

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejatinya manusia sebagai makhluk sosial tentu akan terus terikat dengan perubahan dan tekanan diri yang dialami oleh dirinya sendiri, baik karena faktor internal maupun eksternal yang terkadang tidak diketahui. Permasalahan dalam cara mengekspresikan diri baik untuk mengeluarkan kondisi perasaan, pikiran, maupun tekanan dan tingkat stress yang terpendam yang dialami oleh seseorang menjadi satu hal yang terus berubah seiring perkembangan zaman yang dalam jurnal *Self-disclosure and Social Media: Motivations, Mechanisms and Psychological Well-being* biasa juga disebut dengan keterbukaan diri seseorang (Azis & Irwansyah, 2021:129). Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa menariknya kini Keterbukaan Diri ini banyak dilakukan seseorang dalam mengekspresikan diri di media sosial, terlepas pada kajian tradisionalnya yang berfokus pada tekanan psikologis dan stress yang tidak tertahan.

Media sosial yang merupakan dampak dari perkembangan zaman tentu tidak sepenuhnya memiliki karakteristik yang sama di tiap penggunaannya, tiap media sosial akan memberikan gambaran yang berbeda dengan keterbukaan karakter yang berbeda pula (Kenshanahan, 2018). Hal tersebut dirasa peneliti beririsan juga dengan keterbukaan diri. Dapat kita lihat sebelumnya, pada awalnya keterbukaan diri ini muncul karena pengaruh dari rasa percaya diri dan rasa nyaman yang dimiliki oleh seseorang kepada orang lain, yang tentu hal tersebut akan mempengaruhi seberapa terbukanya orang tersebut kepada yang lainnya (Oktavianti, 2018). Namun, hal tersebut juga perlu diperhatikan karena kembali pada karakteristik media sosial yang berbeda, maka peneliti juga memiliki asumsi bahwa bisa saja keterbukaan diri yang dilakukan seseorang dalam media sosial akan berbeda, dan bahkan bisa saja memiliki motif lainnya berdasarkan apa yang ditujunya dalam menggunakan media sosial. Sebelum mengkaji lebih jauh mengenai keterbukaan diri yang terjadi di media sosial, peneliti akan membandingkan bagaimana perkembangan dari keterbukaan diri ini yang pada awal mulanya dilakukan oleh seseorang secara tatap muka sebelum

beralih pada penggunaan teknologi yang ada. Terdapat perbedaan terkait praktik keterbukaan diri yang dilakukan secara *online* dan juga secara tradisional (tatap muka). Lin & Utz (dalam Yz-zahra & Hasfi, 2018) menjelaskan perbedaan yang ada pada keterbukaan diri secara *online* ada pada pengungkapan yang dilakukan seseorang yang dirasa sangat intim dan lebih memberikan dampak untuk dipersepsikan orang lain, sehingga akan menimbulkan persepsi yang ‘tidak pantas’ untuk diungkapkan secara online dan lebih baik secara privat. Sedangkan untuk secara *offline*, biasanya orang akan lebih membatasi diri dalam keterbukaan diri karena dirasa belum mengenal baik orang yang ditujunya dan tidak merasa perlu mengenalkan lebih dalam mengenai informasi tentang dirinya.

Namun ternyata, Rahardjo et al., (2020:220) menyebutkan terdapat pula kelebihan dari adanya keterbukaan diri secara *online* saat ini dimana keterbukaan diri di media sosial dianggap bermanfaat dan dapat menumbuhkan persahabatan yang lebih dekat dalam lingkup dunia maya, memberikan dukungan sosial dari tiap pengikutnya, dan mendapat kesejahteraan sosial secara *online* sehingga memberikan dampak positif dan tentu menarik dalam setiap pengguna media sosial. Meskipun demikian, peneliti melihat bahwa tiap keterbukaan diri yang dilakukan seseorang di media sosial akan bergantung pada persepsi orang tersebut melakukannya dengan tujuan apa dan bagaimana persepsi orang lain selama menerima keterbukaan diri tersebut di media sosial. Sehingga, bisa saja dampak dan proses keterbukaan diri di media sosial akan bergantung pada faktor-faktor lain yang menjadi tujuan dan penyebab dirinya melakukan keterbukaan tersebut.

