

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Hadirnya *platform* internet pun media sosial, membuat manusia modern cenderung tinggal dalam dua dunia, yakni dunia nyata juga dunia maya. Pada dunia maya, terkadang individu membagikan sesuatu yang dapat terbilang cukup privasi mengenai kehidupan pribadi mereka sendiri. Orang-orang kerap mengekspos rahasia, emosional, kecemasan, harapan dan sebagian aksi pemberdayaan juga kedermawanan yang tidak biasa mereka lakukan di dunia nyata (J. Suler, 2004, hlm. 321).

Saat ini individu seperti mempunyai peluang guna melakukan tindakan-tindakan pada jejaring sosial, mengenai *lifestyle* juga personalitas, hal tersebut membuat individu secara sadar melakukan sebuah pengungkapan diri atau *self disclosing* (J. R. Suler, 2005, hlm. 185). Hal tersebut dapat terjadi karena saat *online*, individu cenderung terpacu untuk mengungkapkan diri atau berperan kian sering dan intensif ketimbang secara kontan pada dunia nyata (J. Suler, 2004, hlm. 321).

Terdapat beberapa hal yang dapat memicu individu untuk melakukan pengungkapan dirinya di dunia maya, salah satunya media *exposure* atau terpaan media, khususnya dari penggunaan media sosial. Media sosial telah membentuk sebuah konsekuensi sosial, yaitu mendorong individu untuk melakukan “*online self disclosure*” dengan cakupan yang sangat besar (Lapidot-Lefler dan Barak, 2015, hlm. 1).

Menurut Kim dan Dindia (2016, hlm. 156) hal tersebut terjadi karena internet dan media sosial memfasilitasi *online self disclosure* dengan memberikan kebebasan, kelebihan dan sensasi berbeda daripada *self disclosure* secara klasik atau *face to face*. Pada *online self disclosure* bukan hanya verbal, namun juga dapat mencakup komunikasi nonverbal, termasuk mekanisme sadar untuk

menyingkapkan diri lewat gambar. Individu dapat mempresentasikan fisik mereka, yang secara daring bisa dipalsukan atau memanipulasi sesuai dengan keinginan mereka. Ketika individu menyertakan tautan favorit mereka pada situs *web*, itu pun termasuk kepada mengungkapkan informasi tentang diri mereka sendiri. Ini merupakan perangkat lain yang dapat digunakan, dengan atau tanpa niat, untuk mengungkapkan informasi tentang diri yang tidak tersedia secara *offline*.

Berdasarkan perkembangan jaman, istilah *online self disclosure* sendiri mulai muncul sejak adanya komunikasi berbasis komputer atau *computer mediated communication* (CMC). Beberapa penelitian mengenai CMC telah menggunakan istilah pengungkapan diri publik untuk merujuk pada ekspresi diri dalam pengaturan *online*. Pengungkapan diri secara publik mengacu pada pengungkapan informasi pribadi di dalam jejaring sosial, yang umumnya tidak diketahui dan tidak tersedia dari sumber lain (Kim dan Dindia, 2016, hlm. 157).

Atribut CMC tertentu seperti berkurangnya isyarat non verbal, penggunaan sistem daring, serta pengguna tanpa nama bisa memengaruhi penyingkapan diri secara publik. Salah satunya *web*, yang menawarkan peluang untuk orang-orang guna mengatakan diri mereka yang tidak ada tadinya dikala luring. Banyak orang sudah mengambil keuntungan dari pengaturan baru ini buat mengatakan data tentang diri dalam wujud taman *website* individu, *web* kencan, media sosial dan lain sebagainya (Kim dan Dindia, 2016, hlm. 158).

Ceruk atau ruang untuk bersosialisasi pada lingkungan perkotaan besar metropolitan yang semakin terbatas, ditambah dengan keterikatan emosional di antara warganya yang rendah, memicu transformasi pada bentuk atau pola hubungan masyarakat. Hal tersebut membuat media sosial hadir menjadi opsi dan alat untuk menyalurkan emosi atau katarsis, dan memenuhi kebutuhan akan dukungan sosial, yang otomatis menyebabkan sebuah pengungkapan diri di jejaring sosial (Hasuna, 2012).

