BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periode *emerging adults* merupakan konstruk baru mengenai periode perkembangan yang dialami oleh kelompok usia rentang 18 sampai dengan 25 tahun (Arnett, 2000). Pada periode ini individu melihat dirinya telah meninggalkan masa kanak-kanak dan remaja, tetapi tidak melihat diri mereka sebagai orang dewasa. *Emerging adults* turut dikaitkan dengan karakteristik *the age of identity exploration* (Arnett, 2015). Hal ini menjelaskan bahwa *emerging adults* melakukan proses eksplorasi terhadap diri, relasi, dan gaya hidup (Santrock, 2019; Arini, 2021). Proses eksplorasi yang dilakukan oleh *emerging adults* berkaitan dengan perubahan pada beberapa aspek kehidupan (Ohannessian dkk., 2017). Periode yang penuh akan perubahan signifikan menjadikan *emerging adults* perlu membangun hubungan sosial serta potensi keintiman emosional (Coyne dkk., 2013).

Bjornsen (2018) mengemukakan bahwa *emerging adults* adalah periode yang memberi lebih banyak kebebasan untuk memilih bagaimana individu menghabiskan waktu dibandingkan dengan periode *full adulthood*. Hal ini berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai fungsi penegasan otonomi *emerging adults* yang sedang mengeksplorasi identitas, dan membangun serta mempertahankan hubungan sosial (Coyne dkk., 2013). Hal ini sejalan dengan penelitian Naude (2021) yang menjelaskan bahwa *emerging adults* adalah kelompok usia yang terlibat aktif di media sosial untuk menjalin hubungan baru, mengekspresikan diri, serta mencari popularitas. Bahkan *emerging adults* dapat

dengan mudah mengintegrasikan media sosial ke kehidupan dan interaksi sosial (Larson, 2021).

Erikson (1968) menganggap eksplorasi identitas sebagai proses yang penting bagi *emerging adults*, sehingga hal ini berkaitan dengan penggunaan media sosial untuk memenuhi kebutuhan sosial (Krishnan & Hunt, 2015; Wang, Tchernev, & Solloway, 2012). Selain itu, penggunaan media sosial pada *emerging adults* berkaitan dengan fungsi pencarian informasi dan meningkatkan interaksi (Bintang, 2023). Media sosial X, atau dahulu dikenal sebagai Twitter, adalah media sosial yang didominasi oleh rentang usia 18-29 tahun per tahun 2023 (Statista, 2024). *Gadgetdiva.id* turut mencatat variasi pengguna X (Twitter) di Indonesia dimulai dari rentang usia 18-24 tahun sebesar 43%, diikuti dengan rentang usia 25-34 tahun sebesar 33%, usia 35-44 tahun sebesar 15%, serta usia 45 tahun sebesar 9%. Data tersebut menunjukkan bahwa X (Twitter) didominasi oleh kelompok *emerging adults*.

Emerging adults menggunakan X (Twitter) sebagai pemenuhan kebutuhan mereka dalam tugas perkembangan, yaitu eksplorasi diri (Volpe & Buhrman, 2023). X (Twitter) adalah media sosial yang cukup unggul dalam kemampuan pencarian terutama untuk topik tren, tagar, dan halaman “*explore*” untuk membantu penggunanya mengetahui konten terkini lebih cepat (Santora, 2024). Tak hanya itu, fitur X (Twitter) yang didominasi oleh tulisan, seperti fitur *post*, *reply*, *quote* atau kutipan, serta *direct messages* (Hapsari & Azahra, 2020) memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menuliskan pengalaman atau emosi pribadi dalam bentuk *diary online*, seperti fitur *post* yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk

menulis maupun menyematkan gambar atau video untuk mencurahkan apa yang sedang dilakukan, dirasakan, maupun perbincangan lainnya (Zaskya, Boham & Lotulung, 2021). Hal ini berkaitan dengan penggunaan fitur *thread*, atau *post* bersambung, yang dapat dimanfaatkan untuk bercerita lebih lengkap (Zahra dkk., 2020).

Fitur-fitur yang ada di X (Twitter) mempermudah penggunaanya untuk menjalin hubungan dan berinteraksi dengan pengguna lain dengan skala yang luas (Liani & Rina, 2020). Hal ini menjelaskan bahwa penggunaan media sosial dapat menjadi peluang untuk memelihara hubungan interpersonal dan interaksi sosial (Kim & Dindia, 2011). *Self-disclosure* adalah faktor kunci pengembangan hubungan di lingkungan *online*, sama seperti konteks tatap muka (Dindia, 2000). Wheelless & Grotz (1976) mengemukakan bahwa *self-disclosure* merupakan perilaku komunikasi dimana seseorang membagikan informasi pribadi tentang dirinya kepada orang lain. Hal ini merujuk kepada tindakan seseorang dalam memberikan informasi secara pribadi kepada orang lain secara sukarela dengan maksud memberi tahu berbagai hal tentang dirinya (Person, 1987; Gainau, 2009).

