

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manusia terlahir sebagai makhluk sosial dimana ia membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi dengan orang lain di lingkungan sekitarnya. Novianti (2019) kegiatan komunikasi merupakan kegiatan sehari-hari yang paling banyak dilakukan manusia sebagai makhluk sosial, sebagian besar waktu yang dimiliki manusia digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Menurut Devito (2011) ada 4 tujuan dari komunikasi yaitu yang pertama menemuka, berkomunikasi dengan orang lain kita bisa mengenali diri sendiri dan juga orang lain. Kedua, komunikasi dapat membina dan memelihara hubungan dengan orang lain. Ketiga, meyakinkan diri kita agar dapat merubah sikap dan perilaku kita. Terakhir, komunikasi adalah untuk bermain dan menghibur diri.

Dahulu masyarakat melakukan aktivitas dan komunikasi dengan orang lain menggunakan komunikasi tatap muka atau *face to face communication* tetapi era digital menawarkan internet yang hadir sebagai produk teknologi yang banyak banyak digunakan dan dimanfaatkan masyarakat saat ini. Bayquni, Sandy, Kurniasih, & Anwar (2015) mengungkapkan bahwa teknologi komunikasi dan informasi yang ada saat ini berbentuk struktur kelembagaan dan nilai-nilai sosial yang memungkinkan untuk terjadinya persamaan persepsi dan atau tindakan.

Internet sebagai bentuk komunikasi visual instan tentang di mana kita berada, apa yang kita lakukan, apa yang kita pikirkan, dan siapa yang kita pikir melihat kita, serta ingin berbagi momen atau kegiatan bersama teman-teman atau lainnya (dalam mulawarkan & nurfitri, 2017). Tidak hanya itu, orang yang menggunakan internet dapat berbagi motivasi agar dapat merubah orang menjadi pribadi yang lebih positif atau hanya sekedar menyatakan kalau hal tersebut salah

atau benar, dan internet saat ini pun dapat menjadi alat untuk menghibur diri karena internet menawarkan beberapa fitur yang dapat menampilkan hiburan.

Media Marketeers (Triwijanarko, 2018) menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 lalu mencapai angka 143,26 juta pengguna dari 262 juta penduduk Indonesia, sedangkan pengguna internet pada tahun 2016 sekitar 132,7 juta pengguna, penggunaan internet mengalami kenaikan yang tidak terlalu signifikan, data menunjukkan bahwa sudah ada 54,68% masyarakat Indonesia yang terkoneksi langsung dengan jaringan internet. Mayoritas pengguna internet di Indonesia berada di pulau Jawa dengan presentase (58,08%), Sumatera (19,09%), Kalimantan (7,97%), Sulawesi (6,73%), Bali-Nusa (5,63%) dan Maluku-Papua (2,49%) (Nabila, 2017).

Kemudahan demi kemudahan ditawarkan oleh internet, untuk dapat memberi atau mendapatkan informasi. Kehadiran internet di era ini dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dari interaksi sosial sebelumnya. Kemunculan internet dapat menghubungkan antar manusia di berbagai Negara maupun wilayah. Interaksi mereka tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia baik jasmani maupun rohani, salah satunya kebutuhan akan informasi. (Alyusi, 2016)

Perkembangan pesat yang terjadi pada pengguna internet didukung oleh fitur-fitur yang ditawarkan oleh internet, salah satu fiturnya adalah media sosial. Media sosial juga menawarkan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi, berinteraksi dan mencari informasi. Media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia *virtual*. Muncul dan berkembangnya internet membawa cara komunikasi baru di masyarakat. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini, Bahkan media sosial mampu meniadakan status sosial yang sering kali sebagai penghambat komunikasi dengan hadirnya media sosial (Watie, 2011). Media sosial yang saat ini banyak digandrungi oleh individu-individu seperti Twitter, Facebook, Instagram, maupun WhatsApp dan media sosial lainnya. Dengan ini orang-orang dapat berinteraksi dan

bertukar informasi. Media sosial menjadikan individu tetap dapat berkomunikasi dengan teman maupun keluarganya, atau bahkan hanya sekedar memberikan informasi mengenai aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Tidak hanya berbagi informasi, media sosial juga menawarkan informasi-informasi terkini yang mungkin saat ini kita butuhkan.