Dilihat dari penjelasan Sari & Muktiyo (2018:3), peneliti menafsirkan meskipun keterbukaan diri ini memberikan dampak positif untuk tiap kondisi psikologis seseorang agar lebih percaya diri dan terbuka, namun dengan karakteristik media sosial yang beragam dan banyaknya kasus kejahatan tentang informasi privasi seseorang yang beredar maka mungkin saja keterbukaan diri ini dapat memiliki beragam motif dan pengaruh untuk tiap seseorang melakukannya dalam media sosial. Hal tersebut juga disebutkan oleh Oktavianti (2018:6) yang dimana keterbukaan diri

ini pada nyatanya menyebabkan seseorang bisa saja mengungkapkan informasi privasinya di media sosial tanpa adanya batasan.

Adanya proses keterbukaan diri dalam media sosial tentu tidak akan terlepas dari bagaimana perilaku seseorang dalam menggunakan media sosial yang selama ini dimilikinya. Jika meninjau dari penggunaan media sosial, riset Data Reportal mengenai jumlah pengguna media sosial di Indonesia saat ini mencapai 191,4 juta pengguna per Januari 2022 (Jemadu & Prastya, 2022). Selain itu pun, media sosial yang saat ini banyak digunakan dalam rentan tahun 2015-2022 menurut laporan *We Are Social* adalah Whatsapp dengan urutan pertama mencapai 88,7% dan Instagram mencapai 84,8% (Mahdi, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa tentu cukup banyak orang-orang melakukan keterbukaan diri di media sosial, karena menurut Sagiyanto & Ardiyanti (2018:82) media sosial ini digunakan untuk ekspresi diri dan menjadi salah satu bentuk keterbukaan diri karena makna dari keterbukaan diri itu sendiri yang merupakan sebuah perilaku komunikasi baik dilakukan secara verbal maupun non-verbal.

Pandangan peneliti juga didukung dengan pernyataan oleh Rizkyarini & Annisa (2020) yang dimana mendasar pada penggunaan media sosial disamping keterbukaan diri yang menjadi dampak. Rizkyarini & Annisa (2020) menyatakan bahwa adanya kemajuan teknologi tentu memberikan kemudahan bagi tiap aktivitas seseorang, terlebih lagi untuk berkomunikasi bersama orang lain dalam jarak yang cukup jauh, namun demikian tidak jarang pengguna media sosial juga justru menjadi berbanding terbalik merasa dekat dengan orang jauh tetapi tidak dengan sekitarnya, dan tentu hal tersebut selaras dengan adanya perbedaan dari keterbukaan diri secara *offline* dan *online* yang memiliki perbedaan dan dampak yang berbeda. Maka dari itu, keterbukaan diri ini juga akan bergantung pada penggunaan dan persepsi tiap orangnya baik dalam berbagai macam tujuan yang ingin dicapai maupun berbagai bentuk yang dihasilkan.

Melihat pada kondisi saat ini, Sari & Muktiyo (2018:3) juga menjelaskan bahwa media sosial seperti Instagram tentu memiliki beberapa fitur yang menunjang seseorang untuk bisa lebih aktif melakukan keterbukaan diri, utamanya ada dalam unggahan foto yang dimana tentunya hal tersebut akan memicu seseorang untuk

Indriani Pratiwi, 2023

PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

melakukan keterbukaan melalui foto yang diunggahnya. Ada kalanya hal tersebut tentu memiliki dampak positif dalam meningkatkan kepercayaan diri seseorang, namun tentu bisa juga menjadi *boomerang* dimana pada kenyataannya, orang-orang cenderung lebih nyaman mengungkapkan semua informasi tentang dirinya di media sosial seperti curahan hati, perasaan, kehidupan, agama, dan bahkan informasi privasi lainnya.

Perlu diketahui juga, biasanya bentuk keterbukaan diri yang dilakukan seseorang melalui media sosial ada pada unggahan status, chatting, komentar, atau bahkan unggahan foto ataupun video yang merekam berbagai kejadian atau perasaan yang dialami oleh seseorang agar diketahui oleh pengguna media sosial lainnya (Sagiyanto & Ardiyanti, 2018:81). Dari bentuk-bentuk tersebut, seseorang biasanya akan menampilkan nilai-nilai yang positif agar menciptakan sikap yang baik dan jujur yang dirasakan pula oleh orang lain di media sosial, dan nilai tersebut akan mempengaruhi bagaimana tiap orang menampilkan diri atau melakukan keterbukaan diri di media sosial (Rahardjo et al., 2020:221). Hal tersebut juga dinyatakan oleh Merlin & Fitriani (2019:201) yang menganggap bahwa seseorang melakukan keterbukaan diri itu dengan tujuan untuk mendapatkan respon dan penilaian baik, dan salah satunya dapat tercermin dalam penggunaan media sosial dalam tindakan mengunggah swafoto (*selfie*).