Peningkatan perkembangan teknologi memberi kesempatan untuk memperluas interaksi hingga ke media sosial, sehingga memungkinkan *self-disclosure* terjadi secara *online*. *Online self-disclosure* menggunakan landasan teori yang serupa dengan *self-disclosure*, yang membedakannya hanya *setting* atau tempat proses pengungkapan diri terjadi (Schofield & Joinson, 2007). Kim & Dindia (2011) juga menjelaskan bahwa secara tradisional, *self-disclosure* dijabarkan sebagai ekspresi seseorang secara verbal, sedangkan pada *online self-*

disclosure terdapat ekspresi nonverbal dalam mengungkapkan diri. Individu cenderung mengungkapkan informasi pribadi lebih banyak dalam *setting online* dibandingkan secara langsung (Suler, 2004) dikarenakan *self-disclosure* biasanya terjadi kepada orang terdekat saja, namun dalam *setting online* audiens yang dicapai bisa lebih luas (Arnus, 2020; Asari & Mukhoyaroh, 2024).

Suler (2004) menjelaskan kecenderungan individu melakukan pengungkapan diri dikarenakan *online disinhibition effect*, yaitu situasi dimana individu memiliki perilaku yang berbeda di dunia internet dengan perilaku di dunia nyata. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal seperti lebih bebas untuk membagikan hal yang bersifat pribadi dan hanya apa yang ingin mereka bagikan; memperlihatkan persona internet untuk membentuk persepsi orang lain terhadap dirinya; memanfaatkan invisibilitas media sosial agar dapat memperlihatkan jati diri mereka yang telah melalui proses *editing*; juga membuat orang lain melihat mereka tidak dalam keadaan apa adanya seperti interaksi sosial secara langsung. Hal tersebut sejalan dengan alasan pemilihan X (Twitter) sebagai media *online self-disclosure*, yaitu kebebasan memodifikasi identitas (Cahyani & Syaikhah, 2023), perasaan nyaman dengan fitur teks, jangkauan audiens lebih luas, serta kecepatan penyebaran informasi (Mu'alifah & Sumardijati, 2023).

Zaskya, Boham, & Lotulung (2021) menemukan bahwa pengguna X (Twitter) melakukan *online self-disclosure* untuk meringankan beban pikiran dan mencari dukungan dari audiens tanpa ada batas waktu. Hal ini turut ditunjukkan oleh hasil penelitian Widia & Widiastuti (2023) dimana pengguna X (Twitter) mengunggah *post* sebanyak 5-10 cuitan sebagai bentuk pengungkapan diri. Hasil

penelitian Sari & Irena (2023) turut mengungkapkan bahwa X (Twitter) adalah media sosial yang paling banyak digunakan sebagai media *online self-disclosure* dengan frekuensi unggahan 10-12 kali sehari. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat intensitas penggunaan X (Twitter) yang tinggi mengakibatkan jumlah *online self-disclosure* yang lebih banyak.

Pengguna X (Twitter) mengungkapkan diri dengan menuliskan segala sesuatu di *post*, seperti pengungkapan emosional (hubungan asmara, masalah keluarga, prestasi dan pendidikan), pengalaman traumatis, serta memberi opini terhadap suatu isu (Mu'alifah & Sumardijjati, 2023). Hal ini dilakukan tanpa memedulikan apakah orang lain terganggu atau tidak, sehingga terkadang mereka melakukan tindakan *oversharing* atau berlebihan dalam mengungkapkan diri (Zaskya, Boham, & Lotulung, 2021). Terlebih, pengguna X (Twitter) melakukan *online self-disclosure* tidak hanya di akun milik sendiri, namun juga melalui akun *autobase* (Avdijan & Rummyeni, 2022). *Autobase* adalah fitur bot yang dapat mengirimkan pesan (*menfess*) otomatis dan diunggah menjadi sebuah *post* secara anonim (Riauan & Salsabila, 2022). Hal ini mempermudah pengguna mengungkapkan emosi atau pengalaman tanpa perlu takut diketahui identitas aslinya serta mendapatkan dukungan dari pengguna lain (Mardiana & Zi'ni, 2020).

Penulis melakukan survey pendahuluan secara *online* pada tanggal 30 September 2024 yang melibatkan 38 responden dengan rentang usia 18-25 tahun. Sebanyak 35 responden menjawab bahwa mereka menggunakan akun pseudonim (identitas samaran) atas dasar kenyamanan dan kebebasan dalam mengungkapkan diri, sedangkan tiga responden lainnya lebih nyaman menggunakan identitas asli.