Mardiyah (2019) menyatakan data bahwa 150 juta jiwa atau 56% dari total populasi masyarakat Indonesia menggunakan media sosial secara aktif. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh *Hootsuite dan We Are Social* tentang pengguna media sosial di Indonesia, yang menentukan bahwa pengguna Youtube 88 % dari total populasi masyarakat di Indonesia, pengguna WhatsApp sebanyak 83%, Facebook dengan pengguna 81% dan Instagram dengan pengguna sebanyak 80 % dari total populasi masyarakat di Indonesia. Sedangkan study pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswi Universitas Bhayangkara Jaya yang dilakukan pada 60 mahasiswa, yang menemukan bahwa 100% mahasiswa menggunakan media sosial. Sedangkan terdapat tiga sosial media yang digunakan oleh mahasiswa yaitu Instagram (93,33%), Twitter (35%) dan Facebook (6,67%).

Johana, Lestari dan Fauziah (2020) menyatakan bahwa Instagram termasuk media sosial yang digemari. Pada bulan agustus 2016 instagram membuat inovasi terbaru, yaitu menciptakan fitur instagram story. Instagram story merupakan sebuah fitur yang memungkinkan pengguna dapat membagikan aktifitas sehari-harinya baik berupa foto maupun video singkat. Banyak dari mereka menggunakan instagram story sebagai wadah untuk mengekspresikan dirinya dan menjadi tempat untuk mereka mengungkapkan apa yang mereka rasakan dan mereka alami. Dilansir dari Media Tempo.co (Riana, 2016) menyatakan bahwa hasil survey pada tahun 2016 yang dilakukan oleh perusahaan research market dunia yaitu TNS (Taylor Nelson Sofres) menyatakan bahwa pengguna Instagram di Indonesia paling banyak digunakan oleh jenis kelamin wanita sekitar 63% berbanding jauh dengan jumlah pria sebanyak 37 %. Tamimy (2017) menyatakan bahwa Intensitas pengguna media sosial dikategorikan menjadi 3 bagian diantaranya intensitas rendah atau

sementara ( dibawah 3 jam sehari), intensitas sedang (3-7 jam sehari) dan intensitas tinggi atau lama ( lebih dari 7 jam sehari). sedangkan menurut study pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa 68,33 % mahasiswa menyatakan sering dalam menggunakan media sosial.

Media sosial digunakan untuk mengungkapkan pendapat, perasaan, cita-citanya dan sebagainya sebagai bentuk pengungkapan diri. Pengungkapan diri yang dilakukan oleh seseorang dapat meningkatkan dan memperkuat suatu hubungan. Namun, Pengguna media sosial tidak selamanya dianggap baik, karena dapat menimbulkan masalah seperti penyebaran informasi diri secara berlebihan bahkan pada orang yang tidak dikenal sekalipun sehingga dapat mempermudah pihak-pihak yang memiliki maksud yang tidak baik (Fauziah, Masliha dan Ihsan, 2019). Adapun menurut Nasrullah (dalam Sagiyanto & Ardiyanti, 2018) munculnya budaya berbagi dan pengungkapan diri (*self disclosure*) di dunia maya merupakan dampak dari media sosial. Budaya ini muncul karena media sosial yang memungkinkan siapa pun bisa mengunggah apa pun. Pengungkapan itu menjadi suatu budaya yang pada akhirnya mengaburkan batas-batas antara ruang pribadi dan ruang publik. Pengungkapan diri melalui media sosial ini pada umumnya dilakukan dalam bentuk status, foto/video, *chatting*, komentar, dan lain-lain terkait kejadian yang dialami dan perasaan yang sedang dirasakan agar diketahui oleh sesama pengguna akun media sosial (Arifiani, dalam Sagiyanto & Ardiyanti, 2018).