Tindakan swafoto (*selfie*) atau perilaku mengunggah foto ke media sosial menjadi salah satu bentuk dalam praktik keterbukaan diri, dan hal tersebut menjadi salah satu yang menarik karena keterkaitannya dan fenomena swafoto yang terjadi sehingga menimbulkan dua kubu atau perspektif yang bertentangan sangat berkaitan dengan keterbukaan diri. Bahkan, penelitian yang dilakukan Williamson et al., (2017) menjelaskan bahwa membagikan foto pribadi di media sosial sudah menjadi kegiatan populer yang ada di seluruh platform dan merupakan sebuah aktivitas dalam melakukan keterbukaan diri. Bahkan menurutnya, beberapa orang menganggap bahwa kegiatan swafoto ini merupakan sebuah bentuk dari narsistik atau dampak negatif dari kecanduan berfoto, disamping bahkan ada pula yang menganggap bahwa swafoto ini menjadi peringatan dari hilangnya privasi mengenai keterbukaan diri.

Melihat hal tersebut, peneliti melihat bahwa swafoto atau dikenal dengan sebuah fenomena mengunggah foto di media sosial juga sangat berkaitan dengan keterbukaan diri. Adapun keterkaitan swafoto dengan keterbukaan diri ini dapat dilihat dari pernyataan Merlin & Fitriani (2019:200) dimana tujuan seseorang menggunakan media sosial terutama Instagram yang mendukung dari segi fitur dan sebagai media sosial terbanyak digunakan berdasarkan laporan *We Are Social* (Mahdi, 2022) yaitu sebagai bentuk aktualisasi diri yang secara tidak langsung melakukan keterbukaan diri melalui swafoto. Dan ternyata, disamping keterbukaan diri yang dilakukan secara *online* memiliki berbagai persepsi, swafoto pun sama halnya hingga saat ini memiliki berbagai persepsi dan pandangan di mata publik.

Fenomena swafoto hingga kini masih menimbulkan berbagai macam persepsi baik dari segi oponent maupun proponent sesuai dengan perkembangannya dari mulai awal muncul hingga menimbulkan berbagai dampak yang dihasilkan. Hooti (2014:5) bahkan menyampaikan bahwa fenomena swafoto ini menjadi kontroversial karena ada beberapa golongan orang yang berpikir bahwa tindakan swafoto merupakan sebuah tindakan naif yang hanya berbentuk pengambilan gambar, disertai dengan cara tiap orang melakukan representasi diri, disamping terdapat juga golongan orang yang menganggap bahwa tindakan swafoto merupakan sebuah masalah serius yang mengacu pada penyalahgunaan melalui media sosial yang bisa saja berakibat fatal.

Swafoto ini merupakan sebuah fenomena baru yang sudah tersebar luas di masyarakat dan bermunculan di tiap platform media sosial seperti Instagram, hingga kini swafoto juga banyak menimbulkan berbagai persoalan baru karena didasari oleh setiap keinginan individu dalam menampilkan ekspresi, latar, atau atribut yang digunakan ke media sosial (Ikhsan & Pranata, 2018:2). Swafoto ini telah lama muncul seiring dengan adanya penggunaan media sosial yang semakin merajalela, sehingga tidak bisa dipungkiri hingga kini swafoto tentu akan memiliki berbagai dampak dalam kehidupan yang terus berkembang bagi tiap orang yang melakukannya.

Sebelum melihat lebih jauh dampak dari adanya fenomena swafoto ini, kita juga perlu mengetahui secara garis besar mengenai apa sebenarnya swafoto yang sering banyak diperbincangkan dan dilakukan oleh tiap orang. Pada tahun 2013, Oxford

Indriani Pratiwi, 2023

PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dictionaries mengumumkan bahwa ‘*selfie*’ atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan ‘swafoto’ merupakan sebuah tindakan mengenai mengambil foto oleh diri sendiri menggunakan gawai ataupun *webcam* yang diunggahnya ke media sosial (Vaate et al., 2018:5). Karena karakteristik media sosial terutama Instagram banyak digemari dan memiliki fitur khusus dalam mendukung seseorang melakukan swafoto, maka tidak sedikit juga Instagram digunakan untuk bentuk aktualisasi diri dan aktivitas mengunggah foto sesuai dengan konsep swafoto yang telah dijelaskan sebelumnya.

