

# INSTA STORY DALAM MEMBINGKAI SELF DISCLOSURE MAHASISWA

Edy Prihantoro<sup>1</sup>, Artha Wiguna<sup>2</sup>, Erny Pratiwi<sup>3</sup>  
Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma<sup>1,3</sup>  
Akademi Komunikasi Media Radio & TV Jakarta<sup>2</sup>  
[edipri@staff.gunadarma.ac.id](mailto:edipri@staff.gunadarma.ac.id)<sup>1</sup>, [arthawiguna147@yahoo.co.id](mailto:arthawiguna147@yahoo.co.id)<sup>2</sup>,  
[ernypra@staff.gunadarma.ac.id](mailto:ernypra@staff.gunadarma.ac.id)<sup>3</sup>

## ABSTRAK

Pengungkapan diri melalui media sosial sudah menjadi kebiasaan baru bagi mahasiswa. Melalui akun media sosial mereka, mereka menunjukkan identitas mereka yang memiliki kelebihan yang harus diketahui orang lain. Insta story dipilih oleh mahasiswa karena memiliki kelebihan yaitu dapat mengunggah video dan story. Kebebasan berekspresi melalui insta story bisa menjadi sarana pengungkapan diri mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa insta story dapat membingkai pengungkapan diri siswa. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara dengan beberapa siswa yang aktif menggunakan Insta Stories di Instagramnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa siswa menggunakan insta story di Instagram untuk menunjukkan eksistensinya. Melalui insta story siswa bebas berekspresi, menunjukkan aktivitasnya, menunjukkan kemampuannya yang mungkin tidak ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari. Melalui akun media sosialnya, siswa dapat lebih percaya diri dan menjadi dirinya sendiri.

**Kata Kunci:** Insta Story, Keunggulan, Self Disclosure, Bingkai, Kepercayaan.

## PENDAHULUAN

*Instagram stories* atau yang lebih dikenal dengan *Insta story* adalah fitur yang ada dalam Instagram yang dapat digunakan untuk mengunggah foto, mengedit foto, mencari lokasi menarik, sampai digunakan untuk aktivitas bisnis. Melalui *Insta story* kita dapat mengupload foto, video yang tidak akan muncul di halaman profile dan akan terhapus setelah 24 menit.

*Insta story* yang ada dalam Instagram merupakan salah satu media yang dapat dipilih dan digunakan oleh masyarakat termasuk mahasiswa untuk berkomunikasi dengan orang lain. Media merupakan alat atau sarana yang berguna untuk menyampaikan pesan oleh komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa adalah alat yang berguna untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan bantuan alat-alat komunikasi seperti

surat kabar, radio, film dan televisi (Hafied Cangara, 2010).

Perkembangan dunia teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi saat ini telah mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat cepat. Perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi dapat dilihat melalui kehadiran internet yang telah digunakan oleh berbagai kalangan. Menurut *We Are Social, Hootsuite, 2020* (dalam databoks) orang Indonesia yang berusia 16 – 24 tahun rata-rata menghabiskan waktu selama 8 jam di dunia maya (internet). Hasil survei *globalwebindex* menunjukkan bahwa pengguna media sosial yang berusia 16 – 24 tahun memiliki beberapa *platform* media sosial. Dari hasil survei tersebut, YouTube menempati peringkat pertama dengan presentase sebesar 88%, lalu Whatsapp sebesar 84%, Facebook sebesar 82%, dan penggunaan Instagram sebesar 79%.

Penduduk Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun berada di internet (pada semua perangkat) dalam sehari rata-rata mencapai 7 jam 59 menit. Adapun pengguna internet Indonesia mencapai 175,4 juta atau sekitar 64% dari total penduduk Indonesia. Media sosial menempati urutan kedua dengan rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan waktu sebanyak 3 jam 26 menit. Youtube dan Whatsapp menjadi media sosial terpopuler dengan persentase masing-masing sebesar 88% dan 84%. Sementara media lainnya selama 3 jam 4 menit untuk menonton televisi. Carr dan Hayes (2015:8) menyatakan bahwa media sosial merupakan media yang dapat digunakan untuk berinteraksi secara langsung, mempresentasikan diri baik secara langsung maupun tidak dengan khalayak di dalamnya untuk mendapatkan manfaat darinya.

Pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2020 sebesar 160.0 juta, dan ada peningkatan sebanyak 8.1% atau 12 juta pengguna pada April 2019 sampai Januari 2020 (*datareportal.com, 2020*). Dalam data tersebut sudah sangat bisa disimpulkan bahwa pada masa kini masyarakat sudah sangat mempergunakan media sosial seperti Instagram sebagai pelengkap kegiatan sehari-hari.

Facebook masih menjadi yang teratas dalam hal sosial media. Tren dalam jumlah pengguna yang dilaporkan dalam pengumuman pendapatan perusahaan menunjukkan bahwa *platform* tersebut seharusnya sudah melewati tanda

bersejarah 2,5 miliar pengguna bulanan dan jumlah pengguna terus tumbuh dengan mantap di sebagian besar negara selama 2019.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar, foto yang menerapkan *filter* digital untuk mengubah tampilan efek foto dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Bambang, 2012). Pengungkapan diri (*Self Disclosure*) menurut Johanes Papu adalah pemberian informasi tentang diri sendiri kepada orang lain. Informasi yang diberikan kepada orang lain tersebut meliputi pengalaman hidup, perasaan, emosi, pendapat, cita – cita, dan lain sebagainya. Menurutnya pengungkapan diri harus dilandasi dengan kejujuran dan keterbukaan dalam memberi informasi, bukan informasi yang tidak jujur atau hanya menampilkan yang baik saja, (Ni'matillah,2015).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Komunikasi Interpersonal atau Komunikasi Antarpribadi yaitu komunikasi yang biasanya dilakukan oleh dua orang atau lebih yang mengkomunikasikan pemikiran, perasaan, informasi atau bahkan emosi, secara tatap muka dan lain nya. Komunikasi Interpersonal dapat dilakukan dalam bentuk verbal atau nonverbal, dan bertujuan untuk mencapai kesamaan makna. Menurut Littlejohn dan Foss (2009:615), seseorang menciptakan makna melalui komunikasi — seseorang belajar tentang siapa dirinya melalui komunikasi dengan orang lain dan, dan akan memengaruhi cara kita berpikir dan merasakan tentang diri kita sendiri. IPC (*Interpersonal Communication*) penting untuk alasan praktis — kita harus dapat berbicara dengan orang lain untuk mendapatkannya hal-hal dilakukan dan membuat kesan positif.

Morton (dalam Sears, Jonathan dan Anne, 1985:254) menyatakan bahwa pengungkapan diri atau keterbukaan diri yaitu mengungkapkan perasaan kepada orang lain. Keterbukaan diri deskriptif adalah kegiatan melukiskan berbagai fakta mengenai diri individu yang belum diketahui oleh orang lain yang berada di sekitarnya. Keterbukaan diri akan dibagikan kepada orang lain karena merasa sudah percaya dengan orang tersebut. Sedangkan keterbukaan diri evaluatif merupakan kegiatan pengungkapan pendapat atau perasaan individu seperti

mengungkapkan perasaan mengenai orang-orang yang disukai ataupun yang tidak disukai.

*Self Disclosure* (Judy Pearson dan Paul Nelson, 2011:140) merupakan proses membuka diri yang sengaja dilakukan dengan memberi atau menyajikan informasi yang bersifat sensitif dan rahasia yang mungkin tidak diketahui orang lain. *Self Disclosure* pada umumnya terdiri dari informasi-informasi yang sengaja diberikan melalui komunikasi verbal atau komunikasi nonverbal.

Kaplan dan Haenlein (2010:61) menyatakan bahwa media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang dibuat berdasarkan ideologis serta teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pembuatan serta pertukaran konten yang dibuat oleh masing-masing pengguna. Media sosial merupakan media untuk berinteraksi sosial di luar Komunikasi Sosial secara tatap muka. Dengan teknik komunikasi yang memampuni untuk dapat diakses di manapun dan dapat diukur, media sosial secara substansi telah memberi perubahan terhadap cara berorganisasi, berkomunitas, dan komunikasi individu ataupun antar individu. Majalah, forum internet, blog, *microblogging*, wiki, *podcast*, gambar, video, dan lain sebagainya merupakan bentuk atau jenis media sosial. Dengan menerapkan serangkaian teori di bidang penelitian media (kekayaan media, kekayaan sosial) dan proses sosial (presentasi diri, *self disclosure*).