Kemudian, 92,1% responden menggunakan X sebagai media untuk mengungkapkan cerita pribadi lewat *post* dan sebanyak 84,2% mencari teman di dunia virtual. Mayoritas responden mengungkapkan pengalaman, pikiran, dan perasaan mereka yang sulit untuk diungkapkan di dunia nyata serta mengharapkan adanya respon simpati dan dukungan dari orang lain. Maka, hasil survey ini menunjukkan bahwa *emerging adults* melakukan *online self-disclosure* di X melalui fitur-fitur yang ada disertai motivasi tertentu, seperti membangun dan memelihara hubungan, serta memperoleh dukungan emosional.

Online self-disclosure memungkinkan individu bertukar informasi apabila memperoleh *feedback* dalam bentuk bertanya dan menjawab secara bolak-balik (Jiang dkk., 2013). Fenomena tersebut termasuk bagian dari proses pengambilan keputusan bagi individu dalam menjaga privasi (Petronio, 2002; Fandia, 2020). Hal tersebut menunjukkan individu akan mempertahankan batas psikologis untuk mengendalikan akses yang bersifat pribadi (Petronio, 2002; Jiang dkk., 2013). Batas tersebut berguna sebagai perlindungan privasi, memungkinkan individu atau kelompok membatasi kapan, bagaimana, dan sejauh mana informasi pribadinya dibagikan kepada individu lain (Westin dalam Joinson dkk., 2007). Namun, dalam ranah media sosial, informasi pribadi dapat berpindah ke domain yang lebih besar, sehingga memungkinkan adanya kekhawatiran penyalahgunaan informasi.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengungkapkan diri, seperti kepribadian, budaya, audiens, topik, serta jenis kelamin (DeVito, 2016). Karna & Ediati (2023) menjelaskan bahwa *social anxiety* dan *self-esteem* juga menjadi faktor yang mempengaruhi *online self-disclosure*.

Selain itu, *privacy concerns* juga memberikan pengaruh, dimana individu yang memiliki kekhawatiran privasi tinggi menunjukkan kurangnya kepercayaan kepada orang lain sehingga mengurangi tindakan *online self-disclosure* (Jiang dkk., 2013).

Penelitian Kezer, Dienlin & Baruh (2022) menunjukkan bahwa pengguna X (Twitter) berkeinginan membagikan informasi pribadi lebih banyak apabila mendapat manfaat yang lebih besar daripada risiko privasi sehingga *online self-disclosure* cenderung meningkat. Meski pengguna X (Twitter) mengetahui terdapat risiko privasi yang signifikan, mereka tetap berbagi informasi lebih banyak jika keuntungannya lebih besar, seperti koneksi sosial serta ekspresi diri. Fenomena ini menjelaskan *privacy paradox*, yaitu ketimpangan antara sikap privasi informasi dan perilaku privasi yang sebenarnya (Gerber dkk., 2018). Apabila individu memiliki rasa khawatir terhadap privasi, terutama penyalahgunaan data di media sosial, cenderung mengatur pengaturan privasi mereka dan membatasi *online self-disclosure* (Heravi dkk., 2018; Arzglou dkk., 2023). Kekhawatiran ini termasuk ke dalam *privacy concerns*.

Privacy concerns diartikan sebagai kekhawatiran individu yang merasa identitasnya terancam, sehingga akan menimbulkan kecemasan secara psikologis (Wang, Zhang & Wang, 2022). *Privacy concerns* dalam konteks platform media sosial dilihat berdasarkan informasi pribadi pengguna yang lebih mudah diperoleh melalui pengungkapan informasi yang dilakukan oleh pengguna bersamaan dengan data yang dihasilkan oleh perangkat. Data tersebut diperoleh otomatis setelah pengguna menerima permintaan izin dari platform (Wang, Zhang & Wang, 2022). Wottrich dkk. (2019) turut mengemukakan bahwa perilaku pengguna media sosial

diawasi oleh pihak penyedia platform. Situasi tersebut menyebabkan privasi dianggap sebagai konsep yang bersifat subjektif yang berarti persepsi setiap pengguna terkait privasi berbeda-beda (Wang, Zhang & Wang, 2022).