Pengungkapan diri di jejaring sosial memiliki kekurangan dan kelebihan tersendiri, dalam pengungkapan diri secara tatap muka kita dapat mengontrol secara langsung seberapa dalam dan jujur isi konten, juga kepada siapa kita mengungkapkannya. Pengungkapan diri publik atau *online self disclosure* tidak memberikan keamanan tersebut, karena pengungkapan diri secara *online* biasanya ditujukan kepada banyak orang, dan menjadi konsumsi publik (Kim dan Dindia, 2016, hlm. 158).

Isi konten dalam *online self disclosure* yang kita ungkapkan pun akan diterima secara berbeda-beda oleh publik sesuai dengan persepsi pengguna, dan kita tidak dapat mengondisikan persepsi setiap orang di dalam internet atau media sosial. Komunikator tidak akan tahu secara personal siapa yang ada di sisi lain dari layar internet mereka di dalam *web*. Individu yang melakukan *online self disclosure* hanya dapat membayangkan berdasarkan siapa khalayak mereka dan asumsi mereka tentang khalayak ketika mencerna isi pesan yang mereka ungkapkan (Kim dan Dindia 2016, hlm. 159). Meskipun begitu, *self disclosure* klasik secara tatap muka tidak dapat memberikan kebebasan sebesar *online self disclosure*. *Online self disclosure* memiliki keunikan tersendiri, karena pada internet dan media sosial kita dapat mengatur apa yang akan kita ungkapkan kepada publik, kita dapat menyusun apa yang ingin kita unggah dan bahkan menjadi anonim atau tanpa nama.

Self disclosure klasik secara tatap muka tidak dapat memberikan kepuasan secara pasti, karena kita langsung berhadapan dengan individu lain, yang di mana manusia merupakan makhluk dinamis, tidak mudah ditebak dan tidak dapat selalu memberikan respons yang baik terhadap sesamanya. Cukup berbeda dengan *online self disclosure*, khalayak bagaikan “ arus” yang dapat kita atur di dalam internet dan media sosial.

Contohnya, jika individu mengungkapkan dirinya secara positif di dalam internet dan media sosial, khalayak yang terkena terpaan akan memberikan kesan positif pula, meskipun tentu ada saja yang tidak, namun dikarenakan bersifat publik, mayoritaslah yang akan lebih muncul dan terlihat efeknya secara *direct* atau langsung. Hal tersebut menciptakan sebuah konektivitas umum, dan dengan

Fitria Nissa Zahara, 2020

PENGARUH TERPAAN KONTEN INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP MOTIVASI MELAKUKAN ONLINE SELF DISCLOSURE

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

perasaan koneksi umum inilah yang dapat meningkatkan kesejahteraan dari individu yang melakukan *online self disclosure*, dan memicu individu untuk terus melakukannya secara berulang kali (Luo dan Hancock, 2020, hlm. 111).

Maka dari itulah kelebihan pengungkapan diri publik atau *online self disclosure* di atas mendorong individu-individu saat ini untuk mengungkapkan dirinya di dalam internet dan media sosial mereka. Selain itu, di lain hal, pengungkapan diri secara publik kerap dianggap sebagai rute utama untuk mendapatkan dukungan sosial (Luo dan Hancock, 2020, hlm. 111).

Berbicara mengenai dukungan sosial, saat ini hal tersebut mudah didapatkan. Berkat internet dan media sosial yang memungkinkan individu untuk melakukan pengungkapan diri secara publik, menghasilkan sebuah umpan balik dari tiap penggunaannya melalui komentar atau komunikasi secara daring. Individu yang mengungkapkan diri secara publik di media sosial menjadi lebih sadar akan perhatian orang lain terhadap kebutuhan mereka, dan dengan demikian mereka dapat menganggap tingkat dukungan sosial yang mereka dapatkan dengan melakukan *self disclose* di media sosial lebih tinggi karena mencakup berbagai pengguna lainnya yang ada di dalam suatu jaringan yang luas, dan hal tersebut dirasa dapat meningkatkan kesejahteraan, mengurangi tekanan psikologis seperti depresi dan kesepian. Dukungan sosial yang dihasilkan dari pengungkapan diri secara publik di media sosial, dapat memprediksi tingkat harga diri yang lebih tinggi dan menghasilkan kebahagiaan (Luo dan Hancock, 2020, hlm. 111).

