-self disclosure, generation z, communication psychology.

1. PENDAHULUAN

Pola interaksi dan komunikasi manusia pada masa sekarang ini telah berubah bentuknya. Interaksi dan komunikasi antarindividu dapat terjadi tanpa adanya tatap muka dan dalam hitungan waktu yang singkat melalui adanya media sosial. Media sosial yang populer di berbagai kalangan usia ini telah membuka peluang bagi individu untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan pihak lain secara *online* (dalam jaringan). Cara berkomunikasi secara *online* ini ternyata mampu memberikan dampak positif secara personal maupun sosial seperti misalnya meningkatkan *self-esteem* (harga diri), membentuk hubungan baru, meningkatkan kualitas pertemanan serta kemampuan eksplorasi diri secara seksual (Valkenburg & Peter, 2011).

Hampir tiap individu masa sekarang ini adalah pengguna aktif media sosial. Hasil penelitian *We Are Social* yang terbit di awal tahun 2017 menunjukkan bahwa terdapat kenaikan sekitar 482 juta pengguna media sosial di seluruh dunia. Angka tersebut meningkat sebanyak 30% dari tahun sebelumnya. Pengguna internet di Indonesia menurut survei dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) di tahun 2016 adalah 132.7 juta di mana

97,4% dari angkat tersebut merupakan pengguna aktif media sosial.

Berdasarkan penelitian Valkenburg dan Peter (2009) remaja lebih banyak melakukan komunikasi secara online dibandingkan orang dewasa. Menurut mereka terdapat alasan khusus mengenai ketertarikan remaja untuk berkomunikasi secara online. Para remaja dapat lebih melakukan kontrol pembukaan diri (*self-disclosure*) serta presentasi diri (*self-presentation*) mereka jika melakukan komunikasi secara online. Para remaja ini merasa lebih bebas dan percaya diri menunjukkan diri mereka melalui *online* dibandingkan pada situasi komunikasi dengan tatap muka langsung. *Online self-disclosure* sendiri memberi pengaruh positif bagi diri remaja seperti menjaga hubungan serta berbagi pikiran, perasaan dan pengalaman dengan teman mereka (Schouten, Valkenburg, & Peter, 2007).

Xiemen didefinisikan *Online self-disclosure* sebagai perilaku berupa komunikasi instan, mengirimkan tulisan di situs dengan tujuan menyampaikan informasi, membangun komunikasi antar pribadi atau memenuhi kebutuhan sosial di dunia maya (dalam Chen, Xie, Ping, & Wang, 2017). *Online self-disclosure* ini sebenarnya merupakan konsep yang masih sangat baru. Penelitian-penelitian

yang sudah dilakukan di luar negeri masih menggunakan *self-disclosure* sebagai pijakan dalam membahas konsep *online self-disclosure* (Chang & Heo, 2014; Mohamed Ahmed, 2015; Varnali, 2015).

DeVito (1997) menjelaskan bahwa *self-disclosure* adalah bentuk dari komunikasi secara lisan atau tertulis yang dilakukan oleh individu untuk membagikan informasi, pikiran, perasaan kepada orang lain. Flyod (2011) dalam bukunya yang berjudul *Interpersonal Communication* menyebutkan beberapa manfaat dari *self-disclosure*, antara lain meningkatkan kualitas hubungan, membangun rasa percaya kepada orang lain, melepaskan emosi negatif, memungkinkan terjadi proses timbal balik yaitu ketika individu membuka diri kepada orang lain maka orang tersebut akan juga membuka dirinya. Pada intinya, *self-disclosure* sendiri dapat memberikan gambaran akan kesehatan mental seseorang.

Keterbatasan teoritis dan praktis yang sudah dikemukakan di atas menyebabkan peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai pemaknaan subyektif remaja yang merupakan bagian dari generasi Z mengenai *online self-disclosure*.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Partisipan

Karakteristik subjek pada penelitian ini adalah: 1) Individu laki-laki atau perempuan yang lahir antara tahun 1996-2015, 2) Pengguna media sosial.