## **METODELOGI PENELITIAN**

Metode yang dipergunakan yaitu deskriptif kualitatif. Riset Kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena secara mendalam dengan mengumpulkan data. Riset ini juga tidak mengutamakan besarnya populasi ataupun *sampling* namun mengutamakan informasi yang mendalam dari hasil *deep interview*. Jika data wawancara yang terkumpul sudah cukup untuk menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak lagi diperlukan untuk mencari *sampling* lainnya. Metode ini menekankan pada kualitas data, bukan kuantitas. Menurut Kriyantono (2016:59) fokus riset deskriptif yaitu pada perilaku yang terjadi. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian dengan menganalisa unggahan 5 orang subjek yang merupakan mahasiswa dan mahasiswi AKMRTV Jakarta angkatan 2017. Subjek yang diteliti sudah memenuhi syarat yang menjadi acuan penulis untuk melakukan

penelitian. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan data primer, data yang diperoleh dari sumber pertama yang berada di lapangan dengan melakukan observasi, pendokumentasian, wawancara dan studi literatur. Observasi, dokumentasi dan wawancara dilakukan terhadap sejumlah mahasiswa AKMRTV Jakarta yang dapat memberi data yang penuh akan informasi dan terkait dengan *self disclosure* mahasiswa AKMRTV Jakarta angkatan 2017 dengan fitur *Insta story*.

## HASIL DAN DISKUSI

*Insta story* merupakan satu fitur dalam Instagram yang menampilkan cerita cepat dan mudah untuk berbagi momen dan pengalaman yang dialami seseorang. Melalui fitur ini, Instagram ingin memberikan kemudahan bagi masyarakat pengguna Instagram untuk menceritakan, mendokumentasikan, atau berbagi cerita kepada orang lain dengan cara menuliskannya dalam fitur *Insta story* tersebut. Instagram juga menyebutkan tentang fitur efek yang salah satu cara penggunaannya yaitu “putar dengan video” dan Instagram mensugestikan untuk “jadikan momen lainnya lebih menyenangkan dengan efek seperti Boomerang dan Superzoom”. Instagram juga memberitahu cara lain untuk berinteraksi dengan teman-teman anda dengan fitur *Insta story* yaitu “tambahkan stiker Poll dan fitur interaktif lainnya ke Cerita Anda untuk berbagi dan mendapatkan umpan balik dari teman.”

*Insta story* juga dapat disimpan dan dilihat kembali oleh pengikut anda dari laman pribadi anda yaitu dengan cara “sematkan momen favorit anda ke profil anda”. Bagikan Cerita Anda selama lebih dari 24 jam dengan memunggahnya sebagai Sorotan di Profil Anda.

Beberapa informan penelitian menggunakan *Insta story* untuk menunjukkan eksistensi diri melalui foto dan video yang selalu mereka unggah setiap hari. Foto dan video yang diunggah adalah terkait dengan kegiatan sehari-hari yang sengaja didesain atau dibuat menarik untuk mendapatkan foto dan video yang menarik pula. Salah satu informan bahkan menggunakan fitur *Question and Answer* yang terdapat di dalam *Insta story*. Dari Fitur ini pengikutnya semakin mengenal lebih dekat terhadap informan. Respon yang diberikan seperti

menanggapi rekan yang sedang curhat atau bertanya pendapat. Informan juga merupakan orang yang cukup vokal dalam memberikan tanggapan-tanggapan terhadap pertanyaan pengikutnya. Informan selalu berusaha untuk menampilkan apa yang ingin ia tampilkan kepada pengikutnya secara sempurna dan tertata, seperti sudah dipersiapkan untuk menjadi *image* dirinya yang akan orang lain lihat melalui unggahan *Insta story*-nya. Dan melalui respon yang diberikan pengikut, *image* yang informan bangun cukup berhasil. Informan lainnya menunjukkan bahwa *Insta story* digunakan untuk mengunggah kegiatannya termasuk aktivitas di luar belajar, yaitu pekerjaan di luar kuliah.