Adanya keuntungan dan hubungan positif yang dirasakan oleh pengguna dari timbal balik pengungkapan diri mereka melalui media sosial, semata-mata adalah untuk memenuhi kepuasan mereka tersendiri (Ningroem, dkk, 2018, hlm. 1979). Individu yang hidup di era teknologi seperti sekarang ini cenderung membutuhkan sebuah “pengakuan” secara masif atau publik, karena itu mereka melakukan *online self disclosure*, pengungkapan diri secara daring atau publik mereka gunakan sebagai “alat” dengan internet atau media sosial sebagai “media”-nya (Kim dan Dindia, 2016, hlm. 159).

Selain dari keuntungan timbal balik yang pengguna dapatkan dari dukungan sosial pengguna lainnya, terdapat hal lain yang membuat pengguna nyaman untuk melakukan *online self disclosure* dalam penggunaan media sosial mereka, yaitu kehadiran informasi dan fasilitator dalam komunikasi (Lee dan Kim 2018, hlm. 7257). Dalam konteks ini, kehadiran informasi dan fasilitator komunikasi di media sosial dapat beragam bentuknya. Menurut Nouri (2018, hlm. 3) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat sosok yang paling berpengaruh kehadirannya sebagai penyampai informasi dan fasilitator komunikasi, yaitu para *influencer*. Hal ini karena mereka memiliki kemampuan untuk meraih dan menciptakan komunitas sebagai tempat bagi pengguna agar merasa lebih terhubung, dengan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi, keaslian, juga keterkaitan yang lebih dalam, dan otomatis hal tersebut dapat memengaruhi sebuah pengungkapan diri dari penggunanya.

Menurut Lee dan Kim (2018, hlm. 7257) kehadiran informasi dan fasilitator komunikasi seperti *influencer* ini membuat para pengguna merasakan kepuasan tersendiri, dan kepuasan memengaruhi tingkat *online self disclosure* secara positif. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang didapat oleh para penggunanya, semakin besar pula niat untuk mengekspresikan diri atau mengungkapkan perasaan mereka di *online platform*, media sosial atau *social networking*.

Jihyun Kim dan Song (2016, hlm. 2) menyebutkan bahwasanya konten apapun yang dibagikan selebriti di media sosial pribadi mereka dapat meningkatkan perasaan kehadiran sosial bagi penggemar. Lebih lanjut, penggemar cenderung melakukan tindakan atau *action* salah satunya memberikan timbal balik di kolom komentar.

Kanwal, dkk (2018, hlm. 37-38) menyatakan pengungkapan diri secara *online* memberi setiap individu rasa memiliki dan didengar. Maka dari itu *influencer* sebagai pembawa informasi dan fasilitator komunikasi dapat memfasilitasi keinginan pengguna untuk melakukan *online self disclosure* tersebut melalui konten yang mereka buat. Menurut Jihyun Kim dan Song (2016, hlm.5) ketika selebritas mengungkapkan diri di media sosial melalui konten yang mereka

buat, dengan tujuan membina langsung komunikasi pada penggemar atau sekadar menyampaikan beberapa informasi, hal tersebut sebenarnya diharapkan dapat memengaruhi tindakan pengungkapan diri dari sisi penggemarnya pula untuk mengembangkan kualitas hubungan antara selebritas dan penggemar melalui pengungkapan diri secara publik.

Selebritas atau dalam hal ini adalah *influencer* mengunggah konten dalam media sosialnya, dan penggemar dalam hal ini adalah *followers*, dapat melakukan timbal balik, sebagai contoh pada kolom komentar dengan ikut serta mengutarakan mengenai pendapat pribadinya sendiri. Lebih lanjut, motivasi guna melangsungkan penyingkapan diri secara publik bagi *followers* pada media sosial pribadinya juga meningkat, sebagai contoh yaitu dengan membagikan kembali konten yang disukai dari *influencer* yang ia ikuti. Hal tersebut memicu tingkat *online self disclosure* yang semakin tinggi karena seperti yang disebutkan sebelumnya, di antara *influencer* dan pengikutnya terdapat sebuah hubungan, dan pengungkapan diri secara *online* adalah sarana untuk mengembangkan sebuah hubungan (Kim dan Dindia, 2016, hlm. 175).