2.2 Desain

Menurut Hanurawan (2012) penelitian kualitatif adalah salah satu jenis penelitian yang mempelajari pemaknaan subjektif dari suatu obyek penelitian. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman subyektif responden mengenai topik tentang *online self-disclosure* melalui beberapa teknik pengumpulan data.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *focus group discussion* (FGD), observasi media sosial

responden serta wawancara personal melalui aplikasi Line. FGD adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui diskusi dalam kelompok. Salah satu syarat dalam FGD adalah homogenitas responden yang memahami topik yang akan dibahas. Peneliti bertugas sebagai fasilitator yang memandu proses FGD. Selama pengambilan data, peneliti dibantu oleh seorang asisten yang bertugas mencatat respon verbal dan nonverbal dari responden. Pertanyaan diskusi dalam bentuk pertanyaan terbuka yang bersifat fleksibel serta menggunakan pedoman umum untuk menjaga agar tidak ada hal-hal yang terlewatkan.

Waktu penelitian dimulai dari awal bulan September 2017 sampai dengan Januari 2018. Pengambilan data dilakukan dalam sebuah ruang kelas di Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma pada hari Rabu, 22 November 2017 pukul 13.00-15.00. Kemudian wawancara personal melalui media sosial dilakukan sebanyak dua kali setelah diskusi di dalam FGD.

Peneliti memberikan *inform consent* secara lisan kepada para subjek sebelum diskusi dilakukan. Kemudian setelah proses pengambilan data selesai, subjek mendapatkan hadiah sebagai bentuk apresiasi atas kesediaan mereka menjadi subjek dari penelitian.

2.4 Teknik Analisis

Analisis data studi kasus ini dilakukan dengan mengorganisasikan data, mereduksi data menjadi tema dan menyajikan data melalui bagan, tabel, atau pembahasan (Creswell, 2015). Data didapatkan dari beberapa sumber informasi seperti wawancara dan observasi media sosial yang dimiliki oleh para subjek. Kemudian dari data yang telah dikumpulkan tersebut dikaitkan dengan tema-tema yang didapatkan dari literatur untuk memberikan pemaknaan yang mendalam dari kasus tersebut. Kemudian tahapan terakhir, analisis kasus disajikan dalam bentuk tabel yang menyajikan sudut pandang enam subjek terhadap temuan tema-tema.

3. PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Tabel 1: Karakteristik Subjek

	Subjek I (RV)	Subjek II (DL)	Subjek III (TE)	Subjek IV (DM)	Subjek V (HR)	Subjek VI (SL)
Tahun kelahiran	1999	1999	1999	1998	1999	1997
Jenis kelamin	Laki-laki	Perempuan	Perempuan	Laki-laki	Laki-laki	Perempuan
Asal daerah	Bali	Balikpapan	Yogyakarta	Yogyakarta	Kuningan	Bogor
Aktif di media sosial (3 bulan terakhir)	Line dan Instagram	Line dan Instagram	Line dan Whatsapp	Line dan Whatsapp	Line dan Instagram	Line, Whatsapp dan Instagram
Jumlah teman di media sosial						
A. Instagram	370	604	620	535	940	199
B. Line	515	581	700	327	769	280
Status hubungan di media sosial	Teman, keluarga, kenalan baru dari hobi.	Teman, keluarga, kenalan baru dari hobi.	Teman, keluarga, kenalan dari teman dan toko <i>online</i> .	Teman dan keluarga.	Teman, keluarga, kenalan baru dari hobi.	Teman dan keluarga.
Aktivitas di media sosial	Berkomunikasi dengan keluarga/ teman, membagikan informasi, mengunggah foto/ video.	Berkomunikasi dengan teman/ keluarga, membaca berita, mengunggah foto, mencari info tentang daerah asal.	Berkomunikasi dengan teman/ keluarga, membaca berita dan melihat aktivitas teman- teman	Berkomunikasi dengan teman/ keluarga, membaca berita, melihat aktivitas teman- teman, berkomentar	Berkomunikasi dengan teman/ keluarga, mengunggah foto/ video	Berkomunikasi dengan teman/ keluarga, melihat aktivitas teman- teman

