

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

*New Media* atau media baru menjadi salah satu istilah yang sering dipakai oleh ahli atau akademisi untuk menggambarkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melalui kehadiran internet di tengah kehidupan manusia. Media baru hadir sebagai bentuk komunikasi masyarakat di era internet. Flew (dalam Watie, 2011) menjelaskan istilah media baru sebagai suatu media yang mampu menggabungkan digitalisasi, konvergensi, dan interaksi menjadi satu kesatuan. Dengan kata lain, dengan adanya media baru maka masyarakat dapat berinteraksi satu sama lain, memungkinkan masing-masing individu membuat, memilih, dan membagikan informasi sesuai keinginannya, serta mendukung konsep interaktivitas antar penggunanya.

Media sosial adalah bagian dari media baru yang memiliki interaktivitas yang tinggi. Media sosial memungkinkan seseorang untuk saling mengenal, berinteraksi, membuat dunia lebih terbuka dan terhubung, serta berpengaruh pada segala aspek kehidupan manusia (Raut & Patil, 2016). Dengan bantuan internet yang hampir menjangkau sebagian besar masyarakat, maka semakin banyak orang akan terhubung satu sama lain melalui media sosial. Seperti di Indonesia, berdasarkan hasil laporan *We are Social* (dalam Datareportal.com, 2020) menunjukkan bahwa pada tahun 2020, dari total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, 175,4 juta atau setara 64% diantaranya merupakan pengguna internet. Dari total 175,4 juta pengguna internet di Indonesia, 160 juta diantaranya merupakan

pengguna aktif media sosial. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa sebesar 59 persen masyarakat Indonesia pengguna internet sudah tidak asing lagi menggunakan media sosial sebagai media baru yang interaktif dalam kehidupan sehari-hari.

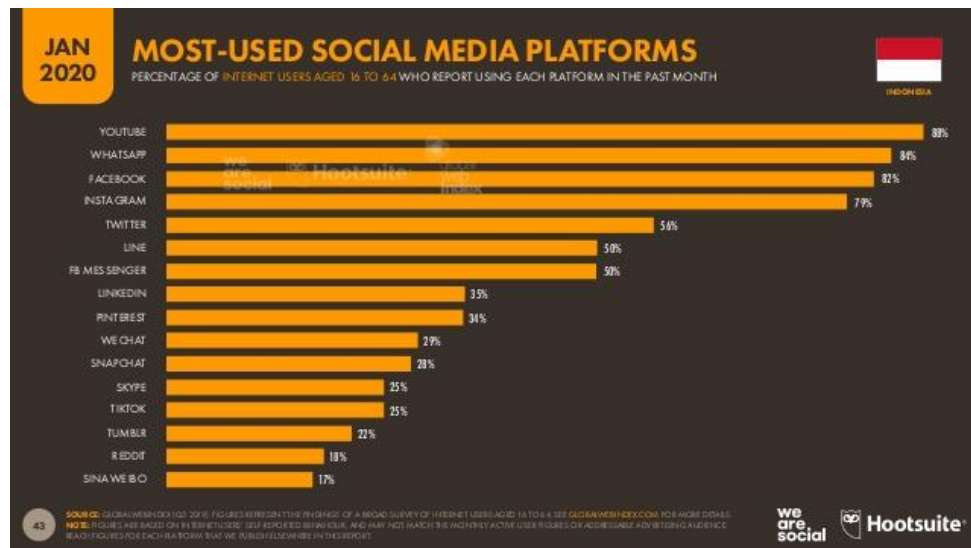


Gambar 1 Pengguna Internet di Indonesia

*Sumber: (Datareportal.com, 2020)*

Melalui penggunaan media sosial, masyarakat dapat saling terhubung dan membangun jaringan sosial secara lebih luas. Banyak bermunculan berbagai *platform* media sosial yang menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Menurut laporan *We are Social* (dalam Datareportal.com, 2020), masyarakat Indonesia menggunakan berbagai jenis *platform* media sosial, diantaranya Youtube, Whatsapp, Instagram, Facebook, Twitter, Line, Tiktok, FB Messenger, LinkedIn, Wechat, Snapchat, Tumblr, Skype, Pinterest, Reddit, dan Sina Weibo. Dari beragam *platform* media sosial tersebut, hasil laporan *We are Social* (dalam Datareportal.com), menunjukkan pada tahun 2020 yang paling banyak digunakan

oleh masyarakat Indonesia, yakni Youtube dengan 88 persen pengguna, Whatsapp dengan 84 persen, Facebook dengan 82 persen pengguna, dan Instagram dengan 79 persen.



Gambar 2 Platform Media Sosial yang Digunakan di Indonesia

Sumber: (Datareportal.com, 2020)

Facebook yang diluncurkan pada tahun 2004 mendahului Youtube, Whatsapp Instagram, Twitter, bahkan Line rupanya masih banyak diminati oleh masyarakat Indonesia dengan menempati urutan ketiga. Facebook memang memiliki keunikan dibanding media sosial lainnya dengan menyediakan berbagai fitur dengan fungsi berbeda-beda dalam satu platform. Pertama, fitur *Facebook Profile* yang dibuat untuk keperluan individu berbagi status, foto, video, dan tautan situs. Kedua, fitur *Facebook Profile* yang memungkinkan individu menambah teman dan berbincang secara daring. Ketiga, fitur *Facebook Page* berfungsi sebagai lini masa suatu organisasi, merek, bisnis, atau tokoh masyarakat. Pemilik halaman pada *Facebook Page* dapat mengunggah cerita dan membagikan foto sampul. Keempat, fitur

*Facebook Group*, forum diskusi tempat kelompok orang saling berbagi foto, link, update, cerita, dan video mengenai topik tertentu (Fitriani, 2014).

Fitur-fitur yang dimiliki Facebook rupanya sangat menunjang kapasitasnya sebagai media sosial jenis jejaring sosial. Jejaring sosial memungkinkan pengguna membangun hubungan sosial di dunia virtual melalui jaringan pertemanan yang dibentuk (Setiadi, 2016). Dengan keunggulannya, Facebook mampu bertahan dan masih diminati masyarakat Indonesia. Menariknya, peminat Facebook banyak berasal dari golongan ibu-ibu sebagai pengguna aktif. Berdasarkan studi yang pernah dilakukan Pew Research, sebesar 81% pengguna Facebook yang aktif adalah kaum ibu dengan varian usia (Syaaf, 2015). Kaum ibu dalam konteks ini merupakan perempuan usia muda yang baru menjalankan peran baru sebagai seorang ibu atau baru saja memiliki anak.

Kaum ibu banyak menggunakan Facebook untuk memenuhi kebutuhan informasi seputar pola asuh anak karena mereka merasa belum memiliki banyak pengalaman (Syaaf, 2015). Tarmuji (dalam Afrilia, 2017), menjelaskan bahwa *parenting* atau pola asuh adalah segala bentuk upaya yang dilakukan orang tua dalam rangka merawat, memelihara, dan membimbing anak, hingga seorang anak dewasa secara mental dan psikologis. Informasi *parenting* yang awalnya hanya bersumber dari orang tua atau pengalaman orang sekitarnya, saat ini informasi dapat dipertukarkan secara *online* melalui sambungan internet, serta tidak terbatas ruang dan waktu (Afrilia, 2017).

Bagi kaum ibu, Facebook tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dengan teman saja melalui fitur *Facebook Profile* melainkan melalui fitur *Facebook*

*Fanpage* dan *Facebook Group*, kaum ibu dapat berbagi informasi dan berita terkini mengenai pola asuh anak atau seputar *parenting* (Syaaf, 2015). Dengan kata lain, *Facebook Fanpage* ataupun *Facebook Group* sebetulnya merupakan sebuah komunitas virtual yang memungkinkan kumpulan orang di internet saling berdiskusi tentang topik tertentu, memiliki perasaan dan kesukaan tertentu yang membuat mereka saling terhubung di dunia maya (Kozinets, 2010). Ruang publik maya menjadi pilihan ibu muda masa kini untuk bertransaksi informasi seputar *parenting*. Ibu muda dapat dengan leluasa saling berdiskusi dan bercerita tentang berbagai hal, seperti pola asuh anak atau cerita sehari-hari tanpa perlu khawatir dihakimi oleh sesama ibu karena sesama ibu cenderung menguatkan dan informasi yang dibagikan berdasarkan pengalaman (Afrilia, 2017).