Szczurski (2017, hlm. 5) menyatakan bahwa kehadiran *influencer* dalam media sosial sebagai penyampai informasi dan fasilitator komunikasi dijadikan sebagai sosok *role model* oleh pengikutnya atau bahkan pengguna lain. Hal tersebut dikarenakan, *influencer* digital adalah mereka yang suaranya di media sosial paling keras dan paling banyak berpengaruh kepada khalayak. Pemilik saluran yang paling populer, diikuti dan disukai di media sosial ini cenderung lebih berdampak pada khalayak mereka yang sebagian besar terdiri dari milenial, dan hal tersebut memang menunjukkan dampak yang begitu kuat kepada mereka (Szcurski, 2017, hlm 1).

Influencer juga merupakan orang atau sosok yang mempunyai kuantitas penganut yang sangat besar. Maka dari itu perihal apapun yang *influencer* sampaikan, mampu secara langsung menguasai persepsi dan perilaku dari para pengikutnya, termasuk kepada perilaku pengungkapan diri publik pada media sosial (Hariyanti dan Wirapraja, 2018, hlm. 141). *Influencer* digemari pun

diyakini oleh para pengikutnya, sehingga apapun yang mereka gunakan, bagikan, beritakan, dan lakukan melalui konten mereka, dapat sangat menginspirasi dan memengaruhi segala aspek dari para khalayaknya (Buzz, 2017).

Kajian atau riset sebelumnya yang digarap oleh (Al-Kandari, dkk, 2016; Kusyanti, 2016; Lee dan Kim 2018; Williams, dkk, 2017; Latifa, dkk, 2019) dengan metode pengujian kuantitatif berupaya untuk menggali penyingkapan diri atau *self disclosure* dari sisi penggunaan media daring yang terkhusus untuk bersosialisasi seperti Instagram, Facebook dan *Social Networking Sites* atau SNS oleh *user* atau pengguna. Perspektif yang penelitian terdahulu tersebut cari adalah “motivasi”, bagaimana atau apa yang menjadi motivasi pengguna saat melantaskan sebuah penyingkapan diri di dalam jaringan.

Hasil yang didapatkan dari penelitian terdahulu pun senada, yaitu penggunaan media sosial mempunyai efek atau dampak yang relevan atau substansial terhadap *online self disclosure*. Namun, prediktor terhadap motivasi melakukan *online self disclosure* tersebutlah yang berbeda-beda. Al-Kandari, dkk (2016, hlm. 85) menunjukkan hasil penelitian bahwasanya ekspresi diri dan kebutuhan interaksi sosial adalah prediktor terkuat pengguna Instagram termotivasi untuk melakukan pengungkapan diri di media sosial. Sementara Kusyanti (2016, hlm. 242) menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi motivasi pengungkapan diri melalui foto yang diunggah di Instagram adalah lebih kepada fitur media sosial itu sendiri, pengguna mendapatkan rasa keuntungan dan kontrol keamanan, maka dari itu mereka berani untuk mengungkapkan diri di akun Instagram mereka.

Lee dan Kim (2018, hlm. 7253) yang melakukan penelitian pada media sosial Facebook mendapatkan temuan bahwa prediktor yang memengaruhi motivasi melakukan *online self disclosure* cukup sederhana yaitu untuk berkomunikasi dengan orang lain, berbagi berbagai informasi dan memberitahu atau menegaskan identitas mereka di media sosial tersebut. Sementara Williams, dkk (2017, hlm. 71) menemukan bahwa motivasi pengguna mengungkapkan diri publik di media sosialnya hanyalah untuk memenuhi penyimpanan informasi dan hiburan semata.

Fitria Nissa Zahara, 2020

PENGARUH TERPAAN KONTEN INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP MOTIVASI MELAKUKAN ONLINE SELF DISCLOSURE

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

Berbeda pula dengan Latifa, dkk (2019, hlm. 8047) yang mendapatkan hasil penelitian bahwasanya faktor signifikan yang memengaruhi motivasi pengguna melakukan pengungkapan diri pada *Social Networking Sites* (SNS) adalah kesadaran diri atau *self awareness*, anonimitas, dan variabel demografis yang terdiri dari gender dan umur.

Penelitian yang dilaksanakan peneliti berupaya untuk mencari korelasi dari perspektif lain dalam penggunaan media sosial, yaitu antara pengaruh terpaan media, yang dalam hal ini adalah terpaan konten atau terpaan tayangan dari pemilik saluran masif di media sosial yaitu *influencer* Instagram, terhadap motivasi pengikutnya untuk melakukan *online self disclosure*.

