BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet dan media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era revolusi industri 4.0. Hasil riset WeAreSocial Hootsuite yang dipublikasikan dalam *Global Digital Insights* (2019) mencatat jumlah pengguna aktif internet dan media sosial di Indonesia hingga Januari 2019 masing-masing sebanyak 150 juta pengguna. Jika dibandingkan dengan jumlah total populasi masyarakat Indonesia tahun 2019 yaitu sebanyak 268,2 juta jiwa, maka dapat dihitung bahwa sebesar 56% masyarakat Indonesia adalah pengguna internet dan media sosial. Dengan ini dapat dikatakan bahwa hampir sebagian besar masyarakat Indonesia telah menggunakan internet dan media sosial. Kegiatan komunikasi dan akses informasi, hiburan, belanja dan berbagai transaksi *online*, akses pendidikan, pekerjaan, serta lain sebagainya diketahui sebagai alasan terjadinya peningkatan tersebut (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII], 2018).

Media sosial merupakan salah satu sarana komunikasi internet yang memungkinkan setiap orang untuk melakukan interaksi interpersonal dengan orang lain (Bazarova & Choi, 2014). Interaksi interpersonal tersebut dapat berupa tindakan mengirim dan menerima permintaan pertemanan, mengirim dan membalas pesan (Chen & Li, 2017), serta kegiatan berbagi informasi satu sama lain (Chen & Li, 2017; Wang, Yan, Lin, & Cui, 2017). Media sosial memberi kesempatan kepada setiap individu untuk melakukan penjaringan hubungan pertemanan kepada banyak

orang, baik kepada mereka yang sudah dikenal dekat (pertemanan lama) maupun kepada orang lain yang belum dikenal sebelumnya (pertemanan baru) (Devito, 2013; Lee & Lee, 2017; Lubis, 2014; Orben & Dunbar, 2017; Park, Jin, & Jin, 2011). Selain itu, media sosial juga menfasilitasi individu untuk membuat dan bergabung dalam grup atau forum daring berdasarkan kesamaan ataupun perbedaan minat, pendidikan, pekerjaan, hobi, orientasi seksual, dan berbagai kebutuhan individu lainnya (Park dkk., 2017).

Penggunaan media sosial di Indonesia didominasi oleh kelompok usia remaja (APJII, 2018; *Global Digital Insights*, 2019). Remaja adalah kelompok usia transisi perkembangan antara masa kanak-kanak ke masa dewasa (Papalia, Old, & Feldman, 2008; Santrock, 2007). Kelompok usia ini berada dalam usia belasan hingga usia dua puluhan awal (Papalia dkk., 2008; Santrock, 2007). Pada kelompok usia ini, penggunaan media sosial lebih kepada sarana mencari informasi, terhubung dengan teman lama, sebagai hiburan dan pemanfaatan waktu luang (Panji, 2014; Special & Li-Barber, 2012). Beberapa bentuk media sosial yang familiar digunakan remaja di Indonesia adalah *Youtube*, *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Line*, *Twitter*, dan lain sebagainya (dalam *Global Digital Insights*, 2019).

Keterlibatan langsung remaja dengan media sosial dapat terlihat dari terjadinya perubahan pada berbagai sisi kehidupan keseharian remaja. Diantara perubahan tersebut terkait penggunaan waktu dan relasi remaja (Papalia dkk, 2008). Waktu yang sebelumnya digunakan remaja untuk mengekspresikan diri dalam relasi dan interaksi dengan orang tua, teman sebaya, dan saudara secara nyata

melalui pertemuan tatap muka (*offline*), kini dapat digantikan oleh kegiatan berinteraksi dan mengekspresikan diri secara daring (*online*). Salah satu kegiatan mengekspresikan diri dan pemanfaatan waktu yang dilakukan remaja di media sosial adalah pengungkapan diri.

Pengungkapan diri merupakan suatu kegiatan menginformasikan tentang diri sendiri kepada orang lain (Devito, 2013; Farber, 2006; Hargie & Dickson, 2004; Wheeless & Grotz, 1976). Informasi yang diungkapkan tersebut dapat berupa identitas diri, nilai-nilai, keyakinan, ide-ide, pendapat, perasaan, serta reaksi dan evaluasi individu terhadap suatu pengalaman (Devito, 2013; Farber, 2006; Hargie & Dickson, 2004; Wheeless & Grotz, 1976). Pengungkapan diri remaja di media sosial merupakan tindakan pengungkapan atau penyajian informasi diri remaja kepada orang lain melalui media sosial (Hollenbaugh & Ferris, 2014; Lee & Lee, 2017; Lin & Utz, 2017; Orben & Dunbar, 2017; Park dkk., 2011; Special & Li-Barber, 2012; Zhang, 2017). Pada pengaturan media sosial, informasi diri dapat dibagikan dalam bentuk pesan tertulis, unggahan gambar, dan video (Arnus, 2016; Alamsyah, Buntaran, & Helmi, 2015; Lee & Lee, 2017; Lin & Utz, 2017; Setyaningsih, 2016; Special & Li-Barber, 2012). Semua informasi tersebut dapat berupa sesuatu yang terjadi di masa lalu, hari ini, maupun harapan untuk masa depan.

Terjadinya pengungkapan diri pada remaja disebabkan oleh beberapa hal. Salah satunya adalah karena adanya dorongan atau keinginan untuk berinteraksi dan menjalin hubungan sosial dengan orang lain (Devito, 2013; Hargie &Dickson, 2004; Sears, Freedman, & Pepalu, 1985). Beberapa ahli menyebutnya sebagai

kebutuhan afiliasi. Hill (1987) mendefinisikan kebutuhan afiliasi sebagai suatu konsep motivasi yang menyatakan kebutuhan individu terhadap individu lain untuk menjalin hubungan sosial. Kebutuhan yang mengarahkan tingkah laku individu untuk mengadakan hubungan secara akrab, hangat, dan dekat dengan orang lain (McClelland dalam Munandar, 2008). Kebutuhan untuk membentuk kedekatan emosional, mendapatkan afeksi dan perhatian, serta kebutuhan untuk memperoleh dukungan atau sokongan dari orang lain yang berinteraksi dengan individu yang bersangkutan (Murray dalam Friedman & Schustack, 2008; Sears, Freedman, & Peplau, 1985).