Dalam sebuah komunitas virtual di jejaring sosial Facebook, kaum ibu berbagi informasi, saling bercerita, dan terhubung lewat fasilitas *update status* yang disediakan Facebook. Fasilitas *update status* pada Facebook mendorong pengguna menceritakan apa yang ada dipikirkannya dengan kalimat “*what’s on your mind? Apa yang Anda pikirkan?*”. Melalui fasilitas *update status*, pengguna dapat mengekspresikan dan mengungkap diri dengan mengunggah tulisan dalam bentuk cerita, ide, aktivitas, dan perasaan pengguna (Krasnova, dkk, 2010).

Hal tersebut merupakan bentuk usaha menjalin hubungan lewat mengkomunikasikan informasi diri kepada orang lain yang disebut pengungkapan diri. Menurut Joseph DeVito (2007), Pengungkapan diri adalah perilaku seseorang yang membuka informasi diri, seperti perasaan, pengalaman, dan pendapat kepada orang lain. Pengungkapan diri dalam komunikasi bisa terjadi dalam berbagai

situasi, kondisi, tempat, dan waktu. Seseorang di dalam jejaring sosial sekalipun juga dapat melakukan pengungkapan diri. Menurut Joinson (dalam Prawesti, 2016), pada dasarnya pengungkapan diri lebih tinggi terjadi melalui komunikasi yang terhubung jaringan komputer atau internet, termasuk melalui jejaring sosial dibandingkan saat bertatap muka.

Bagi kaum ibu yang tergabung dalam sebuah komunitas virtual, pengungkapan diri terjadi karena adanya kebebasan bagi mereka untuk bercerita tentang segala sesuatu hingga tak jarang yang diceritakan bisa di luar topik *parenting* dan berujung menjadi “curahan hati”. Psikolog Alzena Masykouri menjelaskan bahwa salah satu kebutuhan dasar manusia adalah berinteraksi dengan manusia lain dan jejaring sosial adalah salah satu sarana untuk bisa berinteraksi (Herlinda, 2015). Namun, jika jejaring sosial digunakan untuk membagikan informasi terkait masalah pribadi, keluarga, atau rumah tangga maka risiko yang harus dihadapi ialah penyebaran informasi yang cepat dan tidak dapat terkendali hingga dapat berpotensi merusak hubungan (Herlinda, 2015).

Fenomena ini sering terjadi di dalam komunitas virtual *parenting* di jejaring sosial Facebook. Salah satunya yang terjadi di dalam komunitas Virtual Motherland. Komunitas Motherland merupakan komunitas virtual yang didirikan oleh Mami Ara (panggilan di komunitas Motherland), pada tanggal 9 November 2017 dengan *tagline* “Ada Kisah di Setiap Kasih Ibu”. Per tanggal 18 September 2020, Motherland memiliki anggota komunitas sebanyak 27,052 anggota dengan anggota aktif sebanyak 21,685 anggota yang terdiri dari ibu atau calon ibu yang rata-rata berusia 20-40 tahun (Grup Facebook Motherland, 2020).



Gambar 3 Jumlah Anggota Komunitas Motherland

Sumber: (Facebook Analytics Komunitas Motherland, 2020)

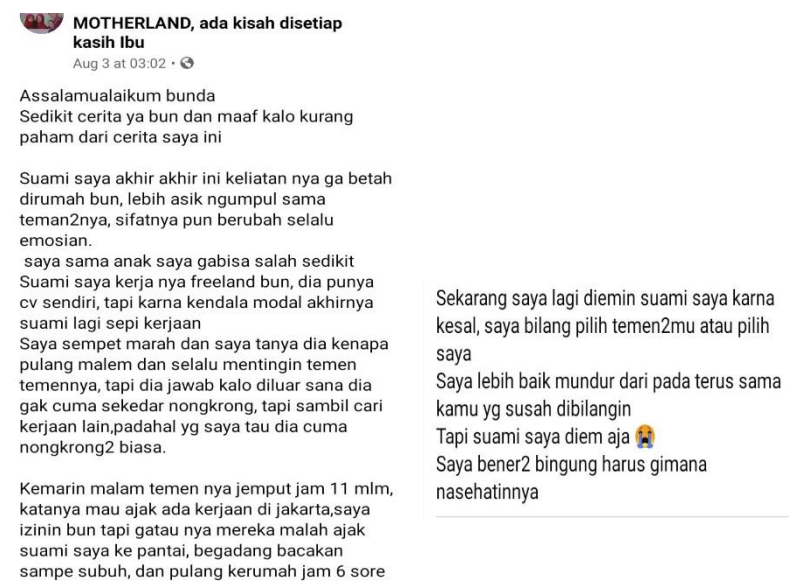
Komunitas virtual Motherland dipilih karena berbeda dengan komunitas *parenting* pada umumnya. Komunitas Motherland merupakan sebuah Facebook *Group* yang diatur sebagai *group private* namun dapat diakses oleh publik. Dengan kata lain, seluruh anggota komunitas diberi kebebasan mengunggah tulisan, gambar, video, ataupun tautan melalui fasilitas *update* status tanpa adanya batasan jumlah post harian dan kolom komentar terbuka untuk seluruh anggota yang sudah bergabung. Di sisi lain, pengguna Facebook di luar anggota komunitas dapat membaca dan melihat unggahan anggota komunitas namun tidak bisa berkomentar (Mami Ara, Pendiri Komunitas Motherland, wawancara, 2 Maret 2021). Sedangkan komunitas *parenting* lainnya yang dibuat dalam bentuk Facebook *Group* diatur sebagai *group private* akses terbatas sehingga hanya anggota yang bergabung saja yang bisa mengakses informasi dan ikut berinteraksi. Adapun komunitas *parenting* lainnya hanya dibuat dalam bentuk Facebook *page* yang berarti informasi hanya bisa dibagikan oleh pemilik halaman atau admin dari komunitas tersebut.

Komunitas Motherland juga dipilih karena merupakan komunitas virtual yang terpilih untuk didampingi dan diawasi langsung oleh pihak Facebook Indonesia. Oleh karena itu, Komunitas Motherland mempunyai aturan tertentu untuk para anggota serta memiliki pengurus yang terdiri dari admin dan moderator yang mengatur lalu lintas interaksi, unggahan, dan komentar anggota (Mami Ara, Pendiri Komunitas Motherland, wawancara, 2 Maret 2021).

Jika peran admin pada komunitas *parenting* lainnya mendominasi unggahan di dalam komunitas dan beberapa tidak membuka akses *update* status bagi anggota, lain halnya dengan di komunitas virtual Motherland yang mana admin tidak mendominasi grup dan justru memberikan kesempatan bagi anggota untuk saling berbagi informasi lewat fasilitas *update* status tanpa ada batasan jumlah postingan berkomentar (Mami Ara, Pendiri Komunitas Motherland, wawancara, 2 Maret 2021).

Adapun kebebasan yang diberikan komunitas virtual Motherland ini menjadi peluang yang besar bagi kaum ibu untuk melakukan pengungkapan diri. Sekalipun grup Motherland dapat diakses publik sehingga orang-orang di luar komunitas Motherland dapat juga mengakses dan membaca berbagai pesan yang saling dipertukarkan anggota komunitas melalui fasilitas *update status* atau kolom komentar, nyatanya anggota komunitas tidak merasa sungkan melakukan pengungkapan diri.

