

Self Disclosure Generasi Z Melalui Media Sosial X (Twitter)

Oleh:

Viola Rizqika Putri Handoko

Ainur Rochmaniah

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2024

Pendahuluan

- Self Disclosure merupakan bentuk komunikasi interpersonal yang digunakan untuk menyuarakan informasi yang bersifat pribadi
- Penelitian ini fokus pada media sosial X (Twitter) karena jumlah penggunaanya di Indonesia mencapai 24,69 juta di Indonesia dan 11,1% penggunaanya berusia 18 – 24 tahun (Masuk ke dalam kategori Generasi Z)
- Penelitian ini menggunakan 3 teori yakni teori 5 fungsi self disclosure milik Derlega dan Grezlak, Teori Johari Window, dan Teori Uses and Gratifications milik Wilbur Scharmm.

Rumusan Masalah

- Apakah tweet informan dapat dikelompokkan ke dalam 5 fungsi self disclosure milik Derlega Grezlak ?
- Bagaimana pengelompokkan Informan Generasi Z ke dalam Teori 4 area milik Johari Window?
- Apakah teori uses and gratifications memiliki keterkaitan pada pemenuhan kebutuhan Generasi Z menyalurkan self disclosure melalui media sosial X (Twitter)?

Metode

- Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui pengamatan tweet dari tujuh akun X (Twitter) Informan.
- Penelitian ini menggunakan Teknik analisis data milik Miles & Huberman yang terdiri dari 3 alur yakni reduksi data, penyajian data, dan Kesimpulan.
- Penelitian ini menggunakan Triangulasi teori atau penjelasan banding melibatkan pemeriksaan temuan dengan membandingkan sumber, metode, dan teori yang berbeda.

Hasil & Pembahasan

Seluruh Tweet yang diunggah oleh informan selama rentang waktu penelitian dapat dikelompokkan ke dalam **lima fungsi Self Disclosure milik Derlega dan Grezlak**. Namun fungsi yang paling menonjol adalah fungsi ekspresi, hal ini menunjukkan bahwasannya Penggunaan media sosial X (Twitter) sebagai penyampaian fungsi ekspresi self disclosure milik Derlega & Grezlak memang terjadi pada generasi z, tumbuh bersama perkembangan teknologi menjadikan mereka mudah mengekspresikan dan mengungkapkan isi pikiran serta perasaannya melalui tulisan di media sosial X.

Hasil & Pembahasan

Informan dibagi ke dalam **4 area sesuai teori Johari Window**

- Open area : Generasi Z yang sangat terbuka membagikan pikiran dan perasannya dapat dikategorikan ke dalam open area. Informan *@caramellsnoe* masuk ke dalam area ini karena keterbukaannya membagikan informasi di X (Twitter)
- Blind area : Area ini memungkinkan orang lain memahami kelemahan atau kebiasaan yang tidak disadari. Informan *@starfallsdown* masuk ke dalam area ini karena melakukan retweet yang membuat orang lain memahami perasaannya.

Hasil & Pembahasan

- Hidden area : Tidak semua generasi Z terbuka untuk membagikan informasi pribadinya melalui media sosial X (Twitter). Informan @98jwrlid, @BeMywinter_0101, @wiuninuninu, @maxiiyee, dan @hamprincesss tergolong ke dalam area ini karena tidak sering membagikan informasi pribadi sehingga sulit diketahui apakah terdapat informasi yang masih disembunyikan.
- Unknown area : Tidak ditemukan informan yang tergolong dalam area ini.

Hasil & Pembahasan

Teori uses and gratifications mendefinisikan bahwa seseorang memilih menggunakan suatu media karena memiliki motif tertentu dalam memenuhi kebutuhannya. Menurut pengamatan yang telah dilakukan, intensitas unggahan tweet informan cukup tinggi yakni tiga sampai enam kali dalam sehari. Dan isi unggahannya adalah pengekspresian diri, Hal ini membuktikan bahwa penelitian “Self Disclosure Generasi Z Melalui Media Sosial X (Twitter)” memiliki hubungan pada teori uses and gratification, dimana para informan menggunakan X (Twitter) sebagai media sosial dalam pemenuhan kebutuhan mengekspresikan perasaannya.

Kesimpulan

Penelitian ini mengidentifikasi 5 fungsi self-disclosure pada X (Twitter) menurut Derlega dan Grezlak. Hasilnya menunjukkan bahwa fungsi ekspresi adalah yang paling menonjol, hal ini membuktikan bahwa media sosial X (Twitter) dapat memenuhi kebutuhan Generasi Z untuk melakukan self-disclosure. Namun, tingkat keterbukaan informan berbeda-beda, dan dapat dikelompokkan sesuai dengan teori Johari Window.

Manfaat Penelitian

Temuan ini berkontribusi pada pemahaman perilaku self disclosure Generasi Z di media sosial X (Twitter)

Referensi

- [1] Ayu, R. D. (2021). Self-Disclosure Melalui Fitur Instagram Stories (Studi pada Mahasiswa KPI UIN JAKARTA).
- [2] Datareportal. (n.d.).
- [3] Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- [4] Hapsari, R., & Azahra, Z. (2020). Media Sosial Twitter Dalam Dimensi Self Disclosure Pada Mahasiswa Di Kota Depok. *BroadComm*, 2(2), 57–71. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v2i2.211>
- [5] Hommadova Lu, A., & Mejova, Y. (2022). All the lonely people: Effects of social isolation on self-disclosure of loneliness on Twitter. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448221099900>
- [6] Kemp, S. (2024). Digital 2024 : INDONESIA. DATAREPORTAL. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- [7] Krisyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. PT. Kencana Perdana.
- [8] Littlejohn, S., & Foss, K. (2012). Encyclopedia of Communication Theory. *Encyclopedia of Communication Theory*, 900–906. <https://doi.org/10.4135/9781412959384>
- [9] Maiti, & Bidinger. (1981). Implementasi Sistem Penataan Arsip (Studi Kasus di Madrasah Aliyah Negeri 1 Pekanbaru). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- [10] Mardiana, L., & Zi'ni, A. F. (2020). Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @Subtanyarl. *Jurnal Audience*, 3(1), 34–54. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.4134>
- [11] Masur, P. K., Bazarova, N. N., & DiFranzo, D. (2023). The Impact of What Others Do, Approve Of, and Expect You to Do: An In-Depth Analysis of Social Norms and Self-Disclosure on Social Media. *Social Media and Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231156401>
- [12] Miles, M. B. (1992). Analisis data kualitatif : Buku Sumber tentang metode-metode baru. UI-Press.
- [13] Mu'alifah, A. I., & . S. (2023). SELF DISCLOSURE PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER (Studi Kualitatif Self Disclosure Pada Pengguna Media Sosial Twitter). *Jurnal Signal*, 11(1), 01. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.7510>
- [14] Mukti, R. P. K., & Rochmaniah, A. (2022). Instagram Analysis @Cashaofficial As Bean Bag Promotion Media. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 21, 1–12. <https://doi.org/10.21070/ijins.v21i.828>
- [15] Pratama, H. C. (2012). Cyber Smart Parenting. PT. VISI Anugerah Indonesia.
- [16] Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- [17] Riyanto, A. D. (2024). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- [18] Rusly, N. F., & Madura, U. T. (2023). Perilaku Self Disclosure Pada Kalangan Remaja. 1 (1), 390–400.
- [19] Santosa, E. T. (2015). Raising Children in Digital Era. Elex Media Komputindo.