Tabel 2: Dinamika Kategori *Self-Disclosure*

	Subjek I (RV)	Subjek II (DL)	Subjek III (TE)	Subjek IV (DM)	Subjek V (HR)	Subjek VI (SL)
Informasi personal	Informasi umum yang ditampilkan adalah nama, foto diri dan keluarga, nama sekolah dan hobi.	Informasi umum yang ditampilkan adalah nama dan hobi.	Informasi umum yang ditampilkan adalah nama, foto diri, tanggal lahir, nama sekolah, agama, alamat email.	Informasi umum yang ditampilkan adalah foto diri dan keluarga, tanggal lahir, nama	Informasi umum yang ditampilkan adalah nama, foto diri, keluarga, hobi	Informasi umum yang ditampilkan adalah nama, foto diri, tanggal lahir
Pengalaman	Pengalaman berkunjung ke suatu tempat untuk pertama kali juga aktivitas bersama teman dan keluarga.	Pengalaman berkunjung ke suatu tempat dan melakukan kegiatan untuk pertama kali.	Kegiatan yang dilakukan bersama orang terdekat seperti teman dan keluarga.	Kegiatan yang sedang atau pernah dilakukan.	Kegiatan yang sedang dilakukan secara individual ataupun grup. Pengalaman menyenangkan juga dibagikan di media sosial.	Tidak pernah membagikan pengalaman pribadi.
Pikiran	Menyatakan pikiran hanya saat bersama dengan orang terdekat di dalam grup. Mengunggah status dalam kalimat singkat.	Menyatakan pikiran ketika ada yang beropini dengan ditambahi opini pribadi. Mengunggah status dalam kalimat singkat.	Menyatakan pikiran ketika ada yang beropini tanpa ditambahi dengan ini pribadi. Mengunggah status dalam kalimat singkat.	Mengunggah status dalam kalimat singkat.	Menyatakan pikiran secara langsung melalui kolom komentar. Mengunggah status dalam kalimat singkat.	Menyatakan pikiran hanya saat bersama orang terdekat di dalam grup. Tidak pernah mengunggah status dalam kalimat singkat.

Tabel 2: Lanjutan

	Subjek I (RV)	Subjek II (DL)	Subjek III (TE)	Subjek IV (DM)	Subjek V (HR)	Subjek VI (SL)
Perasaan	Penyampaian perasaan melalui <i>sticker</i> , kutipan dan lirik lagu yang diunggah di status.	Penyampaian perasaan melalui <i>meme</i> , <i>sticker</i> dan kutipan. juga melalui video beserta cerita lengkapnya	Penyampaian perasaan melalui kalimat singkat, <i>sticker</i> serta kutipan.	Penyampaian perasaan melalui <i>sticker</i> , kutipan yang merupakan hasil karya orang lain.	Penyampaian perasaan melalui <i>sticker</i> serta kutipan yang dibuat sendiri.	Penyampaian perasaan melalui <i>sticker</i> , kutipan yang diambil dari internet.

3.2 Analisis

Hasil lain dari penelitian Tirto visual report di tahun 2017 menunjukkan bahwa lebih dari setengah responden mereka yang jumlahnya 1201 dan berada pada rentang usia 7-21 tahun di pulau Jawa dan Bali melaporkan bahwa mereka aktif menggunakan media sosial Instagram yang disusul oleh media sosial Line. Hanya 23,7 % responden mengaku secara aktif membuka Facebook dan 11,7 % responden adalah pengguna aktif Whatsapp.