Menurut Devito (2011) pengungkapan diri adalah informasi mengenai diri sendiri, tentang pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang, atau tentang orang lain yang sangat dekat yang sangat dipikirkan. Media sosial membantu seseorang melakukan komunikasi dengan cara mengungkapkan informasi mengenai dirinya di media sosial bisa berupa perasaan, pendapat atau bahkan informasi pribadi yang dibagikan di platform nya. Sedangkan menurut Lumsden (dalam Mailoor, Senduk, & londa 2017) pengungkapan diri dapat membantu seseorang berkomunikasi dengan orang lain, meningkatkan kepercayaan diri serta hubungan menjadi lebih akrab. Selain itu, pengungkapan diri dapat melepaskan perasaan bersalah dan cemas. Maka

hal-hal tersebutlah yang pada akhirnya dapat mendorong seseorang untuk melakukan pengungkapan diri untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pribadinya dalam berinteraksi.

Seiring dengan berjalannya waktu pengungkapan diri yang biasanya dilakukan dengan bertatap muka, saat ini sudah bertransformasi untuk cenderung dilakukan di media sosial. Kenyataannya pengungkapan diri yang dilakukan saat ini berbeda antara pengungkapan diri di kehidupan nyata dengan pengungkapan diri yang dilakukan di media sosial khususnya instagram (dalam Fauziah, Masliha dan Ihsan, 2019). Dari hasil jajak pendapat sebuah televisi swasta Amerika Serikat menyatakan bahwa 50% dari 2000 orang menyatakan setuju jika media sosial dijadikan sebagai tempat untuk mengeluarkan unek-unek terutama hal bersifat negatif. Lebih lanjut lagi, sebanyak 52%, tujuan seseorang curhat di jejaring sosial untuk mendapatkan simpati dari orang lain, sedangkan 30% ingin meluapkan kemarahannya, bisa karena dendam, iri ataupun cemburu (Fauziah, Muslihah, & Ihsan 2019). Kemudian menurut survey yang dilakukan oleh peneliti yang menjelaskan bahwa mahasiswa yang menggunakan media sosial menyatakan bahwa mereka menggunakan media sosial bertujuan untuk mencari dan mendapatkan informasi, berbagi aktivitas di Instagram story (Instastory) berupa foto atau video singkat, serta berinteraksi dan melakukan komunikasi baik pada keluarga, teman, atau bahkan pada orang yang belum ia kenal sebelumnya.

Kenyataannya pengungkapan diri yang berlebihan di media sosial dapat menimbulkan berbagai masalah yang terjadi dalam masyarakat, Safinatunnajah & Amalia (2019) mengatakan bahwa pengungkapan emosi di jejaring sosial menjadi suatu hal yang umum terjadi bagi setiap pengguna. Tidak hanya keadaan yang menyenangkan tetapi juga kekesalan atau emosi negatif yang dialami, menjadi suatu hal yang umum bagi setiap pengguna untuk mengutarakannya di media sosial. Pengungkapan diri dan budaya berbagi secara berlebihan inilah yang kerap menimbulkan berbagai masalah yang terjadi di masyarakat seperti yang kita ketahui sering kali terjadi tindakan kriminal maupun kecelakaan yang terjadi bermula dari

media sosial. Diberitakan di Media Kompas (Ikhsan,2019) bahwa 2 pemuda di Bogor saling ejek di media sosial dan berakhir dengan dengan pembacokan. Media detik.com (Kami,2017) memberitakan bahwa anak perempuan asal California, meninggal dunia saat kakanya melakukan *live* Instagram sambil menyetir mobil dan kakanya tetap melakukan *live* Instagram saat menolong adiknya. Seharusnya dalam menggunakan media sosial individu harus bisa bersikap bijak, dengan memilah milih apa yang harus di perlihatkan kepada pengguna media sosial yang lain. Selain bersikap bijak individu juga harus memperhatikan norma yang ada dalam masyarakat. Sehingga dalam postingan atau aktivitas yang diposting, tidak menyakiti hati orang lain/ merugikan orang lain dan tidak juga melanggar norma yang ada dalam lingkungan disekitarnya.

Menurut Devito (2011) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri yaitu besarnya kelompok yang dimiliki individu, perasaan menyukai, adanya efek diadik dimana kita melakukan pengungkapan diri jika orang yang bersama kita juga melakukannya, adanya kompetensi, kepribadian extrovert, topik yang menarik dan jenis kelamin.