Bahkan, penggunaan media sosial terus meningkat hingga saat ini dan berdasarkan pada laporan *We Are Social* bahwa terdapat media sosial Instagram dengan 84,8% sebagai media sosial paling banyak digunakan kedua dalam tahun 2015-2022 (Mahdi, 2022). Uniknya, sejak tahun 2012 Caers (dalam Nurdiana, 2018:1) mengungkapkan bahwa sekiranya ada 1 miliar pengguna aktif media sosial yang ikut dan terlibat melakukan tindakan mengunggah swafoto di tiap media sosialnya baik dalam menunjukkan foto dirinya, teman, keluarga, hingga orang lain disekitarnya dan bahkan terus meningkat hingga saat itu mencapai pada angka 17.000% unggahan ke media sosial. Hal tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial sangat tinggi saat ini, dan jika dikaitkan dengan penelitian Caers (dalam Nurdiana, 2018:1) maka penggunaan media sosial yang tinggi juga melibatkan tindakan swafoto terlebih lagi dalam media sosial Instagram.

Jika melihat dari keterbukaan diri dan pelaku pengguna media sosial, maka biasanya remaja akan lebih banyak frekuensinya dalam melakukan swafoto yang dimana berdasarkan riset yang dilakukan Suk (dalam Nurdiana, 2018:2) pada tahun 2014 terdapat sebanyak 30% aktivitas swafoto dilakukan oleh orang-orang yang berada pada rentang usia 18-24 tahun. Adapun 40% dari rentang usia 18-35 tahun mengatakan bahwa mereka cenderung mengunggah satu swafoto perminggu ke media sosial dan 36% lainnya biasanya memanipulasi foto yang akan diunggahnya dengan menyunting agar terlihat baik dan sempurna sebelum mengunggahnya ke media sosial. Dengan begitu hasil risetnya juga menyatakan bahwa 14% jumlah swafoto akan terus meningkat.

Riset yang dilakukan Suk (dalam Nurdiana, 2018:2) juga menurut peneliti berkaitan dengan bahwa remaja memang pelaku yang cukup sering melakukan dan mengunggah swafoto ke media sosial. Hal tersebut memperlihatkan bahwa swafoto hingga kini sering dilakukan di media sosial dan rata-rata yang melakukannya ada pada rentang usia remaja, karena remaja juga pada tahun 2020 berdasarkan Laporan Statista dalam rentang umur 18-24 tahun menempati posisi kedua mayoritas pengguna media sosial dengan angka laki-laki sebanyak 16,1% serta perempuan sebanyak 14,2%, disusul dengan urutan pertama umur 25-34 tahun dengan rincian laki-laki sebanyak 20,6% dan 14,8%, dan sisanya ditempati oleh pengguna media sosial umur 35 tahun keatas (Annur, 2020). Hal tersebut memperlihatkan bahwa remaja sering melakukan swafoto karena penggunaan media sosialnya pun cukup tinggi.

Selain itu, penelitian yang dilakukan Lestari et al., (2020:7) juga menunjukkan bahwa ternyata remaja biasanya melakukan swafoto sebanyak 1-2 kali sehari dan paling banyak diunggahnya ke media sosial Instagram. Adapun kategorisasi remaja berdasarkan *Global Web Index* (dalam Nurdiana, 2018:2) yang sering menggunakan media sosial terutama Instagram ada pada rentang umur 16-24 tahun yang termasuk kedalam kategori remaja akhir dimana ada pada rentang umur 18-21 tahun (Kartono dalam Ramadhan et al., 2017:381). Melihat dari hal tersebut, maka peneliti melihat bahwa remaja akhir umur 18-21 tahun merupakan orang-orang yang sering menggunakan Instagram dan sering melakukan *swafoto* berdasarkan penelitian Suk (dalam Nurdiana, 2018:2), Lestari et al., (2020:7), Kartono dalam Ramadhan et al., 2017:381).