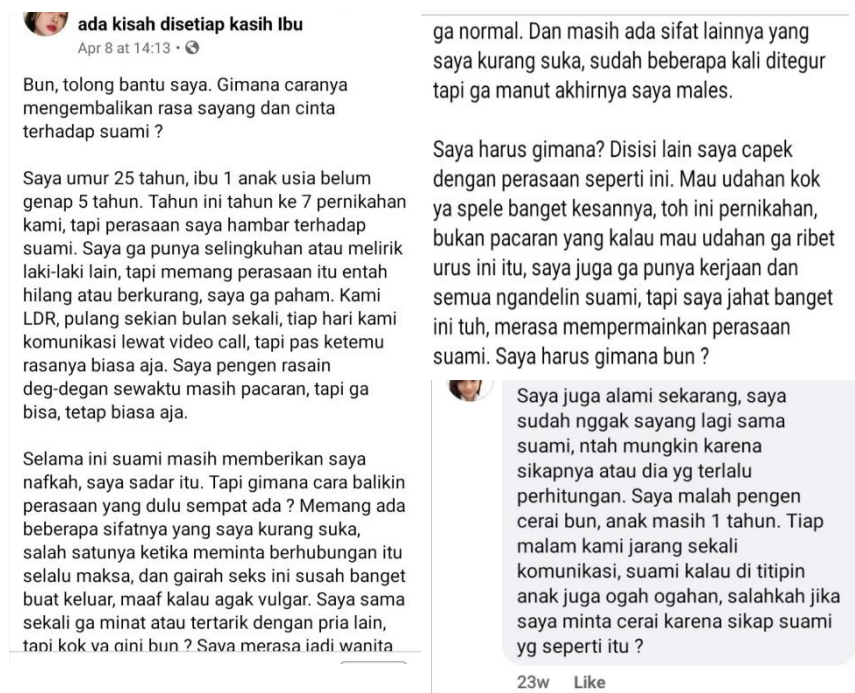




Gambar 4 Tangkapan Layar Pengungkapan Diri Anggota

*Sumber: (Facebook Komunitas Virtual Motherland, 2020)*

Tangkapan layar di atas merupakan cerita yang dibagikan anggota komunitas Motherland melalui fasilitas *update status* di dalam komunitas Motherland. Anggota tersebut bercerita bahwa ia merasa suaminya memiliki perubahan sifat. Saat ini suaminya mudah emosi dan jarang ada di rumah serta memilih untuk berkumpul bersama teman-temannya. Ia kesal dan memutuskan untuk tidak berbicara dengan suaminya. Ia menutup ceritanya dengan perasaan bimbang karena tidak tahu bagaimana lagi harus menasehati suaminya.



Gambar 5 Tangkapan Layar Pengungkapan Diri Anggota 2

*Sumber: (Facebook Komunitas Virtual Motherland, 2020)*

Anggota kedua bercerita mengenai dirinya yang mulai kehilangan perasaan sayang kepada suaminya. Ia mengatakan jika dirinya dan suaminya hanya bertemu tatap muka beberapa bulan sekali sedangkan biasanya melalui *video call*. Ia menjabarkan jika ia tidak suka sifat suaminya yang suka memaksa saat ingin berhubungan seks. Ia mengaku tidak memiliki ketertarikan dengan laki-laki lain namun ia juga tidak memiliki keinginan untuk berhubungan seks dengan suaminya. Ia menutup ceritanya dengan perasaan bimbang ingin mengakhiri pernikahannya atau mempertahankannya.

Selain itu, terdapat anggota lain yang menanggapi cerita Anggota kedua melalui kolom komentar dengan mengungkapkan bahwa ia juga mengalami hal yang sama. Anggota ini menyampaikan jika ia sudah tidak lagi memiliki perasaan

sayang terhadap suaminya. Ia menambahkan jika ia berniat untuk bercerai dengan suaminya karena tiap malam jarang berkomunikasi dan tiap kali suaminya diminta menjaga anak, suaminya tidak menjaga dengan sepenuh hati.

Dari beberapa tangkapan layar di atas, dapat memberikan sedikit gambaran bagaimana komunitas virtual yang berfokus pada *parenting* dan sudah memiliki aturan tertentu serta terdapat admin yang memantau unggahan anggota, nyatanya ketika anggota komunitas melakukan pengungkapan diri dengan membagikan informasi berupa cerita yang menyentuh aspek pengalaman dan perasaan yang menjurus kepada permasalahan pribadi, keluarga, dan rumah tangga, admin dari Komunitas Motherland kurang memperhatikan sehingga informasi tersebut diakses publik dan tidak jarang informasi tersebut disebarluaskan dan menjadi konsumsi publik. Oleh karena itu, konteks pengungkapan diri pada penelitian ini berfokus pada anggota komunitas virtual yang dengan kesadarannya membagikan cerita, pengalaman, dan perasaan melalui fasilitas *update status* di dalam komunitas virtual Motherland di jejaring sosial Facebook.

Penelitian komunikasi yang berkaitan dengan pengungkapan diri anggota komunitas virtual di jejaring sosial masih sangat terbatas. Sejauh ini, belum ada penelitian yang membahas secara spesifik mengenai pengungkapan diri yang terjadi di dalam suatu komunitas virtual di jejaring sosial Facebook. Terlebih lagi komunitas virtual yang fokus terhadap parenting dengan anggota yang terdiri dari ibu atau calon ibu muda.

Setelah peneliti mencoba melakukan *desktop research*, adapun penelitian dengan topik sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya, diantaranya yaitu

Penelitian Pradnya Nindita Putri (2010) yang berjudul “*Pengungkapan Diri (Self-Disclosure) dalam Situs Jejaring Sosial Facebook (Analisis isi terhadap Pengungkapan Diri dalam Interaksi Online melalui Situs Facebook di Kalangan Mahasiswa Universitas Gadjah Mada Yogyakarta)*” dan Penelitian Daniel Novy Hertanto (2011) yang mengangkat judul *Bentuk-bentuk Self-Disclosure melalui Foto di Situs Jejaring Sosial (Studi Deskriptif terhadap Foto-foto pada Fasilitas Tag Photo pada Account Group NIKE Golf di Facebook)*.

Hasil penelitian Pradnya Nindita Putri (2010) menunjukkan pengungkapan diri yang dilakukan mahasiswa UGM pengguna Facebook dilakukan dengan cara menyatakan perasaan yang bersifat positif atau negatif. Pernyataan perasaan tergolong pengungkapan diri tingkat tinggi (tingkatan empat) setelah tingkat basa-basi, membicarakan orang lain, dan pernyataan gagasan. Facebook digunakan untuk memelihara hubungan puncak dalam pengembangan hubungan dengan orang terdekat (pacar atau teman) melalui pengungkapan diri yang bersifat personal.

Adapun perbedaan penelitian Pradnya dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada metode, fokus penelitian, dan subjek penelitian. Penelitian Pradnya menggunakan metode analisis isi yang bersifat kuantitatif dengan fokus penelitian berupa pesan media yang disampaikan oleh mahasiswa Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif yang berfokus pada pembuat pesan, yakni anggota komunitas virtual Motherland sebagai sumber informasi penelitian.

Hasil dari penelitian Daniel Novy Hertanto (2011) menunjukkan bahwa anggota komunitas Nike di jejaring sosial Facebook memanfaatkan foto sebagai

media alternatif untuk berkomunikasi yang disertai proses *self disclosure*. Melalui foto, anggota komunitas saling berbicara, mengirimkan pesan, dan menunjukkan pengungkapan diri. Bentuk-bentuk *self disclosure* yang dilakukan anggota berbeda-beda bergantung tujuan dan momen yang ingin ditunjukkan oleh anggota sebagai identifikasi dirinya dengan NIKE. *self disclosure* yang dilakukan anggota dalam foto-foto yang diunggah mewakili perasaan bangga anggota yang memiliki produk NIKE, keinginan untuk memiliki produk NIKE, dan kebanggaan karena terlibat dalam kegiatan yang diadakan oleh NIKE *Golf*. Like dan comment pada foto unggahan anggota komunitas menjadi penting untuk melihat apakah pengungkapan diri seseorang diterima oleh orang lain atau tidak.