Berdasarkan pembahasan penelitian terdahulu, dapat diambil kesimpulan bahwasanya penelitian-penelitian tersebut lebih berfokus kepada penggunaan media sosialnya saja. Berangkat dari hal tersebut, terdapat celah penelitian yang dapat diangkat. Kendati penggunaan media sosial memang menjadi dimensi kuat yang dapat memengaruhi *online self disclosure* penggunaannya, namun sebenarnya pada media sosial, pengaruh didapatkan bukan hanya karena “menggunakan” atau *using*, tetapi juga karena pengguna dapat “terkena paparan” atau *exposure* dari hal-hal yang berhubungan dengan konten atau interaksi. Pada terpaan di media sosial, pengguna dapat menjadi objek pengaplikasian dari isi atau konten media. Hal tersebut karena media sosial menawarkan kepada pengguna sebuah forum untuk diskusi dan umpan balik dari konten terkait, seperti berupa komentar dan *like* pada unggahan, sehingga efektivitas pengguna terkena paparan atau *exposure* semakin tinggi (Almenara, dkk, 2016, hlm. 475).

Sesuai dengan beberapa pendefinisian penelitian terdahulu di atas, terlihat pula bahwasanya terkait penggunaan media sosial dapat menimbulkan prediktor motivasi yang berbeda-beda. Sejalan dengan Bazarova dan Choi (2014, hlm. 637) tiap media sosial memiliki perbedaan karakteristik, dan hal tersebut dapat mengaktifkan tujuan atau motivasi dalam pengungkapan diri publik yang berbeda pula. Penelitian yang dilakukan oleh (Al-Kandari, 2016; Kusyanti, 2016) menyatakan, dari sekian banyaknya media sosial yang telah diciptakan, juga jika

melihat perkembangannya pula, Instagram menjadi *online platform* atau media sosial primadona yang banyak digunakan oleh orang-orang.

Dibandingkan dengan media sosial lain, Instagram memiliki beberapa daya tariknya tersendiri. Instagram memberikan kategori kebutuhan dan motif layaknya; luapan atau ekspresi personal, hubungan kemasyarakatan atau interaksi antar individu, hiburan dan pertukaran pikiran dan anggapan. Ini juga memenuhi kebutuhan penggunanya untuk bereksperimen dengan seni dan fotografi yang tidak dapat dirasakan di media sosial lainnya (Al-Kandari, dkk, 2016, hlm. 85).

Menurut Al-Kandari, dkk (2016, hlm. 94) media sosial Instagram merupakan *platform* yang paling memungkinkan penggunanya untuk mengungkapkan diri dengan *disclosure level* yang tinggi. Pengguna yang lebih sering menggunakan media sosial Instagram, akan lebih terbuka dan jujur mengenai pengungkapan dirinya di media sosial tersebut. Lin dan Utz (2017, hlm. 435) juga menyatakan bahwasanya intensitas penyingkapan diri yang lebih tinggi pada media sosial Instagram, menciptakan perasaan akrab dengan diri sendiri.

Pemilihan media sosial Instagram pun didasari dengan faktor objek dan subjek dalam penelitian ini, yaitu *influencer* dan *followers*-nya. Setelah peneliti melakukan survei pendahuluan melalui Instagram pribadi, peneliti menemukan salah satu *influencer* yang cocok untuk dijadikan objek penelitian dengan pengikutnya yang menjadi responden penelitian. Belakangan ini, dalam media sosial khususnya Instagram, sedang diramaikan oleh banyak topik atau isu hangat mengenai perempuan. Beberapa di antaranya terdapat kampanye mengenai *self love*, *self awareness*, *self acceptance*, *sex education*, *dating story*, *life problem*, dan *body positivity* yang kian bertambah tokoh masyarakat atau *influencer* yang *concern* mengemukakan mengenai hal-hal tersebut (Sari, 2020).

Salah satu *influencer* yang cukup berpengaruh dalam bidangnya yaitu Andrea Gunawan dengan *username* Instagram @catwomanizer. Selain menjadi seorang *influencer*, Andrea juga menjalani profesi sebagai *image consultant*, *dating coach* serta *sexual health activist*. Karena itulah pada media sosial Instagramnya, ia kerap membahas mengenai topik-topik yang sesuai dengan ranah

profesinya, yaitu cinta, hubungan asmara dan seks. Hal ini ia lakukan dikarenakan kepeduliannya terhadap masyarakat yang masih terbelenggu dalam budaya patriarki, mereka masih menganggap bahwa seks merupakan suatu hal yang harus disembunyikan. Padahal menurut Andrea, seks adalah kebutuhan dasar manusia yang memang harus dipenuhi dengan cara yang bertanggung jawab (Harness, 2020).