Terlepas dari media sosial Instagram sebagai sarana dalam seseorang banyak melakukan swafoto, media sosial saat ini juga banyak menciptakan fenomena baru yang berandaikan dengan adanya panutan besar bagi tiap kehidupan seseorang melalui unggahan kegiatan sehari-harinya melalui swafoto, yang bahkan saat ini baik dari segi sosial, aktor politik, hingga untuk keperluan pribadi, orang ramai-ramai menciptakan cover diri sebaik mungkin melalui unggahan swafotonya tersebut (Effendi & Rouf, 2018). Hal tersebut menciptakan adanya kompetisi dalam pembuatan identitas baru melalui swafoto di media sosial.

Indriani Pratiwi, 2023

PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jika ditinjau kembali, penggunaan media sosial yang tinggi ini tentu saja tidak akan terlepas dari karakteristik media sosial yang dimilikinya. Vaate et al., (2018:7) menganggap bahwa jika selama interaksi *offline*, maka individu akan lebih merasa identitasnya dibatasi untuk ditafsirkan dan bahkan mereka tidak dapat memilih identitas yang tidak sesuai dengan tampilan fisik mereka jika dibandingkan dengan *online* yang kemudahannya dapat lebih terasa dengan adanya identitas baru yang muncul sesuai keinginannya. Dan hal tersebut sejalan dengan swafoto yang jika dikaitkan dengan hasil riset pun banyak sekali orang-orang yang cenderung memilih mengedit foto-fotonya agar sesuai dengan keinginannya sendiri untuk diunggah ke media sosial. Peneliti memandang, perilaku tersebut bisa saja menimbulkan pro dan kontra yang ada bagi tiap orang.

Melihat hal tersebut, Lestari et al., (2020:3) menyatakan bahwa fenomena swafoto ini juga memberikan dampak yang tidak hanya dalam permasalahan psikologis, namun juga secara sosial dimana bisa saja foto yang disebarakan tersebut memicu hal negatif dan merugikan bagi diri sendiri (Lestari et al., 2020:3). Adapun Ikhsan & Pranata (2018:2) mengungkapkan terdapat hal positif dan negatif dari perilaku swafoto ini, dimana positifnya seseorang bisa menggunakan swafoto sebagai alat untuk mengenali diri sendiri dan meningkatkan rasa cinta dan percaya pada diri sendiri, disamping hal negatif yang memicu pada sebuah kecanduan yang banyak sekali kasus yang terjadi dan berakibat fatal dikarenakan swafoto ini.

Selain itu, Freitas dalam bukunya *The Happiness Effect* (2017:84) juga menjelaskan mengenai *The Selfie Generation* atau generasi swafoto sebagai penggambaran masa kini untuk 50 tahun yang akan datang dengan memperlihatkan bahwa swafoto ini memiliki *lovers* dan *haters*, yang didalamnya menyiratkan adanya dua persepsi yang menimbulkan kontroversi dan kebingungan tersendiri, yang bahkan dari survei nya pada 364 siswa menghasilkan adanya beda pendapat yang menjadi jawaban paling lama dalam seluruh survei yang dilakukannya, dan banyak siswa yang tidak memiliki konsistensi dari apa yang diartikannya mengenai swafoto, banyak yang menyukai, banyak juga yang membenci. Hal tersebut memperlihatkan bahwa swafoto ini memiliki hal positif dan negatif yang menyertainya.

Indriani Pratiwi, 2023

PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jika melihat dari sudut pandang positif, swafoto ini tentu dapat membuat seseorang lebih bebas mengungkapkan dirinya di media sosial. Bahkan, penelitian yang dilakukan Dorethy et al (dalam Nurdiana, 2018:2) mengungkapkan bahwa dari total 227 responden yang mengunggah sebanyak 2.210 foto di media sosial, terdapat 69% foto yang dianggap positif dan 26% juga 5% lainnya menganggap bahwa foto tersebut bersifat netral atau negatif. Selain itu, survei pada tahun 2018 (dalam Soranzo, 2021) menyatakan bahwa 82% orang di bawah 34 tahun mengunggah fotonya di media sosial dan hingga pandemi sekarang banyak sekali industri yang menghasilkan acara museum dan juga *selfie*. Meskipun demikian, banyak juga para ahli yang menganggap bahwa swafoto ini juga merupakan sebuah perilaku yang negatif dan memberikan dampak pada berbagai hal.