Besarnya keinginan remaja untuk berafiliasi; berinteraksi dan terhubung dengan orang lain akan mempengaruhi tingkat pengungkapan diri yang dilakukan. Semakin besar keinginan seseorang untuk berafiliasi akan membuatnya cenderung menghabiskan lebih banyak waktu dengan orang lain dan semakin terlibat dalam pengungkapan diri dengan mereka (Baron, Byrne, & Branscombe, 2006; McClelland, 1988; Sears dkk, 1985). Pengungkapan diri sebagai salah satu modal yang harus dimiliki individu untuk dapat menjalin hubungan interpersonal dan menjaga kualitas suatu hubungan (Bazarova & Choi, 2014; Devito, 2013). Melalui kegiatan pengungkapan diri, mereka membuka percakapan, berbagi pengalaman, berbagi informasi, meminta dan berbagi dukungan, mencari kesamaan, mengungkapkan kepedulian, dan mengungkapkan sudut pandang dengan orang-orang yang ditemuinya (Hargie & Dickson, 2004).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk melihat hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan perilaku pengungkapan diri. Namun, terdapat hasil yang berbeda antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lainnya. Diantara penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Effendy (2014), Khasanah (2015), dan Minanti (2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Effendy (2014) dan Minanti (2016) sama-sama menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri. Dari kedua hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa semakin tinggi kebutuhan afiliasi maka semakin tinggi pengungkapan diri yang dilakukan, sebaliknya semakin rendah kebutuhan afiliasi maka semakin rendah pengungkapan diri. Yang demikian juga berarti bahwa individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung lebih terbuka dalam melakukan pengungkapan diri. Sementara itu, pada penelitian lain oleh Khasanah (2015) menunjukkan tidak terdapat hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri. Lebih lanjut dijelaskan bahwa tidak selamanya afiliasi yang sudah terjalin dalam hubungan individu dapat membuat mereka terbuka dengan sesamanya (Khasanah, 2015).

Adanya inkonsistensi hasil penelitian-penelitian sebelumnya membuat peneliti tertarik untuk menguji kembali hubungan kedua variabel tersebut. Meskipun menguji variabel yang sama namun penelitian ini akan berbeda dalam beberapa hal, diantaranya kelompok yang akan dikenakan sebagai subjek penelitian, instrumen penelitian yang digunakan, dan jenis media sosial yang menjadi ruang lingkup penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, mulai dari ditemukannya perilaku pengungkapan diri sebagai salah satu penyebab meningkatnya akses media sosial remaja, terjadinya pergeseran pola pengungkapan diri remaja dari tatap muka ke pengungkapan diri di media sosial, serta terdapatnya perbedaan hasil penelitian-penelitian terdahulu mengenai hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri remaja di media sosial menyebabkan peneliti mengajukan sebuah rumusan masalah yaitu "apakah terdapat hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri pada remaja pengguna media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri pada remaja pengguna media sosial

1.4 Manfaat Penelitian

Dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis dalam kehidupan sehari-hari, di antaranya :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam khazanah ilmu pengetahuan Psikologi dan sebagai bahan kajian ilmiah dalam psikologi perkembangan khususnya perkembangan remaja, psikologi media dan komunikasi, psikologi positif, serta psikologi sosial dan kesehatan mental.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penegasan jawaban untuk peneliti terhadap hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Selain itu, adanya penelitian ini sebagai sarana peneliti memahami lebih mendalam tentang penelitian ilmiah.

2. Bagi Subjek penelitian

   Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pengetahuan baru kepada subjek tentang kebutuhan afiliasi dan pengungkapan diri pada remaja terutama dalam perilaku bermedia sosial

3. Bagi Peneliti selanjutnya

   Data hasil temuan dalam penelitian ini semoga dapat menjadi salah satu studi fenomena penelitian-penelitian selanjutnya, dapat menjadi acuan dan studi literatur bagi peneliti selanjutnya.

4. Bagi Berbagai Pihak

   a. Menjadi referensi bagi pihak yang hendak melaksanakan kegiatan sosialisasi terkait perilaku berinternet, bermedia sosial, dan kebutuhan remaja.

   b. Memberi masukan informasi tentang pentingnya perilaku pengungkapan diri yang tepat dan pentingnya pemenuhan kebutuhan afiliasi pada individu, terutama remaja.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini terdiri dari lima bab yang setiap bagiannya terdiri dari sub-bab sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan, merupakan bagian yang menjelaskan mengenai latar belakang hubungan antara kebutuhan afiliasi dan pengungkapan diri pada remaja pengguna media sosial

Bab II : Tinjauan pustaka, merupakan bagian yang menjelaskan mengenai teori-teori pengungkapan diri, kebutuhan afiliasi, remaja dan media sosial, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

Bab III : Metode penelitian, bab ini menjelaskan mengenai identifikasi variabel, definisi konseptual dan operasional variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel penelitian, lokasi penelitian, alat ukur penelitian, analisis item, prosedur pelaksanaan penelitian, serta metode analisis data yang digunakan.

Bab IV : Hasil dan pembahasan dari penelitian yang sudah dilakukan

Bab V : Penutup, bab ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan serta saran atas keterbatasan penelitian yang sudah dilakukan.