Respon subjek penelitian ini pun tidak jauh berbeda dengan hasil penelitian di atas. Berikut adalah kutipan jawaban dari subjek penelitian:

“Media sosial yang saya gunakan.. Pertama itu Instagram terus Line terus Whatsapp terus Twitter masih aktif, Facebook masih aktif. Tiga bulan ini Saya paling aktif membuka Line sama Whatsapp” (Subjek IV)

“Saya makainya *Line*, Whatsapp, Instagram, Facebook jarang-jarang udah. Tiga bulan ini yang paling sering itu Line sama Whatsapp.” (Subjek III)

“Sama! Hmm.. Line, Whatsapp, Instagram, Facebook jarang, Twitter. Yang paling aktif saya buka itu Line sama Instagram.” (Subjek II)

“Aku punya Line, Whatsapp, Instagram sama Twitter. Tiga bulan ini yang paling aktif itu Line, Whatsapp sama Instagram. (Subjek VI)

“Kalau aku Line, Whatsapp, Instagram sama Facebook. Aku yang paling aktif itu Line sama Instagram.” (Subjek I)

“Instagram, Line, Whatsapp, Facebook jarang-jarang, sama 500px. Paling aktif Instagram dan Line.” (Subjek V)

Media sosial bagi kalangan remaja generasi Z dapat dianggap sebagai suatu kebutuhan mendasar yang harus terpenuhi. Melalui media sosial, para penggunanya dapat melakukan beberapa aktivitas. Aktivitas yang dilakukan oleh para subjek penelitian dengan menggunakan media sosial antara lain berkomunikasi dengan teman dan keluarga, memantau aktivitas teman-teman, menunggah video/foto serta mengakses berita.

Aktivitas mengakses berita tidak lagi dilakukan melalui media televisi ataupun media cetak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Tirto visual report di tahun 2017 yang menyatakan bahwa sebanyak 32 % dari responden mengakses berita melalui media sosial mereka. Hanya 14,01 % responden masih menggunakan media televisi untuk mendapatkan berita.

Menurut Chelune (dalam Barak & Gluck-Ofri, 2007) konsep *self-disclosure* secara umum menyangkut tiga aspek yang orang perlihatkan tentang diri mereka kepada orang lain yaitu informasi (berupa fakta) dan pengalaman pribadi, pikiran, dan perasaan. Analisis *online self-disclosure* pada penelitian ini menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Chelune di atas.

3.2.1 Informasi dan Pengalaman Pribadi

Informasi dan pengalaman sifatnya pribadi yang disampaikan individu melalui *online* berbeda dengan *offline*. Informasi yang dimaksud dalam *online self-disclosure* menurut Barak dan Gluck-Ofri (2007) pernyataan-pernyataan berupa informasi tentang pemilik akun seperti karakteristik fisik, usia, pekerjaan, hobi, kesukaan, dan deskripsi tentang anggota keluarga. Termasuk informasi ini adalah

pengalaman yang dibagikan oleh individu melalui media sosial yang mereka miliki.

Karakteristik fisik diungkap oleh para subjek melalui foto yang dipasang sebagai foto profil akun mereka serta foto-foto diri yang mereka unggah di media sosial. Melalui foto profil dari akun Instagram yang dimiliki oleh para subjek terlihat bahwa subjek I dan II memasang foto yang bukan diri mereka. Subjek III, IV, V memasang foto diri yang secara jelas memperlihatkan karakteristik fisik mereka. Subjek IV sebenarnya juga memasang foto dirinya tetapi pada foto tersebut tidak terlihat jelas karakteristik fisiknya.

Lalu jika dilihat lebih dalam, subjek I, III, IV dan V mengunggah sebagian besar foto yang berisi foto-foto diri bersama teman dan keluarga mereka di dalam akun Instagram. Sedangkan Sebagian besar foto yang diunggah oleh subjek II dan VII adalah objek-objek yang mereka anggap menarik seperti pemandangan alam, jalan, sepatu, bunga, dan lain sebagainya.