### ***Self Disclosure***

*Self Disclosure* adalah suatu cara atau merupakan pembukaan diri. *Self disclosure* dilakukan guna mengenal individu lain dengan lebih baik juga memperkenalkan diri kepada individu lain. *Self disclosure* dapat dilakukan dengan berbagai cara, namun ada salah satu cara untuk mengklasifikasikan sisi diri bagian mana yang dibuka atau *disclosure*. Pada saat ini, melakukan pembukaan diri atau *self disclosure* dapat melalui teknologi dan media sosial yang ada. Dan salah satu media yang paling umum digunakan saat ini adalah Instagram dengan fitur *Insta story*-nya.

### ***Open Area***

*Open area* yang dimiliki oleh tiap subjek berbeda-beda namun memiliki pola yang serupa. *Open area* pada para subjek bergantung pada citra apa yang mereka tampilkan atau kebiasaan apa yang mereka lakukan dalam fitur *Insta story*.

### ***Blind Area***

*Blind area* yang dimiliki tiap subjek juga berbeda, dengan pola yang sama yaitu, mengunggah secara acak namun disadari sebuah fakta atau sekedar pemikiran atau penilaian yang ada dari para penonton *Insta story*.

### ***Hidden Area***

*Hidden area* yang dimiliki oleh tiap subjek berbeda, hal ini dikarenakan *Hidden area* merupakan hak penuh dari subjek. Apakah ada keinginan untuk dibagikan atau tidak, bagaimana cara mengkomunikasikannya dan kepada siapa

mereka membagikan hal tersebut. *Hidden area* masing-masing informan berbeda, ada yang lebih terbuka ada yang kurang terbuka, terkait dengan konten yang diunggah.

### ***Unknown Area***

*Unknown Area* yang diakses oleh para subjek memiliki jenis dan respon berbeda dari tiap pengikut. *Unknown area* didapat melalui pengikut yang merespon unggahan dari para subjek. *Unknown area* subjek biasanya terjadi dari unggahan subjek yang memancing sebuah pertanyaan atau respon lebih lanjut. Untuk fitur yang terdapat pada *Insta story* yang dapat memudahkan *unknown area* terbuka yaitu *Question Box* dan *Poll*. Namun pengikut subjek juga ada yang menyentuh sisi ini hanya dari membalas *Insta story* yang diunggah oleh kelima subjek. Analisa *unkown area* para subjek dari penelitian ini adalah mereka membuat komunikasi interpersonal yang menarik saat terjadinya komunikasi dengan pengikut mereka di Instagram. Mereka tidak ragu untuk membuka diri lebih lanjut setelah mendapatkan respon dari para pengikut yang juga memancing pengikut mereka memberikan informasi tentang dirinya. Alhasil mereka sama-sama mengetahui fakta dan informasi baru dari satu sama lain.

Secara umum, informan dalam penelitian ini mengakui bahwa dengan *Insta story* mereka dapat lebih terbuka untuk mengekspresikan dirinya, dan siap mendapatkan komentar dan teman baru. Keterbukaan diri melalui *Insta story* sangat positif bagi mahasiswa yang sedang mencari jati diri. Dengan terbuka maka mahasiswa akan lebih mudah menerima informasi-informasi di luar dirinya untuk menambah bekal dalam membangun karakter diri mereka.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian *Insta story* dalam membingkai *self disclosure* mahasiswa menunjukkan bahwa keterbukaan diri mahasiswa melalui media sosial sangat positif untuk perkembangan dirinya, dalam mencari eksistensi dan jati diri mereka. Seluruh informan membenarkan bahwa dengan menggunakan *Insta story* mereka menjadi lebih terbuka, kreatif, komunikatif kepada orang lain, terutama pengikutnya (*followers-nya*). *Open area* yang dimiliki oleh masing-masing subjek berbeda, namun memiliki pola yang sama. Yaitu, karena mereka memilih untuk

membuka dirinya tentang satu atau beberapa hal dengan lebih sering dibanding tentang hal lainnya. *Blind area* yang dimiliki oleh masing-masing subjek juga berbeda. Tentu dengan pola yang sama, yaitu mengunggah secara asal atau tanpa tujuan, dan pengikut masing-masing subjek menginterpretasikan apa yang ia lihat lalu diungkapkan atau disetujui melalui *reaction* atau *reply*. *Hidden area* yang dimiliki oleh masing-masing subjek berbeda, namun tidak semua subjek mengungkapkan secara terang-terangan *hidden area* ini, mengingat memang tujuan dan keinginan mereka, hanya mereka yang tahu. *Unknown area* yang tersentuh oleh masing-masing subjek juga berbeda, namun memiliki kaitan dengan apa yang diunggah oleh para subjek. Kebanyakan dari mereka mengatakan bahwa *Unknown area* didapati ketika mereka sedang *sharing* atau berbagi informasi.