Adapun perbedaan penelitian Daniel dengan penelitian yang peneliti lakukan, yakni penelitian Daniel berfokus pada komunikasi visual dalam bentuk foto yang diunggah anggota komunitas merek Nike dan mendeskripsikan bentuk-bentuk *self-disclosure*. Sedangkan penelitian ini menempatkan anggota komunitas virtual Motherland sebagai subjek penelitian untuk mencari tahu lebih dalam terkait pengungkapan diri yang dilakukan. Selain itu, unggahan anggota komunitas melalui fasilitas update status digunakan sebagai penunjang untuk bahan *crosscheck* temuan data.

Dengan demikian, penelitian pengungkapan diri menjadi penting dilakukan dalam kajian komunikasi sebagai bagian untuk melihat hubungan sosial antara satu orang dengan yang lain, termasuk penerimaan dan penolakan di dalam suatu komunitas di jejaring sosial. Penelitian ini akan menambah referensi dan acuan bagi pihak-pihak yang ingin terlibat dan atau berkomunikasi dalam suatu komunitas

virtual di Jejaring sosial Facebook. Untuk itu, peneliti mengangkat judul Pengungkapan Diri dalam Komunitas Virtual (Studi Deskriptif Anggota Komunitas Virtual Motherland dalam Mengungkapkan Diri di Jejaring Sosial Facebook)

### **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana anggota komunitas virtual Motherland mengungkapkan diri di Jejaring Sosial Facebook?

### **C. Tujuan Penelitian**

Mengetahui bagaimana anggota komunitas virtual Motherland dalam mengungkapkan diri di Jejaring Sosial Facebook.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk perkembangan kajian komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal secara khusus tentang pengungkapan diri dalam komunitas virtual di jejaring sosial Facebook.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru terkait komunikasi interpersonal secara khusus tentang pengungkapan diri dalam komunitas virtual di jejaring sosial Facebook.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait pengungkapan diri dalam komunitas virtual di jejaring sosial Facebook.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan masukan bagi anggota komunitas virtual mengenai pengungkapan diri yang dilakukan dalam komunitas virtual di jejaring sosial Facebook.

## **E. Kerangka Teori**

Dalam penelitian ini, teori yang akan digunakan oleh peneliti terdiri dari komunikasi interpersonal, media sosial, komunitas virtual, dan pengungkapan diri. Adapun penjabaran teori yang digunakan sebagai berikut:

### **1. Komunitas Virtual di Jejaring Sosial Facebook**

Media baru sebagai media yang mampu menggabungkan digitalisasi, konvergensi, dan interaksi menjadi satu kesatuan sehingga komunikasi bisa dilakukan dengan bantuan internet yang melahirkan media sosial dan memungkinkan lahirnya kelompok-kelompok atau komunitas virtual (Watie, 2011).

Media sosial berasal dari dua kata, yakni media dan sosial. Media adalah sebuah alat yang digunakan untuk menyimpan dan mengirim informasi. Materi informasi bisa berupa gambar, suara, maupun teks. Sedangkan istilah sosial mengarah pada interaksi yang terjadi diantara orang-orang, baik itu satu orang dengan orang lain, satu orang dengan orang banyak, maupun diantara banyak orang (Hill, Dean, & Murphy, 2014, h. 2).

Media sosial merupakan bagian dari media digital yang menyimpan dan mengirim pesan melalui komputer atau perangkat digital serta disebarluaskan melalui bantuan internet (Hill, dkk., 2014, h. 3). Menurut Scott dan Jack (dalam (Hill, dkk., 2014, h. 3), media sosial adalah seperangkat teknologi siaran berbasis

web yang memungkinkan seseorang memproduksi, menerbitkan, membagi, dan mengonsumsi konten. Sedangkan menurut Toral (dalam Hill, dkk., 2014, h. 3), media sosial melibatkan penggunaan media elektronik yang intensif sehingga memungkinkan orang saling terhubung melalui komunitas *online*.

Situs jejaring sosial merupakan media sosial yang memfasilitasi seseorang untuk saling berbagi dengan jangkauan yang luas (Hill, dkk., 2014, h. 7). Menurut Boyd & Ellison (dalam Hill, dkk., 2014, h. 7), Situs jejaring sosial adalah sebuah layanan berbasis web yang memungkinkan seseorang untuk membangun profil publik atau semi publik yang terhubung melalui sistem, mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka berbagi koneksi, serta melihat dan melintasi daftar koneksi yang mereka buat di dalam sistem.

Toral (dalam Hill, dkk., 2014, h. 7), menjelaskan bahwa di dalam situs jejaring sosial, pengguna akan saling membagikan pengetahuan, mengungkapkan masalah dan solusi, mencari dan menawarkan saran, menyampaikan cerita, dan mendebatkan isu atau ketertarikan dengan topik tertentu. Boyd dan Ellison (dalam Hill, dkk., 2014, h. 7), menyampaikan bahwa pengguna jejaring sosial dapat berbicara dan menuangkan isi pikiran sehingga suatu hubungan dapat terbentuk diantara mereka yang bahkan tidak saling mengenal. Situs jejaring sosial memungkinkan pengguna membuat halaman profil yang berisi informasi pribadi, membentuk pertemanan, dan berkomunikasi satu dengan yang lain. Shin (dalam Hill, dkk., 2014, h. 7) menambahkan jika jejaring sosial mengorganisasi komunitas *online* dimana orang-orang dengan ketertarikan yang sama saling berbagi dan berinteraksi satu dengan yang lain.



Facebook adalah sebuah website dan layanan situs jejaring sosial yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2004. Facebook menjadi salah satu situs terpopuler di internet dengan data pengguna aktif pada tahun 2012 mencapai 1 miliar pengguna. Facebook memiliki keunggulan antara lain; pendaftaran pengguna gratis, memungkinkan pengguna membuat profil dan membagikan informasi asal kota, pendidikan, pekerjaan, kesukaan, dan ketertarikan, pengguna dapat mengunggah foto, video, tulisan, dan status kepada teman-temannya di Facebook, pengguna dapat membuat kontak baru atau mengikuti orang lain, pengguna dapat mengetahui dan menyukai berbagai grup, organisasi, dan produk (Hill, dkk., 2014, h. 9)

Facebook merupakan *platform* komunikasi yang telah menghubungkan orang dengan orang atau orang dengan objek berdasarkan tingkah lakunya (Hill, dkk., 2014, h. 91). Pengguna Facebook yang saling terhubung dengan teman lainnya dan saling berbagi kesukaan, ketertarikan, dan pendapat termasuk ke dalam komunitas virtual (Hill, dkk., 2014, h. 9).

Komunitas virtual menurut Nasrullah (dalam Destiwati & Nanda, 2018, h. 39) merupakan suatu kelompok yang dibentuk oleh pengguna yang memiliki kesamaan atau kesukaan yang sama di dunia virtual atau siber. Para pengguna dengan kesukaan yang sama di dalam kelompok yang dibentuk melakukan komunikasi, interaksi, dan menjalin relasi antar anggota dengan fasilitas komputer yang tersambung ke internet. Komunitas virtual berkomunikasi dengan bantuan berbagai macam platform media sosial, seperti Twitter, Facebook, Instagram, Line, dan Whatsapp.

Rheingold (dalam Kozinets, 2015) mengemukakan bahwa di dalam komunitas *online* atau virtual, orang-orang di dalamnya saling berkomunikasi, berbasa-basi, berdebat, terlibat dalam wawancara, bertukar pengetahuan, berdagang, saling berbagi dukungan emosional, membuat rencana, berpendapat, bergosip, menemukan dan kehilangan teman, memainkan permainan, dan menciptakan seni. Di dalam komunitas virtual, orang-orang dapat menikmati perasaan sebagai sahabat selayaknya di komunitas atau lingkungan dunia nyata. Perbedaannya terletak pada kedalaman emosi dan interkoneksi yang tidak bisa merata jika hanya mengandalkan komunikasi di dunia maya. Hal ini karena komunitas identik dengan kedalaman emosi dan juga interkoneksi antar anggota.