Selain mengunggah foto, para subjek melakukan aktivitas lain di akun Instagram mereka seperti mengunggah video secara langsung. Video yang diunggah oleh para subjek biasanya diisi oleh aktivitas yang sedang mereka lakukan serta pengalaman berkunjung ke suatu tempat untuk pertama kalinya.

Informasi pribadi yang ditampilkan oleh para subjek melalui media sosial yaitu tanggal lahir, tempat kuliah serta semacam kutipan yang berkesan untuk mereka untuk memotivasi diri atau menggambarkan diri mereka seperti berikut ini:

"Pray, study, eat, play" (Subjek III)

"Corgito Ergo Sum" (Subjek V)

"Pluviophile" (Subjek VI)

"Drawing my life" (Subjek I)

"Amor Omnia Vincit. Masih ada harapan ketika aku mau belajar" (Subjek IV)

3.2.2 Pikiran

Penyampaian pikiran dalam konsep *self-disclosure* adalah pernyataan-pernyataan berupa ide secara umum, pendapat pribadi tentang peristiwa

yang terjadi di masa lampau atau yang akan datang serta opini tentang diri (Barak & Gluck-Ofri, 2007)

Penyampaian pikiran melalui media sosial dapat dilihat dari status yang mereka unggah di halaman akun mereka serta komentar yang mereka berikan kepada orang lain. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Line, Twitter tidak hanya kolom komentar (*comment*) bagi para penggunanya tetapi mereka menyediakan tombol suka (*like*) agar mereka dapat memberi respon terhadap foto, informasi, cerita yang diunggah oleh orang lain.

Keseluruhan subjek mengaku jika mereka mendapatkan informasi berupa cerita inspiratif, video ataupun foto melalui media sosial Line, mereka tidak langsung merespon dengan mengomentasi hal tersebut tetapi mereka membawa informasi atau berita tersebut di dalam grup *chat* di Line atau Whatsapp. Subjek I, II dan VI akan memberikan opini atau pendapat mereka bersama dengan orang-orang yang sudah mereka kenal dekat seperti misalnya dalam grup *chat* kelas. Sedangkan Subjek III dan VI mengaku jika mereka hanya meneruskan informasi yang mereka dapatkan ke grup chat tanpa mereka memberikan pendapatnya atau pikirannya terhadap informasi tersebut.

Subjek V menambahkan jika Ia beberapa kali pernah menyampaikan pikirannya secara langsung pada informasi yang didapatkan dari orang lain dengan cara menambahkan tombol suka dan memberikan komentar. Komentar yang diberikan oleh Subjek V pun menurutnya memiliki maksud terselubung seperti menawarkan pikiran yang berbeda dari komentar lain yang sudah ada di sana lalu membuat pembacanya berpikir dan memberikan respon terhadap komentarnya.

3.2.3 Perasaan

Menurut Barack dan Gluck- Ofri (2007) terdapat dua kategori perasaan yang dapat dibagikan seseorang kepada orang lain, yaitu perasaan yang mendalam seperti depresi, cemas, ketakutandan perasaan yang ringan seperti frustrasi.

Para subjek penelitian menggunakan gambar *temple (sticker)* serta kutipan (*quote*) untuk mengekspresikan perasaan mereka pada media sosial Line. Menurut mereka, sticker sudah cukup mewakili perasaan mereka yang sedang mereka alami serta penggunaan sticker dapat membuat suasana menjadi cair/rileks.