### **Saran**

1. Manfaatkan aplikasi-aplikasi yang dapat membantu untuk mengungkapkan siapa diri kita, kelebihan atau keahlian kita secara efisien dan tepat. Pergunakan aplikasi seperti Instagram dan fitur *Insta story* untuk mengungkapkan bagaimana diri anda, apa yang anda bisa, pikiran atau perasaan anda. Tentu dengan pertimbangan yang matang, agar tidak ada kekeliruan dalam mengunggah sesuatu. Dan agar apa yang ingin kita sampaikan atau ungkapkan dapat tercerna dan tersampaikan sesuai dengan apa yang kita harapkan.
2. Pergunakan media sosial dengan bijak, dan jangan sampai melanggar etika yang ada. Komunikasikan segala sesuatu nya di media sosial sesuai dengan etika tanpa melanggar dan menyakiti pengguna lain yang mungkin berusaha menampilkan jati dirinya kepada pengikut di media sosial.

### **REFERENSI**

- A Supratiknya. 2016. Tinjauan Psikologis Komunikasi Antar Pribadi. Jogjakarta: Pt. Kansius.
- Bambang D Atmoko. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- Bittner, John R. 1986. Mass Communication An Introduction. New Jersey: Prenticehall, Englewood Cliffs.

- Caleb T Carr, Rebecca A Hayes. 2015. Social Media: Defining, Developing And Divining. *Journal of Communication*.
- Hafied Cangara. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Eri Husna Permata. 2017. Instagram Dan Presentasi Diri. Skripsi. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
- Fifit Difika. 2016. Dakwah melalui Instagram (studi analisis materi dakwah dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham). Undergraduate (S1) thesis. UIN Walisongo.
- J. R. Raco. 2010. Metode Penelltlan Kualltatlf Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya. Jakarta: Pt Gramedia Widiasarana Indonesia
- Kozinets, R. V. 2002. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 61-72.
- Kaplan A M, Haenlein M. 2010. Users Of The World, Unite! The Chalanges And Opportunities of Social Media. *Bussines Horizon*. 53 (1), 59-68.
- Kozinets, R. V. 2015. Netnography: Redifined. Los Angeles: SAGE Publications Inc.
- Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada.
- Mcquail, Denis. 2006. Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Alih Bahasa Oleh Agus Dharma Dan Aminudin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Pearson J, Nelson P. Et All. 2011. *Human Communication*. New York: The Mcgraw-Hill Companies
- Shiya A Sugiharto, Maulana R Ramadhana. 2018. Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merk. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*. Universitas Telkom
- Steinberg, Lawrence. 2002. Adolescence.Sixth edition. New York: McGraw Hill.Inc
- Littlejohn, Foss. 2009. Encyclopedia of Communication Theory. Sage Publications, Inc. 2455 Teller Road Thousand Oaks, California 91320
- Muhammad, Ami. 2005. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara
- Ni'matillah S. 2015. Self Disclosure Siswa Smp Negeri 19 Surabaya Ditinjau Dari

Gender. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Raydista Febriantari. 2019. Instagram Story Sebagai Bentuk *Self Disclosure* Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember. Jurnal Ilmu Komunikasi. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember.

R D Mahardika, Farida.2019. Pengungkapan Diri Pada Instagram *Instastory*. Jurnal Studi Komunikasi. Surabaya: Universitas Dr. Soetomo.

<https://M.Liputan6.Com/Tekno/Read/3906736/Instagram-Adlah-Platform-Berbagi-Foto-Dan-Video-Ini-Deretan-Fitur-Canggihnya> Diakses Pada 28 Maret 2020 Pukul 00.35

<https://Www.Google.Co.Id/Amp/S/M.Bisnis.Com/Amp/Read/20190629/84/939305/Daftar-Pengguna-Instagram-Terbanyak-Di-Dunia-Indonesia-Di-Urutan-Berapa> Diakses Pada 28 Maret 2020 Pukul 03.22

<http://Www.Digitalmarketer.Co.Id/Pertumbuhan-Media-Sosial/> Diakses Pada 28 Maret 2020 Pukul 02.01