Menurut Tamir & Mitchell (dalam Hill, dkk., 2014, h. 313), komunitas virtual telah memanfaatkan karakteristik dasar manusia, yakni akan memicu otak memproduksi hormon endorfin ketika seseorang mengungkapkan informasi tentang dirinya. Seseorang cenderung menikmati proses pembentukan koneksi di dalam suatu komunitas virtual karena merasa saling terhubung satu dengan yang lain tanpa dibatasi ruang dan waktu.

## 2. Komunikasi Interpersonal dan Pengungkapan Diri

Di dalam suatu komunitas virtual, terjadi komunikasi interpersonal antar anggota. Interaksi antar anggota komunitas bisa terjadi ketika anggota memulai membagikan informasi yang berkaitan dengan dirinya atau yang dikenal dengan istilah pengungkapan diri. Komunikasi interpersonal dalam penelitian ini dapat dimengerti melalui makna dari kata *Interpersonal* yang terdiri dari *inter* artinya antara dan *person* artinya orang. Secara umum komunikasi interpersonal adalah

komunikasi yang terjadi antara dua orang (Wood, 2013, h. 21-22). Komunikasi Interpersonal menurut Joseph A. Devito (2007, h. 5) merupakan komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang membentuk hubungan dan saling terhubung satu dengan yang lain. Komunikasi Interpersonal terhitung saat pesan pertama kali dipertukarkan diantara pengirim dan penerima pesan.

Bentuk Komunikasi Interpersonal saat ini tidak sebatas komunikasi tatap muka, melainkan secara *online*. Percakapan dan interaksi dalam Komunikasi Interpersonal secara *online* terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu e-mail, *mailing list group*, pesan instan, dan grup chat (DeVito, 2007, h.6).

E-mail merupakan sebuah surat elektronik yang dapat mengirim pesan dan dokumen tertentu melalui komputer yang terhubung dengan internet kepada alamat penerima. E-mail tidak terbatas ruang dan waktu namun spontanitas komunikasi melalui e-mail bisa saja berkurang. Misalnya, seseorang mengirim pesan hari ini, namun penerima pesan baru membuka dan membalas pesan tersebut minggu depan (DeVito, 2007, h. 7).

*Mailing list group* adalah sebuah grup yang berisi orang-orang dengan ketertarikan atau kesukaan yang sama dan membahas topik tertentu. Orang-orang dalam grup ini berkomunikasi satu dengan yang lain melalui E-mail dengan mendaftarkan alamat e-mail dan berlangganan. Pesan yang dikirimkan seseorang akan otomatis terkirim ke seluruh anggota dalam grup (DeVito, 2007, h. 7).

Pesan instan, yaitu sebuah sistem text yang memungkinkan orang-orang berinteraksi melalui pesan singkat dalam waktu yang sama. Dalam pesan singkat,

seseorang dapat bermain *game*, mendengarkan musik, dan mengirim file melalui Handphone (DeVito, 2007, h. 7).

Grup *chat* adalah sebuah grup yang memungkinkan orang-orang untuk berinteraksi di waktu yang sama. Komunikasi dilakukan lewat *chat* berupa text atau suara yang dapat dilihat dan dibalas oleh semua anggota grup. Grup *Chat* memungkinkan orang-orang yang memiliki kesukaan yang sama saling terhubung dan fokus membahas topik tertentu. Dengan bentuk komunikasi ini, orang-orang yang tidak saling mengenal sebelumnya dapat berkomunikasi secara virtual (DeVito, 2007, h. 7).

Tujuan seseorang terlibat dalam komunikasi interpersonal, antara lain (DeVito, 2007, h. 7-8):

- a. Belajar, seseorang dapat memahami dunia luar secara lebih luas melalui interaksi interpersonal, seperti membicarakan benda, kegiatan, orang lain, atau informasi yang datang dari media dapat didiskusikan dengan orang lain sehingga informasi dapat lebih dipahami. Faktanya, kepercayaan, perilaku, tingkah laku, dan nilai yang dipercaya seseorang banyak dipengaruhi melalui komunikasi interpersonal. Selain itu, hal penting lainnya adalah melalui komunikasi interpersonal, seseorang dapat belajar tentang diri sendiri. Melalui pengungkapan diri atau informasi tentang diri sendiri yang diceritakan kepada orang lain, seseorang akan mendapatkan masukan yang berharga terkait perasaan, pikiran, dan tingkah laku.
- b. Membangun hubungan, salah satu kebutuhan seseorang adalah untuk membentuk dan menjaga hubungan dekat dengan orang lain. Seseorang

memiliki keinginan untuk disukai dan dicintai, serta menyukai dan mencintai orang lain. Dengan menjalin suatu hubungan, dapat membantu mengurangi kesendirian dan perasaan depresi, memungkinkan untuk membagi dan meningkatkan perasaan senang, dan membuat seseorang merasa lebih memiliki perasaan yang positif.

- c. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku, mempersuasi orang lain untuk melakukan berbagai hal sesuai tujuan yang ingin dicapai. Menurut Canary, Cody, & Manusov (DeVito, 2007, h. 8), tujuan mempersuasi dalam komunikasi interpersonal, yaitu *Self- presentation* (ketika seseorang berkomunikasi dengan maksud memberikan gambaran diri agar diterima orang lain sesuai yang diinginkan). Tujuan hubungan (berkomunikasi untuk membangun hubungan sesuai kebutuhan). Tujuan Instrumental (berkomunikasi untuk meminta orang lain melakukan sesuatu).

Dilihat dengan tujuan komunikasi interpersonal tersebut, dapat membantu seseorang melakukan pengungkapan diri. Pengungkapan diri menurut Joseph A. DeVito (2007, h. 65), adalah mengungkapkan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain. Informasi tersebut dapat berupa nilai, kepercayaan, keinginan, kebiasaan, kualitas pribadi, karakteristik, pengalaman, dan perasaan. Pengungkapan diri setidaknya melibatkan dua orang atau lebih. Pengungkapan diri terjadi saat informasi disampaikan seseorang dan diterima, serta dimengerti orang lain.

Pengungkapan diri sebetulnya tidak hanya terjadi dalam tingkat komunikasi interpersonal saja, melainkan juga dapat terjadi di kelompok kecil, publik, media

massa, serta terjadi secara tatap muka dan *online* (DeVito, 2007, h. 65). Menurut penelitian Levine & Joinson (dalam DeVito, 2007, h. 65), pengungkapan diri melalui interaksi *online* terjadi lebih cepat dan berada di tahap yang tinggi dibanding pada interaksi tatap muka. *Chat group* merupakan salah satu contoh ideal terjadinya pengungkapan diri orang-orang yang terlibat di dalamnya.

Adapun tingkatan pengungkapan diri dalam komunikasi menurut Powell (dalam Supratiknya, 1995, h. 35) sebagai berikut:

- a. Basa-basi, artinya tingkat pengungkapan diri yang paling rendah. Pada tingkat ini informasi tentang diri sendiri masih sedikit saling dipertukarkan antar pribadi sehingga individu yang terlibat belum membentuk hubungan antarpribadi.
- b. Membicarakan orang lain, yaitu mengungkapkan informasi yang terkait hal-hal di luar individu. Isi komunikasi lebih dalam dibanding tingkat basa-basi tetapi belum banyak informasi tentang diri sendiri yang diungkap satu sama lain.
- c. Menyatakan pendapat atau gagasan, artinya tingkat pengungkapan diri yang memungkinkan individu mengungkapkan informasi tentang dirinya kepada orang lain. Pada tingkat ini hubungan antarpribadi mulai erat.
- d. Perasaan, yaitu tingkat pengungkapan diri yang dilakukan individu berkaitan dengan pendapat atau gagasan serta informasi tentang dirinya yang didasari oleh adanya perasaan yang jujur dan mendalam. Setiap individu pada tingkat ini memiliki perasaan dan emosi yang berbeda-beda satu sama lain yang melengkapi informasi yang diungkap.