“Kadang kita biasa aja dikira marah, Saya mengatasinya dengan sticker yang mempresentasikan keceriaan untuk menghilangkan kesan negatif.” (Subjek V)

“Sticker dapat menggambarkan perasaan secara gamblang.” (Subjek I)

Selain menggunakan sticker, para subjek juga menggunakan kutipan untuk memperlihatkan perasaan mereka kepada orang lain. Sebagian besar kutipan yang mereka gunakan berasal dari orang lain, serta syair lagu. Berikut adalah contoh ungkapan perasaan yang disampaikan pada akun Line para subjek:

“The most damaged people are the wisest”-? (Subjek V)

“And in the end is not the years in your life that count. It’s the life in your years – Abraham Lincoln.” (Subjek III)

“God is our refuge and strength, an ever-present help in trouble.” – Psalm 46:1 (Subjek II)

Menurut subjek I, sebagai laki-laki jarang mengungkapkan perasaan di media sosial terutama perasaan yang bernada negatif seperti keluhan.

Para subjek mengaku jika mereka lebih nyaman untuk membagi permasalahan yang mereka

miliki kepada orang-orang yang mereka anggap dekat melalui grup *chat* atau mengirim pesan secara personal kepada pihak lain. Hanya subjek III yang masih secara rutin menceritakan permasalahan yang dimiliki kepada anggota keluarganya melalui media sosial.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat *online self-disclosure* yang dilakukan oleh remaja. Berdasarkan uraian analisis di atas dapat disimpulkan bahwa pada empat dari enam subjek memiliki keterbukaan untuk membagi informasi serta pengalaman mereka di media sosial. Sedangkan keterbukaan untuk membagi opini serta perasaan terhadap sesuatu tidak disampaikan oleh para subjek di media sosial mereka.

Para subjek merasa lebih nyaman mengemukakan pendapatnya pada orang-orang yang sudah dianggap dekat. Selanjutnya, Subjek laki-laki menganggap tidak perlu mengungkapkan perasaan yang menunjukkan bahwa mereka lemah. Perasaan senang atau sedih ditampilkan oleh para subjek melalui kutipan yang mereka ambil dari syair lagu atau dibuat oleh orang lain serta melalui *sticker*.

Secara teoritis, peneliti selanjutnya dapat membuat alat ukur *online self-disclosure* mengingat konsep ini masih berpijak pada konsep dasar pembukaan diri serta melihat faktor-faktor yang mempengaruhi pembukaan diri seperti jenis kelamin, budaya dan karakter individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Barak, A., & Gluck-Ofri, O. 2007. “Degree and Reciprocity of Self-Disclosure in Online Forums”. *CyberPsychology & Behavior*. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9938>
- Chang, C. W., & Heo, J. 2014. “Visiting Theories that Predict College Students’ Self-Disclosure on Facebook”. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.059>
- Chen, W., Xie, X. C., Ping, F., & Wang, M. Z. 2017. “Personality Differences in Online and Offline Self-disclosure Preference among Adolescents: A Person-oriented Approach”. *Personality and Individual Differences*. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.09.048>
- Mohamed Ahmed, A. A.-A. 2015. “Sharing is Caring”: Online Self-disclosure, Offline Social Support, and Social Network Site Usage in the UAE”. *Contemporary Review of the Middle East*. <https://doi.org/10.1177/2347798915601574>
- Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. 2007. “Precursors and Underlying Processes of Adolescents’ Online Self-disclosure: Developing and Testing an “Internet-

- Attribute-perception” Model”. *Media Psychology*. <https://doi.org/10.1080/15213260701375686>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. 2011. “Online Communication among Adolescents: An Integrated Model of its Attraction, Opportunities, and Risks”. *Journal of Adolescent Health*. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Valkenburg, P. M. 2009. “Social Consequences of the Internet for Adolescents: A Decade of Research Social Consequences of the Internet for Adolescents”. *Current Directions in Psychological Science*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x>
- Varnali, K. 2015. “Self-disclosure on Social Networking Sites”. *Social Behavior and Personality*. <https://doi.org/10.2224/sbp.2015.43.1.1>