Widiyantari dan Herdiyanto (2013) menyatakan bahwa penggolongan tipe kepribadian dapat menggambarkan pola komunikasi dan interaksi sosial pada setiap individu. Salah satu tipe kepribadian adalah kepribadian *extraversion*, kepribadian *extraversion* adalah kepribadian berdasarkan sifat yang penuh perhatian, mudah bergaul, aktif, berbicara, menyukai kelucuan, aktif dan bersemangat (Alwison, dalam sari, indriana, ariati, 2012). Menurut Devito kepribadian *extraversion* memiliki pengaruh pada pengungkapan diri mahasiswa, tentu ini dapat terjadi karena seseorang yang cenderung memiliki kepribadian *extraversion* akan nyaman mengungkapkan berbagai hal baik interpersonal maupun personal pada media sosial. (Seidman dalam fauziah, muslihah, ihsan, 2009). Adapun menurut Jung (Widiyantari dan Herdiyanto, 2013) individu dengan tipe kepribadian *ekstraversion* mempunyai karakteristik lebih ekspresif dalam menyampaikan setiap emosi yang dirasakannya, sehingga hal tersebut membuat orang dengan tipe kepribadian *ekstraversion* akan lebih mudah

untuk mengekspresikan setiap emosi yang dirasakan dengan cara senantiasa menjalin komunikasi secara rutin serta memiliki sifat terbuka, individu dengan tipe kepribadian *extraversion* tidak mempersalahkan untuk menyampaikan segala hal, perasaan dan emosi yang dirasakannya melalui berbagai media, salah satunya yaitu media sosial.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Correa menjelaskan bahwa kepribadian *extraversion* memiliki hubungan positif dengan pengguna media sosial, karena kebanyakan orang dengan kepribadian ekstraversi ini mempunyai banyak teman di media sosial dan lebih mungkin mengunggah kegiatannya dalam sebuah status di media sosial (Adnan dan Hidayati, 2018).

Dilihat dari fenomena di atas media sosial saat ini dapat memberikan fitur-fitur yang memungkinkan seseorang dapat menjalin relasi pertemanan dan komunikasi tanpa dibatasi oleh jarak, sehingga media sosial dapat memfasilitasi seseorang untuk tetap menjalin komunikasi. Mahasiswa menggunakan media sosial dengan rentan waktu 3-7 jam yang dapat dikategorikan sering, media sosial yang banyak digunakan di kalangan mahasiswa adalah media sosial instagram. Menurut hasil survey, mahasiswa menggunakan media sosial untuk menjalin komunikasi virtual pada orang disekitarnya, mencari dan mendapatkan informasi, dan berbagai aktivitas berupa post foto dan instastory. Berdasarkan tujuan tersebut, mahasiswa sering kali melakukan pengungkapan diri hanya untuk sekedar membagikan aktivitas yang sedang dia lakukan. Tidak semua orang dapat melakukan pengungkapan diri di media sosial yang mereka miliki. Pengungkapan diri yang sering dilakukan oleh individu di media sosial biasanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kepribadian yang *Extraversion*. Menurut Moore (dalam Fauziah dan Ihsan, 2019) kepribadian *extraversion* memiliki hubungan positif dengan penggunaan jejaring sosial, karena orang dengan kepribadian ini memiliki banyak teman di media sosialnya serta lebih mungkin membuat postingan tentang kegiatan yang dilakukannya dalam sebuah status di media sosialnya. Temuan ini menunjukkan bahwa *extraversion* terkait dengan pengungkapan pribadi seseorang seperti mengungkapkan aktivitas saat ini, pemikiran tentang minat mereka.

Berdasarkan dari fenomena yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui keterkaitan antara kepribadian extraversion dengan pengungkapan diri pengguna instagram pada mahasiswi Universitas Bhayangkara Jaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan dalam latar belakang tersebut, maka masalah dalam penelitian yang diangkat yaitu : Apakah terdapat hubungan antara kepribadian Extraversion dengan pengungkapan diri pengguna instagram pada mahasiswi Universitas Bhayangkara Jaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepribadian extraversion dengan pengungkapan diri pengguna instagram pada mahasiswi Universitas Bhayangkara Jaya.