Beberapa alasan peneliti memilih akun Andrea Gunawan untuk dijadikan subjek penelitian adalah karena; pertama, sosok dari Andrea Gunawan yang merupakan seorang aktivis wanita saat ini sedang banyak diperbincangkan, sejalan dengan *trending topic* belakangan ini yaitu isu-isu tentang perempuan.

Kedua, melihat apa yang selalu ia bahas pada akun Instagramnya yaitu mengenai hal-hal yang mungkin masih dapat dibilang tabu oleh beberapa kalangan masyarakat, sosok Andrea Gunawan merupakan *influencer* yang *concern* dan cukup berani melawan arus dengan sangat gamblang membicarakan salah satu topik pribadi seperti “seks”. Menurutnya, di Indonesia masih sangat patriarki. Andrea memiliki tujuan untuk mengedukasi orang-orang untuk lebih melek soal *healthy* dan *toxic relationship* (Harness, 2020).

Ketiga, Andrea Gunawan juga merupakan sosok yang kerap melakukan *online self disclosure*. Ia sangat terbuka mengenai pengungkapan dirinya di Instagram dengan sering membagikan pengalaman hidupnya, salah satunya mengenai kondisi keuangannya yang sempat mengalami keterpurukan, *lifestyle* dan soal hubungan asmara pribadinya.

Keempat, Andrea Gunawan dalam Instagramnya secara khusus membuka sesi “*real talks*” untuk para *followers*-nya berkonsultasi mengenai hal-hal pribadi via *direct message* Instagram. Para pengikut Andrea Gunawan kerap melakukan *self disclose* atau pengungkapan tentang dirinya saat sesi tersebut melalui media sosial.

Kelima, setelah melalui sesi *real talks* tersebut, Andrea kerap membagikan dan membahas kembali beberapa kasus dari *followers*-nya atas persetujuan yang telah bersangkutan untuk dijadikan sebuah konten, sehingga ia dapat memberikan

Fitria Nissa Zahara, 2020

PENGARUH TERPAAN KONTEN INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP MOTIVASI MELAKUKAN ONLINE SELF DISCLOSURE

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

beberapa contoh kasus beserta saran atau *problem solving*. Hal tersebut dapat dibidang sangat memicu potensi *self disclose* dari para *followers*-nya di media sosial Instagram.

Riset atau penelitian ini hendak dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif lewat rancangan survei yang sebagaimana dipaparkan ooleh Creswell (2016, hlm. 208) bahwa riset ini hendak mendeksripsikan secara kuantitatif beberapa tendensi mengenai perilaku, sikap atau pendapat pada entitas populasi secara objektif. Survei yang hendak dipakai berbentuk eksplanatif dengan perspektif peneliti bukan hanya sekadar memaparkan sebuah fenomena ataupun fakta, namun juga membuktikan sebab juga efek dari hal tersebut (Kriyantono, 2014, hlm. 60). Perihal ini mengingat bahwa riset dilaksanakan dengan variabel lebih dari satu. Berdasarkan pemaparan pada latar belakang penelitian di atas menjadikan peneliti terdorong guna menjalankan sebuah riset atau penelitian skripsi dengan tajuk “PENGARUH TERPAAN KONTEN INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP MOTIVASI MELAKUKAN ONLINE SELF DISCLOSURE (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @catwomanizer).

1.2 Rumusan Masalah

Beralaskan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, lebih lanjut peneliti akan membuat identifikasi yang akan dicurahkan pada rumusan atau identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat durasi terpaan konten *influencer* Instagram @catwomanizer terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat frekuensi terpaan konten *influencer* Instagram @catwomanizer terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat atensi terpaan konten *influencer* Instagram @catwomanizer terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*?