Dari sisi negatif, Hooti (2014:18) juga menjelaskan bahwa fenomena swafoto ini terus berkembang dan dianggap melebihi batas normalitas sehingga membuat para pelakunya bisa saja terbawa pada obsesi dan kegilaan yang ekstrim. Seperti kasus yang ada pada tahun 2016 yang dilansir dari laman *detiknews.com* (dalam Merlin & Fitriani, 2019:201) bahwa terdapat kasus kecelakaan akibat pelaku swafoto yang melakukan tindakan swafoto di pinggir rel kereta api, air terjun, bahkan pantai yang berbahaya bagi dirinya sendiri. Bahkan, tak jarang tempat yang terkena bencana alam seperti lokasi tsunami yang ada di Banten hingga lokasi gunung berapi yang meletus banyak dijadikan sebagai objek swafoto demi keinginan dan tujuan pribadinya untuk mendapat atensi dan *like* di media sosial. Hal tersebut tentu sudah diluar batas dan bahkan tidak mencerminkan nilai kemanusiaan demi sebuah hasil swafoto di media sosial.

Melihat banyaknya kasus yang diakibatkan oleh perilaku swafoto, maka di Indonesia sendiri swafoto ini menjadi satu hal yang banyak dilakukan. Adapun berdasarkan data dari TIME pada tahun 2014, Indonesia menempati posisi ke-18 di dunia dengan kota Denpasar sebagai kota terbanyak dalam swafoto disusul dengan kota Yogyakarta pada urutan ke-43 dunia, dan Bandung pada urutan ke-88 di dunia dilihat dari tag swafoto dan koordinat geografisnya. Melihat hal tersebut, ternyata kota Bandung sendiri sering mengalami beberapa kasus kecelakaan bahkan hingga meninggal yang berasal dari perilaku swafoto yang sembarangan. Berdasarkan

Indriani Pratiwi, 2023

PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pencarian Google, setidaknya terdapat 6 pemberitaan (Perdana, 2015; Yanuar, 2015; Mustofa, 2018; Ramadhan, 2021; Ansyari & Hidayat, 2021; Supiandi, 2021) selama 8 tahun terakhir yang menjelaskan bahwa terdapat kecelakaan yang menimpa seseorang dengan menyebut Kota Bandung sebagai tempat kecelakannya tersebut.

Disamping itu, beberapa kasus yang diakibatkan oleh swafoto juga tidak hanya diperlihatkan oleh titik koordinat geografisnya, melainkan juga waktu. Terdapat kasus di tahun 2015 yang dilakukan oleh remaja asal Inggris yang ternyata sangat terobsesi dengan swafoto hingga menghabiskan waktu 10 jam dalam sehari untuk melakukan swafoto sebanyak 200 foto (Ikhsan & Pranata, 2018:2-3). Hal tersebut memperlihatkan bahwa swafoto ini telah berdampak bukan hanya didasarkan oleh keinginan seseorang mendapatkan hasil yang bagus dilihat dari tempat, melainkan swafoto ini juga berdampak pada kebiasaan yang dapat menyita waktu seseorang.

Bahkan dalam penelitian yang dilakukan Hooti (2014:18-19) memperlihatkan banyak ahli yang memberikan pendapatnya mengenai swafoto dimana dianggap sebagai *'loneliness'*, *'stupid'*, *'dumb'*, dan *'idiot'*. Adapun riset yang dipublikasikan dalam *Frontiers in Psychology* yang dilakukan di Austria, Jerman, dan Swiss oleh Diefanbak & Christoforakos dan dikutip dalam *Science Daily* (dalam Hidayat, 2017) yang melibatkan 238 orang sebagai responden yang terlibat penuh, 77 persen diantaranya secara teratur sering melakukan swafoto, namun 62-67% lainnya percaya bahwa terdapat konsekuensi negatif dari swafoto tersebut yang sangat berdampak pada citra diri, dengan 82% responden lebih suka melihat foto lainnya dibandingkan dengan swafoto di media sosial.