X (Twitter) adalah media sosial yang mengumpulkan dan menyimpan informasi pribadi pengguna dalam jumlah besar, seperti nama, alamat *e-mail*, nomor telepon, daftar kontak, bahkan lokasi pengguna. Platform tersebut memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berbagi informasi kepada pengikut (*followers*). Namun, pengaturan privasi bawaan di X (Twitter) adalah semua kiriman (*post*) bersifat publik atau siapapun dapat melihatnya (Humphreys dkk., 2012). Seperti pengguna X (Twitter) yang melakukan *online self-disclosure* di Komunitas Marah-Marah, komunitas yang membebaskan anggotanya untuk mengekspresikan kemarahan, dimana pengguna tersebut mengungkapkan kemarahannya atas suatu kejadian yang kurang menyenangkan. Amellia dkk. (2024) menjelaskan bahwa anggota komunitas tersebut tidak ragu membagikan hal yang bersifat pribadi dikarenakan mencari validasi dan dukungan dari orang lain.

Melihat fenomena tersebut, pengguna X (Twitter) tampak tidak merasa terancam akan risiko privasi. Pengguna tetap merasa bebas membuka diri kepada orang lain meski mengetahui publisitas data mereka (Trepte & Reinecke, 2011). Padahal sejumlah risiko dapat merugikan pengguna X (Twitter), seperti pencurian identitas, pengalihan akun, maupun pencemaran nama baik, dimana hal ini dapat menimbulkan kecemasan secara psikologis (Wang, Zhang & Wang, 2022). Namun, dalam masyarakat berjejaring saat ini, dirasa naif dan tidak masuk

akal untuk memperdulikan privasi sehingga tidak perlu mengkhawatirkannya apabila tidak melakukan kesalahan apapun (Kalloniatis & Gonzales, 2020).

Penelitian terdahulu mengenai *privacy concerns* dan *online self-disclosure* menunjukkan hasil yang bervariasi, terutama pada ranah internasional dan nasional. Penelitian internasional seperti penelitian Gerber dkk. (2018) yang menunjukkan bahwa *privacy concern* secara signifikan mempengaruhi perilaku pengungkapan diri dengan memberikan informasi pribadi. Hasil serupa ditemukan dalam penelitian Zlatolas dkk. (2019), dimana pengguna *Facebook* yang menghargai privasi memiliki tingkat kekhawatiran privasi yang lebih tinggi sehingga tindakan pengungkapan diri cenderung rendah. Halama dkk. (2022) dalam penelitiannya turut mengungkapkan bahwa semakin tinggi kepedulian terhadap privasi, maka jumlah dan sensitivitas informasi yang diungkapkan di sosial media akan semakin rendah.

Penelitian nasional menunjukkan hasil yang berbeda. Arifah & Harsanti (2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *privacy concern* berhubungan positif dengan *online self-disclosure* pada *emerging adults* pengguna *Instagram*, dimana hal ini dikaitkan dengan kebutuhan *emerging adults* untuk mengeksplorasi hal baru sehingga merasa perlu berbagi informasi di media sosial. Adapun penelitian Purnamasari (2016) menunjukkan bahwa *privacy concerns* mempengaruhi *online self-disclosure* secara signifikan pada remaja pengguna media sosial. Sehingga terlihat bahwasanya terdapat perbedaan hasil penelitian pada ranah internasional dan nasional terkait topik penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, *privacy concerns* dapat menentukan perilaku pengungkapan diri pada individu dalam ranah media sosial. *Emerging adults* sebagai individu yang paling banyak menggunakan media sosial perlu mengatur batasan dalam melakukan *online self-disclosure*. Di Indonesia belum banyak penelitian yang mengkaji pengaruh *privacy concerns* terhadap *online self-disclosure*, terutama memfokuskan pada periode *emerging adults*. Selain itu, belum ditemukannya penelitian dengan dua variabel tersebut di media sosial X (Twitter) membuat peneliti tertarik untuk meneliti apakah *privacy concerns* mempengaruhi penggunaannya dalam *online self-disclosure*. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Privacy Concerns* terhadap *Online Self-Disclosure* Pada *Emerging Adults* Pengguna Media Sosial X (Twitter)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

Apakah terdapat pengaruh signifikan *privacy concerns* terhadap *online self-disclosure* pada *emerging adults* pengguna media sosial X (Twitter)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui pengaruh *privacy concerns* terhadap *online self-disclosure* pada *emerging adults* pengguna media sosial di X (Twitter).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan pada penelitian ini adalah menambah wawasan serta memberikan sumbangan literatur dalam ilmu psikologi, terutama mengenai *online self-disclosure* dan *privacy concerns*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis, diantaranya adalah:

1. Bagi *Emerging Adults*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada *emerging adults* mengenai pengaruh *privacy concerns* terhadap *online self-disclosure*, terutama sebagai pengguna media sosial X (Twitter). *Emerging adults* dapat memahami risiko dalam membagikan informasi pribadi sehingga dibutuhkan pengelolaan berbagi informasi dan kebutuhan menjaga privasi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti lain yang ingin mengkaji penelitian serupa.