- e. Hubungan puncak, yaitu pengungkapan diri yang terus dilakukan antar individu berada pada tahap yang semakin mendalam. Tahap ini ditandai dengan adanya umpan balik dari penerima pesan kepada individu yang melakukan pengungkapan diri. Masing-masing individu yang terlibat dalam pengungkapan diri pada tahap ini mampu untuk menghayati pentingnya hubungan yang dijalin satu dengan yang lain serta dilandasi oleh perasaan.

Menurut Joseph DeVito (2007, h. 65), terdapat beberapa alasan seseorang melakukan pengungkapan diri, antara lain:

- a. Kebutuhan untuk menyingkirkan perasaan bersalah atau mengakui kesalahan, mengungkapkan penyesalan, cerita berdasar pengalaman
- b. Agar terlihat baik di mata orang lain dengan mengungkapkan kualitas diri, mengenai keberanian, kebulatan tekad, atau pencapaian
- c. Untuk membantu atau menuntun orang lain, seperti berbagi cerita perjalanan sukses
- d. Mendorong pertumbuhan dan perkembangan hubungan, menjaga dan memperbaiki hubungan, bahkan mengakhiri sebuah hubungan. Pada konteks ini, tingkat pengungkapan diri bergantung juga dengan seberapa intim suatu hubungan. Jika hubungan yang dibangun mencapai kedekatan intim, maka informasi yang diungkap akan semakin mendalam. Sedangkan jika masih berada di tahap awal hubungan maka informasi yang diungkap akan sebatas permukaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan diri sebagai bagian dari komunikasi interpersonal, antara lain (DeVito, 2007, h. 66-68):

a. Karakter seseorang

Seseorang yang terbuka dan suka bergaul, nyaman saat berinteraksi, kompeten, memiliki harga diri tinggi, memiliki kepercayaan diri tinggi akan melakukan pengungkapan diri yang lebih tinggi dan akan cenderung mengungkapkan hal positif. Sedangkan seseorang yang tertutup, sulit bergaul, kurang memiliki harga diri, kurang memiliki kepercayaan diri akan sedikit mengungkapkan diri.

b. Budaya

Cara pengungkapan diri juga dipengaruhi latar belakang budaya secara geografis. Pengungkapan diri di setiap negara berbeda-beda. Di negara Amerika Serikat, seseorang akan lebih nyaman mengungkapkan diri dengan seseorang dengan latar belakang budaya yang sama dibanding dengan seseorang lintas budaya.

c. Gender

Menurut penelitian Sprecher (dalam DeVito, 2007, h. 67), perempuan cenderung lebih sering mengungkapkan diri dibanding laki-laki. Informasi yang diungkap perempuan berkaitan dengan hubungan percintaan pribadi, perasaan, ketakutan, atau tentang teman kerja. Sedangkan menurut GoodWin dan Lee (dalam DeVito, 2007, h. 67) Perempuan cenderung meningkatkan kedalaman pengungkapan diri untuk membuat suatu hubungan menjadi lebih intim, sedangkan laki-laki cenderung tidak meningkatkan level pengungkapan dirinya. Karena laki-laki menganggap topik yang tabu tentang dirinya tidak akan dibagikan kepada orang lain.

d. Pendengar atau penerima pesan



Menurut Tidwell & Walther (dalam DeVito, 2007, h. 67), Pengungkapan diri dengan mudah terjadi dalam kelompok kecil dan kelompok yang terdiri dari dua orang, dibandingkan dengan kelompok yang besar. Seseorang yang mengungkapkan diri kepada satu pendengar atau penerima pesan, akan mendapatkan respon yang intens dan dapat memonitor pengungkapan informasinya. Dalam arti jika pendengar memberikan respon positif maka pengungkapan diri bisa diteruskan sedangkan jika respon yang didapat negatif maka pengungkapan diri dapat dihentikan. Pengungkapan diri dalam kelompok besar cenderung sulit untuk melakukan monitor karena respon yang diberikan masing-masing pendengar sangat bervariasi. Untuk itu menurut penelitian, orang-orang dalam kelompok besar lebih efektif untuk melakukan pengungkapan diri dengan strategi yang tepat melalui percakapan *Computer Mediated Communication* (CMC) yang lebih intens dari tatap muka untuk mengurangi ketidakpastian.

Menurut McGill (dalam DeVito, 2007, h. 68), seseorang melakukan pengungkapan diri cenderung dalam hubungan yang bersifat sementara dibandingkan permanen. Seseorang akan membangun hubungan dengan satu atau lebih orang lain di internet, dan melakukan pengungkapan diri yang signifikan karena orang tersebut berpikir bahwa ia tidak akan bertemu dengan orang-orang yang ada di internet tersebut dan mereka tidak akan pernah tahu di mana seseorang yang melakukan pengungkapan diri, tinggal bekerja dan lainnya.

- e. Topik dan saluran

Menurut Jourard (dalam DeVito, 2007, h. 68), topik pengungkapan diri yang dilakukan seseorang cenderung berkaitan dengan informasi mengenai pekerjaan, hobi, dan hal-hal yang disukai dibandingkan dengan informasi yang bersifat pribadi, hal negatif, kehidupan seks dan situasi keuangan.

Menurut Suller (dalam DeVito, 2007, h. 68), saluran yang digunakan untuk mengungkapkan diri dapat dilakukan secara tatap muka dan *online*. Saluran *online* banyak digunakan untuk pengungkapan diri melalui percakapan grup karena lebih bersifat terselubung dan anonimitas.

Menurut Jourard (dalam Sari, 2006, h. 14-15), dimensi pengungkapan diri antara lain:

- a. Keluasan (*breadth*), berkaitan dengan topik atau materi informasi yang diungkap oleh seseorang. Informasi yang diungkap berkaitan tentang diri sendiri yang dibagi menjadi enam kategori, yaitu sikap dan pendapat, rasa dan minat, pekerjaan atau pendidikan, uang, kepribadian, dan tubuh.
- b. Kedalaman (*depth*), berkaitan dengan ukuran seberapa dalam dan terbukanya seseorang kepada orang lain dilihat dari informasi yang diungkap. Terdapat empat tingkatan kedalaman pengungkapan diri, yaitu tidak pernah bercerita tentang diri sendiri kepada orang lain, berbicara tentang hal yang umum, bercerita secara mendetail, dan berbohong dalam memberikan gambaran diri kepada orang lain.
- c. Target atau sasaran, berkaitan dengan penerima pesan atau orang yang dipilih untuk menerima pengungkapan diri seseorang. Penerima pesan terdiri dari

ayah, ibu, teman, dan pasangan. Setiap jenjang umur pilihan target dapat berubah.

Menurut Joseph DeVito (2007, h. 68-69), Manfaat pengungkapan diri bagi seseorang, yaitu:

- a. Pengetahuan diri, yakni seseorang bisa mendapatkan perspektif baru tentang dirinya dan bisa lebih memahami tingkah lakunya. Pengungkapan diri membantu seseorang untuk belajar menerima diri sendiri melalui bantuan dan dukungan orang lain sehingga memungkinkan seseorang membangun konsep diri yang lebih positif.
- b. Efektivitas komunikasi dan hubungan, yakni seseorang bisa saling mengenal satu sama lain melalui informasi yang diungkap dan masing-masing orang juga bisa lebih memahami orang lain. Sprecher (dalam DeVito, 2007, h.68) menyatakan jika pasangan yang melakukan pengungkapan diri secara signifikan akan memiliki hubungan yang langgeng dibandingkan mereka yang tidak melakukan pengungkapan diri. Pengungkapan diri membantu seseorang untuk memiliki hubungan yang lebih intim dan meningkatkan kepuasan hubungan.
- c. Kesehatan Fisiologis, yakni seseorang yang melakukan pengungkapan diri dapat mengurangi risiko penyakit. Menurut Pennebaker (dalam DeVito, 2007, h. 69), seseorang yang mengungkapkan diri kepada orang lain dapat mengurangi beban pikiran dan menghindari *stress* yang memicu berbagai penyakit.