4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat durasi, frekuensi, dan atensi terpaan konten *influencer* Instagram @catwomanizer terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan atau identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, hingga dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan yang hendak diraih berkenaan dengan riset atau penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat durasi terpaan konten *influencer* Instagram @catwomanizer terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat frekuensi terpaan konten *influencer* Instagram @catwomanizer terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat atensi terpaan konten *influencer* Instagram @catwomanizer terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat durasi, frekuensi, dan atensi terpaan konten *influencer* Instagram @catwomanizer terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Segi Teoritis

Pada kaidah teoritis, penelitian ini diprospekkan agar menjadi sebuah kontinuitas dari riset atau penelitian Ilmu Komunikasi pada bidang *Komunikasi Media Baru* dan *Psikologi Komunikasi* terkait penggunaan media sosial atau *social platform* dan *online self disclosure*. Memberikan informasi tentang gambaran bagaimana sebuah akun instagram *influencer* dapat memicu para

pengikutnya untuk juga melakukan pengungkapan diri di media sosial. Penelitian ini diharapkan berkecukupan guna mendukung dan menguatkan teori-teori yang telah tersedia, juga mengasungkan sumbangsih dari segi gagasan pun informasi atau masukan.

1.4.2 Segi Kebijakan

Penelitian skripsi ini diintensikan agar bisa mengamalkan kacamata perspektif baru sekaligus memberikan wacana mengenai bagaimana sebuah akun *influencer* pada instagram dapat memiliki efek yang secara langsung memengaruhi pengikutnya atau pengguna lain untuk melakukan pengungkapan diri di media sosial.

1.4.3 Segi Praktik

Riset atau penelitian ini diharapkan dapat dijadikan wacana sebagai bahan rujukan serta acuan guna riset berikutnya. Tidak hanya itu, penelitian ini pula diharapkan dapat memberikan informasi dan meningkatkan kesadaran kepada para pengguna media sosial untuk lebih bijak dalam mengakses, memakai dan mengunggah berbagai hal di media sosial, khususnya pada *platform* Instagram. Juga memberikan masukan pula kepada para *influencer* Instagram, khususnya dalam pengunggahan sebuah konten. Selain menekankan pada sisi hiburan, konten perlu juga ditingkatkan kualitasnya agar bernilai manfaat dan edukasi kepada pengikutnya. Hal tersebut baik dilakukan guna membantu pengembangan media literasi para pengguna, karena bagaimanapun juga pengguna akan terpengaruh dari apa yang menerpa mereka, salah satunya adalah konten yang *influencer* bagikan dalam media sosialnya.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi penulisan skripsi menjadi hal primer untuk diberitahukan agar supaya nantinya prosedur penelitian yang akan dilakukan menjadi jelas adanya, dan juga selaku standar guna melengkapi kaidah penyusunan karya ilmiah. Adapun eksplanasi struktur skripsi ini ialah:

Bab I : Pendahuluan

Pada bagian ini akan dituliskan latar belakang penelitian secara struktural mulai dari landasan mengenai hal penting yang mengharuskan riset atau penelitian ini untuk dilakukan, sampai dengan argumentasi mengenai sekat yang menarik dalam tema atau topik riset. Adapun susunan yang terdapat pada bab I ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi penulisan skripsi.

Bab II : Kajian Pustaka

Pada bagian ini akan memuat teori-teori, dan konsep-konsep yang dianggap relevan guna mendukung keberadaan dari penelitian ini sendiri. Berisi pula penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, kerangka pemikiran serta paradigma penelitian yang mendeskripsikan teori, konsep serta hasil yang hendak didapatkan dari penelitian ini serta pula hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bagian ini hendak dipaparkan tata cara secara tuntas yang sejalan dengan penelitian yang hendak dicoba. Mulai dari desain serta pendekatan penelitian, partisipan penelitian, tata cara penelitian, tipe penelitian, metode pengumpulan data, analisis data serta uji keabsahan data.

Bab IV : Temuan dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dijabarkan temuan sekaligus pembahasan dari hasil survey penelitian pada pengikut akun @catwomanizer terkait tujuan penelitian, yaitu bagaimana pengaruh variabel terpaan konten *influencer* Instagram terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*. Pembahasan akan dilakukan berdasarkan pengujian dengan metode statistika, dilanjutkan oleh analisis deksriptif peneliti berdasarkan hasil temuan.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini akan ditulis mengenai ketuntasan penelitian melalui kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diolah sebelumnya oleh peneliti. Selain itu perlu adanya penulisan inti atau hal-hal berarti yang didapatkan dari hasil riset, juga membagikan anjuran atau implikasi terpaut hasil penelitian, serta tidak lupa rekomendasi bagi beberapa pihak terkait yang terlibat dalam riset atau penelitian skripsi ini.