## **1.4 Manfaat penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Psikologi khususnya Psikologi sosial.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini ditujukan kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini, sebagai berikut :

- a. Bagi Mahasiswa, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pengungkapan diri di media sosial
- b. Bagi penelitian lain, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan tambahan bahan kajian bagi peneliti selanjutnya dengan permasalahan yang sama.

## **1.5 Keaslian Penelitian**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzia, Muslihah & Ihsan (2019) dengan judul “Pengaruh tipe kepribadian terhadap *self disclosure* pada dewasa awal

pengguna media sosial instagram di kota Bandung”. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dimensi kepribadian *extraversion* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial instagram. Tipe kepribadian *extraversion* memiliki pengaruh yang sedikit terhadap kemampuan individu untuk melakukan self disclosure yaitu sebesar 4,1 %. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan variabel kepribadian yang spesifik yaitu kepribadian *extraversion* dengan subjek mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jaya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sartana & Afriyeni (2019) dengan judul “ Tipe kepribadian dan intensi berbagi informasi di media sosial”. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepribadian *extraversion* dengan intensitas berbagi informasi di media sosial. Kedua variabel tersebut berhubungan positif secara signifikan ( $p=0,000$ ;  $r=0,354$ ). Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah, peneliti akan menggunakan variabel tipe kepribadian yang lebih spesifik seperti kepribadian *extraversion* dengan self disclosure.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Justify (2016) dengan judul “Hubungan antara kepribadian extrovert dengan kemampuan *self disclosure* melalui media sosial pada remaja”. Hasil dari penelitian ini menyatakan adanya hubungan antara kepribadian ekstrovert dengan kemampuan self disclosure melalui sosial media pada remaja. Semakin seseorang memiliki kepribadian ekstrovert yang tinggi maka kemampuan *self disclosure* yang dimilikinya juga semakin tinggi, begitu juga sebaliknya. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah subjek, penelitian selanjutnya akan menggunakan subjek mahasiswa yang di Universitas Bhayangkara Jaya.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Pamuncak (2011) dengan judul “pengaruh tipe kepribadian terhadap *self disclosure* pengguna facebook”. Didapatkan signifikansi sebesar  $0.004 < 0.05$ ,  $\chi^2$  maka hipotesis nihil yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh tipe kepribadian terhadap self disclosure pengguna

facebook ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan seseorang yang mempunyai kecenderungan ekstrovert atau kecenderungan introvert dengan self disclosure pengguna facebook. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan tipe kepribadian terhadap self disclosure pengguna facebook. Perbedaan penelitian ini berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti ingin meneliti tipe kepribadian yang lebih spesifik yaitu kepribadian extraversion. Peneliti juga tidak hanya meneliti pengguna facebook tetapi peneliti ingin meneliti mahasiswa pengguna media sosial di Universitas Bhayangkara Jaya

5. Peneliti yang dilakukan oleh Adnan, Hidayati (2018) dengan judul “*Self disclosure* ditinjau dari tipe kepribadian dan *self-esteem* pada remaja pengguna media sosial” hasil penelitian menyatakan bahwa tipe kepribadian memiliki pengaruh signifikan terhadap *self-disclosure* dengan nilai signifikansi 0,031. Hal ini berarti dalam penelitian ini terbukti menyatakan terdapat pengaruh antara tipe kepribadian terhadap *self-disclosure*. Presentase pengaruh kepribadian terhadap *self disclosure* sebesar 1,5%, dilihat dari nilai rata-rata skor menyatakan bahwa perbedaan nilai dari kepribadian extrovert dan introvert tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang ingin dilakukan selanjutnya, yang membedakan adalah penelitian selanjutnya akan menggunakan tipe kepribadian yang lebih spesifik seperti kepribadian *extraversion*, dan peneliti akan menggunakan subjek mahasiswa Universitas Bhayangkara Jaya.
6. Peneliti yang dilakukan oleh Anjani dan Gatari (2019) dengan judul “Hubungan *openness* dan *conscientiousness* terhadap perilaku kerja inovatif : peran moderasi dalam masa kerja pada perusahaan Startup”. Penelitian ini menggunakan alat ukur *The BigFive Personality Inventory (BFI)* yang telah di terjemahkan dan diteliti oleh (Jhon dalam Ramdhani,2012). Penelitian ini dijadikan rujukan penggunaan skala oleh peneliti