Selain itu, studi baru yang dilakukan oleh Washington State University dan University of Southern Mississippi pada tahun 2019 menyatakan bahwa swafoto dapat berpengaruh buruk pada tiap penilaian orang lain seperti *selfie poses* (foto diambil orang lain) yang lebih memiliki pandangan positif seperti petualang, tidak kesepian, dan anggapan positif lainnya dibandingkan dengan swafoto yang diambil oleh diri sendiri yang memiliki banyak makna negatif (Fatmawati, 2019). Bahkan, swafoto ini dianggap dapat menimbulkan dampak pada gangguan psikologi seperti penelitian yang dilakukan Nottingham Trent University yang bekerja sama dengan Thiagarajar School

Indriani Pratiwi, 2023

PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

of Management untuk melakukan riset selfitis (kondisi seseorang yang melakukan swafoto berlebihan atau kecanduan melakukan swafoto terus menerus) sebagai dampak dari fenomena swafoto yang muncul dan terus berkembang hingga saat ini (Wisnuwardani, 2017).

Hal tersebut memperlihatkan bahwa masih banyak kontra atau persepsi negatif yang dihasilkan dari swafoto ini. Seseorang yang melakukan swafoto pun tentu akan bergantung pada tujuan dan motif dirinya mengunggah swafoto ke media sosial. Karena melihat dari adanya stigma negatif dan positif dari swafoto, maka hal tersebut sangat bergantung pada motif yang dituju oleh tiap orang dalam melakukan swafoto. Swafoto ini sangat berkaitan dengan konsep citra diri yang ingin dipersepsikan oleh tiap pelaku swafoto atas dirinya sendiri di media sosial (Purnomo & Handayani, 2021:125). Maka dari itu, peneliti menafsirkan bahwa seseorang melakukan tindakan swafoto tentunya didasari dengan motif yang berbeda-beda sesuai tujuannya di media sosial.

Melihat perilaku seseorang yang melakukan swafoto untuk diunggah ke media sosial dengan memperhatikan motif-motif yang menjadi alasan dan tujuannya, maka hal tersebut dirasa oleh peneliti selaras dengan konsep dari teori *Uses and Gratification*. Dalam Merlin & Fitriani (2019:202) teori *uses and gratification* ini merupakan pengerucutan dari teori kebutuhan Abraham Maslow namun dalam gambaran dimana setelah manusia secara aktif memenuhi kebutuhannya, maka akan terus bergerak menuju tahap berikutnya yang dalam kajian Katz, Blumler, dan Gurevitch dikaitkan dengan manusia yang menggunakan komunikasi massa dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Mengenal tentang teori *uses and gratification*, teori tersebut merupakan salah satu teori komunikasi yang fokusnya kepada sosial yang dengan seiring perkembangannya mengadaptasi pada peran media, sehingga teori ini didasarkan kepada dua pertanyaan, dimana (1) mengapa individu tertarik pada media tertentu? (2) kepuasan apa yang diterima individu dari media yang digunakannya? (Mehrad & Tajer, 2016:2). Melihat hal tersebut, maka teori *uses and gratification* ini memang memiliki asumsi yang berkaitan dengan penggunaan media, yang jika peneliti simpulkan maka

Indriani Pratiwi, 2023

PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

teori tersebut berfokus dari individu yang aktif dalam mencari kepuasan atau menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Adapun menurut Ruggiero yang dikutip oleh Seekhiew dalam Mehrad & Tajer (2016:2) menyatakan bahwa awal mulanya teori *uses and gratification* ini berangkat pada motif audiens yang menganalisis pesan dan sistem sosial yang ada, dimana artinya teori ini berfokus pada audiens yang menggunakan media berdasarkan pada sejauh mana mereka merasakan kepuasan baik dari segi konten, jenis, bahkan metode kegunaannya. Dari pernyataan tersebut maka peneliti melihat ada keterkaitan antara teori *uses and gratification* dengan fokus pada penelitian ini. Pada dasarnya, asumsi utama dalam penelitian ini yang selaras dengan teori *uses and gratification* adalah pelaku *selfie* memiliki motif atau menjadi audiens aktif dalam memenuhi kebutuhannya di media sosial, yaitu pada kebutuhan keterbukaan diri yang pada nantinya akan terjawab pada hasil penelitian ini dimana keterkaitan antara motif dari fenomena swafoto dengan keterbukaan diri yang menarik perhatian peneliti.