## F. Kerangka Konsep

Penelitian ini melibatkan komunikasi interpersonal antar anggota komunitas di dalamnya yang berkaitan dengan proses pengungkapan diri. Komunitas Motherland hadir sebagai bagian dari lahirnya media baru dalam bentuk media sosial jenis jejaring sosial Facebook. Komunitas Motherland berbasis internet dan berada di dunia maya. Sesuai pernyataan Rheingold (dalam Kozinets, 2015), komunitas virtual Motherland dipahami sebagai sebuah kelompok yang dibentuk ibu-ibu muda pengguna Facebook yang memiliki ketertarikan seputar *parenting* yang berkumpul di dunia virtual atau siber.

Komunikasi interpersonal yang dilihat dalam penelitian ini terjadi antara 2 atau lebih anggota komunitas virtual Motherland yang saling terhubung melalui fasilitas *update status*. Secara khusus penelitian ini mengarah pada komunikasi interpersonal secara *online* dengan jenis grup *chat*. Sesuai pernyataan Joseph DeVito (2007, h.7), jenis komunikasi interpersonal grup chat memungkinkan anggota komunitas Motherland yang memiliki ketertarikan yang sama saling terhubung dan fokus membahas topik *parenting*. Komunitas virtual Motherland membentuk grupnya di Facebook dengan pengaturan grup yang dapat dilihat publik namun yang dapat berkomentar hanya anggota komunitas yang diterima pertemanannya oleh komunitas virtual Motherland.

Tujuan komunikasi interpersonal (DeVito, 2007, h. 7-8) dalam penelitian ini secara khusus yang berkaitan dengan dorongan untuk melakukan pengungkapan diri yang dilakukan anggota komunitas virtual Motherland. Dari segi untuk **belajar**, saat berkomunikasi melalui pengungkapan diri, anggota komunitas virtual

Motherland akan belajar tentang diri sendiri karena mendapatkan masukan yang berharga terkait perasaan, pikiran, dan tingkah laku. **Membangun hubungan**, ibu-ibu muda dalam komunitas virtual Motherland memiliki keinginan untuk mencintai dan dicintai, mengurangi kesepian dan depresi, dan mendapatkan perasaan positif. **Mempengaruhi sikap dan tingkah laku**, yaitu ada maksud tertentu anggota komunitas virtual Motherland berkomunikasi, baik itu untuk memberikan gambaran diri, membangun hubungan, dan meminta anggota lain melakukan sesuatu untuk dirinya.

Pada penelitian ini, peneliti akan melihat tingkatan pengungkapan diri dalam komunikasi yang terjadi sesuai pernyataan Powell (dalam Supratiknya, 1995), mulai dari **Basa-basi**, yaitu pengungkapan diri terendah dari anggota komunitas virtual Motherland. **Membicarakan orang lain**, yaitu ketika anggota komunitas virtual Motherland bercerita tentang orang lain di grup Facebook. **Menyatakan pendapat atau gagasan**, yaitu ketika anggota komunitas virtual Motherland mulai terbuka menyampaikan pendapatnya. **Perasaan** berkaitan dengan tingkat pengungkapan diri yang berada di tahap tinggi karena melibatkan perasaan jujur, mendalam, dan mengandung emosi dari anggota komunitas virtual Motherland. **Hubungan puncak** berkaitan dengan pengungkapan diri yang mendalam dari anggota komunitas virtual Motherland karena menghayati hubungan yang dijalain di dalam komunitas.

Penelitian ini akan melihat alasan anggota komunitas virtual Motherland dalam mengungkapkan diri, sesuai penjelasan John DeVito (2007, h. 65), terutama terkait alasan **kebutuhan** yang biasanya berisi cerita pengalaman, penyesalan, dan

kesalahan. Serta mendorong **pertumbuhan dan perkembangan hubungan** yang terkait seberapa intim kedekatan anggota komunitas virtual Motherland akan mempengaruhi seberapa dalam pengungkapan diri dilakukan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri di dalam komunitas virtual Motherland (DeVito, 2007, h. 66-68), **karakter anggota** berkaitan dengan bagaimana anggota akan semakin terbuka untuk mengungkapkan diri jika memiliki karakter yang suka bergaul, kompeten, dan harga diri tinggi. **Budaya**, berkaitan dengan bagaimana setiap anggota komunitas virtual Motherland yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia memiliki budaya yang berbeda saling mengungkapkan diri. **Gender**, dalam konteks ini yang lebih sering melakukan pengungkapan diri adalah perempuan, maka dari itu anggota komunitas virtual Motherland terdiri dari ibu-ibu muda yang berpotensi sering melakukan pengungkapan diri. **Pendengar atau penerima pesan**, berkaitan dengan kepercayaan anggota komunitas virtual Motherland antara satu sama lain saat mengungkapkan diri sekalipun tidak pernah bertemu sebelumnya. **Topik** melihat informasi yang diungkap anggota komunitas virtual Motherland yang justru bersifat pribadi. **Saluran** berkaitan dengan penggunaan Facebook melalui fasilitas *update status* sebagai sarana pengungkapan diri

Penelitian ini melihat pengungkapan diri anggota komunitas virtual Motherland dengan dimensi; **keluasan** yang berkaitan dengan topik yang diungkap oleh anggota komunitas virtual Motherland dengan kategori sikap dan pendapat, rasa dan minat, pekerjaan atau pendidikan, uang, kepribadian, dan tubuh. **Kedalaman** berkaitan dengan ukuran seberapa dalam dan terbukanya anggota

komunitas virtual Motherland saat mengungkapkan diri dilihat dari empat tingkatan, yaitu tidak pernah bercerita tentang diri sendiri kepada orang lain, berbicara tentang hal yang umum, bercerita secara mendetail, dan berbohong dalam memberikan gambaran diri kepada orang lain. **Target atau sasaran** berkaitan dengan siapa yang dituju oleh anggota komunitas virtual Motherland saat melakukan pengungkapan diri.

Manfaat pengungkapan diri dalam penelitian ini sesuai pernyataan Joseph DeVito (2007, h. 68-69), antara lain **pengetahuan diri** yang berkaitan saat anggota komunitas virtual Motherland melakukan pengungkapan diri maka ia mendapat perspektif baru, bantuan, atau dukungan positif. **Efektivitas Komunikasi dan hubungan** berkaitan dengan bagaimana pengungkapan diri dapat membuat anggota komunitas virtual Motherland saling mengenal dan memahami satu sama lain sehingga hubungan di dalam komunitas virtual dapat terjalin. **Kesehatan Fisiologis** berkaitan saat anggota komunitas virtual Motherland melakukan pengungkapan diri mampu mengurangi beban pikiran dan menghindari *stress*.

Media yang digunakan untuk mengungkapkan diri dalam penelitian ini difokuskan pada media sosial jejaring Facebook. Sesuai penuturan (Hill, dkk., 2014, h. 7) dalam penelitian ini media sosial adalah alat yang digunakan oleh anggota komunitas virtual Motherland untuk menyimpan dan mengirim informasi tentang dirinya berupa teks, gambar, maupun suara dengan bantuan jaringan internet. Media sosial dalam konteks ini digunakan oleh ibu-ibu muda untuk berinteraksi diantara satu sama lain dalam komunitas virtual sehingga mereka dapat saling terhubung. Dalam penelitian ini, media sosial memungkinkan anggota

komunitas virtual Motherland dapat memproduksi, menerbitkan, membagi, dan mengonsumsi konten terkait pengungkapan diri masing-masing anggota.

Media sosial dalam penelitian ini termasuk ke dalam jenis situs jejaring sosial yang memfasilitasi anggota komunitas virtual Motherland saling berbagi dengan jangkauan pertemanan yang luas. Situs jejaring sosial yang difokuskan dalam penelitian ini adalah Facebook. Sesuai pernyataan Toral (dalam Hill, dkk., 2014, h. 7), melalui situs jejaring sosial, terutama dalam konteks penelitian ini Facebook memungkinkan anggota komunitas virtual Motherland saling membagikan pengetahuan, mengungkapkan masalah dan solusi, mencari dan menawarkan saran, menyampaikan cerita, dan mendebatkan isu atau ketertarikan yang berkaitan dengan topik *parenting*, keluarga, dan pengalaman pribadi.

Pada penelitian ini, sesuai pernyataan Boyd dan Ellison (dalam Hill, dkk., 2014, h. 7), anggota komunitas virtual Motherland dalam situs jejaring sosial dapat berbicara dan menuangkan isi pikiran sehingga suatu hubungan dapat terbentuk diantara mereka yang tidak saling mengenal dan bahkan tidak pernah bertemu sebelumnya. Maka dari itu, Facebook dalam penelitian ini dimengerti sebagai *platform* komunikasi yang telah menghubungkan ibu-ibu muda yang memiliki ketertarikan yang sama ke dalam suatu komunitas virtual Motherland.

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu memahami realitas sosial melalui penelitian yang dilakukan



secara alamiah. Objek berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi peneliti, dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika objek (Sugiyono, 2013, h.8). Selain itu, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti bisa mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam terhadap situasi sosial yang diteliti.

## **2. Jenis Penelitian**

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Deskriptif dianggap sebagai jenis penelitian yang digunakan untuk mendapatkan gambaran dan memahami suatu hal atau fenomena *setting* sosial yang terjadi di lapangan (Iskandar, 2008). Jenis deskriptif dipilih karena sesuai tujuan penelitian yang ingin mencari tahu gambaran dan memahami fenomena pengungkapan diri di dalam komunitas virtual Motherland.

## **3. Subjek Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif ini, menentukan informan atau subjek penelitian merupakan bagian penting karena berkaitan dengan sumber informasi bagi penelitian. Subjek penelitian adalah orang atau pihak yang dianggap berkompeten dan memiliki pengetahuan terkait dengan fokus masalah penelitian (Iskandar, 2008, h. 2019). Pada penelitian ini, peneliti telah menetapkan kriteria subjek penelitian yang relevan dengan topik yang diteliti, antara lain:

- 1) Bergabung dan menjadi anggota aktif di komunitas virtual Motherland
- 2) Mengunggah status di grup Facebook komunitas virtual Motherland
- 3) Ikut berkomentar di unggahan status anggota komunitas virtual Motherland

Berdasarkan ketiga kriteria di atas, peneliti kemudian berkoordinasi dengan pendiri Komunitas Motherland. Pendiri Komunitas Motherland menyarankan 3 orang anggota yang memenuhi kriteria di atas dan selanjutnya menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini. Selain itu, untuk memvalidasi data, peneliti juga memilih pendiri Komunitas Motherland sebagai narasumber. Adapun keempat orang tersebut, yaitu:

- 1) Shopia
- 2) Nadya Shinta Eka Putri
- 3) Nabila Rialto
- 4) Nurul Hasanah Sahid (Mami Ara)

Dengan demikian, keempat orang tersebut ditetapkan peneliti sebagai subjek dalam penelitian ini.

#### **4. Objek Penelitian**

Menurut Arikunto (2010), objek penelitian merupakan fokus bahasan dalam penelitian yang sudah ditentukan peneliti. Pada penelitian ini objek penelitian adalah anggota komunitas virtual Motherland dalam mengungkapkan diri di jejaring sosial Facebook.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdapat tiga macam, yaitu:

##### **a. Wawancara Mendalam**

Teknik wawancara mendalam dilakukan peneliti kepada anggota komunitas virtual Motherland yang berkaitan dengan pengungkapan diri. Sesuai dengan pernyataan Susan Stainback (dalam Sugiyono, 2013, h. 232), dengan wawancara

maka peneliti dapat mengetahui secara mendalam tentang anggota komunitas virtual Motherland dalam mengungkapkan diri di jejaring sosial Facebook. Data yang diperoleh dalam wawancara dapat menjadi bahan untuk mendalami situasi dan mendapat informasi yang dibutuhkan dalam menjawab fokus penelitian. Dalam penelitian ini model wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur sesuai pernyataan Esterberg (dalam Sugiyono, 2013, h. 233), yaitu kegiatan wawancara yang dilakukan dengan pedoman yang sudah disusun sebelumnya oleh peneliti. Peneliti telah mengetahui pasti tentang informasi yang akan diperoleh sehingga daftar pertanyaan sudah disiapkan sesuai dengan fokus masalah. Pada model penelitian ini, peneliti akan berkoordinasi dengan anggota komunitas virtual Motherland dan menyiapkan waktu tertentu untuk wawancara.

Data-data yang akan didapatkan dari metode wawancara, yaitu konfirmasi unsur-unsur yang terdapat pada teori komunikasi interpersonal meliputi tujuan komunikasi interpersonal, tingkatan pengungkapan diri yang dialami anggota komunitas virtual Motherland, alasan melakukan pengungkapan diri, faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri, dimensi pengungkapan diri anggota komunitas virtual Motherland, serta manfaat yang dirasakan anggota komunitas virtual Motherland saat melakukan pengungkapan diri.

#### **b. Studi Dokumentasi**

Teknik dokumentasi merupakan kumpulan referensi yang berkaitan dengan fokus penelitian dalam bentuk tulisan, gambar, dokumen pribadi, dokumen resmi, dan foto yang melengkapi metode wawancara. Data tersebut dipergunakan peneliti untuk membantu menafsirkan, menguji, dan memperkuat data terkait fokus

penelitian (Sugiyono, 2013, h. 240). Referensi yang digunakan dalam penelitian ini berupa gambar hasil tangkapan layar yang didapat peneliti untuk membuktikan pernyataan pada saat wawancara dengan anggota komunitas Motherland sehingga mampu memperkuat argumen dan hasil penelitian.

## **6. Teknik Analisis Data**

Setelah melalui proses pengumpulan data, selanjutnya yang dilakukan adalah analisis data. Analisis data dalam penelitian ini merupakan sebuah proses menyusun dan mengolah data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi secara sistematis. Data tersebut kemudian diorganisasikan ke dalam kategori, dipilih yang penting untuk dipelajari, dan dibuat kesimpulan agar informasi terkait penelitian dapat mudah dipahami orang lain (Sugiyono, 2013, h. 244).

Pada penelitian ini, model analisis data yang dipakai melalui tiga langkah sesuai penyampaian Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013, h. 246-253), yaitu:

- a. Reduksi data**, yaitu proses merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan hal penting, dan mencari tema serta pola dari data yang didapat dalam jumlah banyak, kompleks, dan rumit yang berasal dari hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi pada proses penelitian anggota komunitas virtual Motherland. Reduksi data dilakukan dengan panduan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini
- b. Penyajian data**, yaitu proses menyajikan data hasil penelitian yang didapat oleh peneliti ke dalam bentuk teks naratif, gambar, matriks, tabel, dan diagram untuk memudahkan memahami situasi yang terjadi. Pada penelitian ini, sajian

data yang digunakan peneliti dalam laporan penelitian berupa teks narasi dan gambar.

- c. **Penarikan kesimpulan dan verifikasi**, yaitu proses penarikan kesimpulan yang dilakukan setelah melalui proses reduksi dan penyajian data. Pada tahap ini, peneliti memastikan sebelumnya bahwa data sudah didukung bukti yang valid dan konsisten sehingga kesimpulan yang dibuat sebagai akhir laporan penelitian bersifat kredibel

## **7. Metode Triangulasi Data (Validitas Data)**

- a. Metode triangulasi data dalam penelitian ini digunakan sebagai pengujian kredibilitas dalam bentuk pengecekan data dari berbagai sumber, cara, dan waktu (Sugiyono, 2013, 273). Triangulasi data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data, yaitu dengan mengecek data yang diperoleh dari tiga narasumber yang terdiri dari tiga anggota komunitas virtual Motherland yang melakukan pengungkapan diri. Data dari ketiga narasumber kemudian dideskripsikan, dikategorikan, dilihat pandangan yang sama, pandangan yang berbeda, dilihat yang spesifik dari ketiga narasumber, kemudian menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2013, 274).