Hingga saat ini, fenomena swafoto ini sangat menarik untuk diteliti karena terlepas dari banyaknya pro dan kontra yang menyelimuti, ternyata dalam beberapa tahun terakhir pun banyak para peneliti lainnya tertarik untuk mengetahui apa yang mendorong atau apa yang menjadi motif seseorang melakukan swafoto disamping banyaknya persepsi yang ada pada swafoto itu sendiri (Etgar & Amichai-hamburger, 2017:2). Swafoto ini juga sangat berkaitan dengan konsep keterbukaan diri karena seperti yang diungkapkan oleh Merlin & Fitriani (2019:203) bahwa swafoto ini merupakan wujud pelaku swafoto dalam eksistensi diri, keterbukaan diri, dan bentuk narsisme di media sosial. Banyak pula penelitian terdahulu yang melihat adanya pengaruh dari swafoto ini terhadap keterbukaan diri seperti yang dijelaskan Williamson et al., (2017:18) dalam penelitiannya dimana bahwa swafoto merupakan bentuk narsistik dan berdampak pada hilangnya privasi terkait keterbukaan diri sehingga peran keterbukaan diri berkaitan dengan motivasi orang melakukan swafoto.

Maka dari itu, peneliti tertarik dengan motif swafoto yang dilakukan seseorang apakah akan berpengaruh terhadap keterbukaan diri yang dilakukannya di media sosial terutama Instagram sebagai media aktualisasi diri dan paling banyak digunakan saat

Indriani Pratiwi, 2023

PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ini. Peneliti memandang bahwa motif yang dimiliki tiap orang tentu berbeda dan akan berpengaruh kepada keterbukaan diri atau keterbukaan diri orang tersebut, karena swafoto sendiri merupakan bentuk dari keinginan seseorang untuk mengungkapkan dirinya di media sosial

Penelitian ini juga berfokus pada remaja karena berdasarkan kajian yang telah disebutkan diatas bahwa remaja merupakan usia yang paling aktif dan sering mengunggah swafoto di media sosial. Peneliti juga menggunakan teori *uses and gratification* sebagai acuan karena asumsinya yang selaras dengan konsep penelitian ini, dimana audiens atau pelaku swafoto memiliki motif tertentu atau tujuan tertentu dalam melakukan swafoto dengan menggunakan media sosial yang pada akhirnya peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai pengaruh motif swafoto terhadap keterbukaan diri remaja akhir di media sosial Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

- 1 Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Retention and Sharing Moment* terhadap Keterbukaan Diri remaja akhir di media sosial Instagram?
- 2 Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Social Needs* terhadap Keterbukaan Diri remaja akhir di media sosial Instagram?
- 3 Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Entertainment and Passing of Time* terhadap Keterbukaan Diri remaja akhir di media sosial Instagram?
- 4 Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari Motif Swafoto terhadap Keterbukaan Diri remaja akhir di media sosial Instagram?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui terdapat pengaruh yang signifikan dari *Retention and Sharing Moment* terhadap Keterbukaan Diri remaja akhir di media sosial Instagram.
2. Mengetahui terdapat pengaruh yang signifikan dari *Social Needs* terhadap Keterbukaan Diri remaja akhir di media sosial Instagram.
3. Mengetahui terdapat pengaruh yang signifikan dari *Entertainment and Passing of Time* terhadap Keterbukaan Diri remaja akhir di media sosial Instagram.

4. Mengetahui terdapat pengaruh yang signifikan dari Motif Swafoto terhadap Keterbukaan Diri remaja akhir di media sosial Instagram.

4.1. Manfaat Penelitian

4.1.1. Segi Teori

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan dan pengetahuan baru dari adanya pengaruh motif swafoto yang dilakukan remaja di media sosial Instagram terhadap keterbukaan diri. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan penelitian yang selanjutnya dalam ranah Ilmu Komunikasi, baik dalam fokus yang sejenis maupun dalam pengembangan aspek lainnya yang memungkinkan dilakukan dalam penelitian selanjutnya. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat ataupun kontribusi dalam pengembangan teori *Uses and Gratification*.

4.1.2. Segi Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat mengemukakan bagaimana motif *selfie* yang dilakukan setiap orang dapat mempengaruhi keterbukaan diri atau keterbukaan dirinya di media sosial, terkhusus bagi para remaja dalam menggunakan media sosial Instagram. Karenanya, diharapkan setiap yang melakukan swafoto dapat mengetahui bahwa motif *selfie* juga ternyata mempengaruhi tiap keterbukaan dirinya di media sosial. sehingga, remaja atau para pelaku *selfie* dapat lebih memperhatikan dan menyaring yang dirasa baik dan benar bagi perilaku dalam keterbukaan dirinya di media sosial, terkhusus dalam motif melakukan swafoto.