

## FITUR “STATUS” JURNALISME MEDIA SOSIAL *WHATSAPP* SEBAGAI BENTUK *SELF-DISCLOSURE* PADA REMAJA GENERASI *DIGITAL NATIVE*

Ade Lola Edria<sup>1\*</sup>, M. Yoserizal Saragih<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, FIS, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

\*Korespondensi: [ade0603202106@uinsu.ac.id](mailto:ade0603202106@uinsu.ac.id)

\*\*\*

### Citation (APA):

Edria, A. L., & Saragih, M. Y. (2024). Fitur “Status” Jurnalisme Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Bentuk *Self-Disclosure* Pada Remaja Generasi *Digital Native*. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 126–137. <https://doi.org/10.33506/jn.v10i1.3362>

### Email Authors:

ade0603202106@uinsu.ac.id  
yoserizal@uinsu.ac.id

Submitted: 12 Mei, 2024

Accepted: 19 Mei, 2024

Published: 07 Juni, 2024

Copyright (c) 2024 Ade Lola Edria, M. Yoserizal Saragih

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



### ABSTRAK

Generasi *digital native* ialah generasi yang sudah tidak dapat dipisahkan hidupnya dari teknologi semacam internet dan media sosial. Tujuan dari riset ini yakni untuk mengetahui bagaimana jenis *self disclosure* yang dilakukan oleh remaja generasi *digital native* yang mereka jalani di fitur “Status” *WhatsApp*, dan alasan yang mendasari para informan untuk melakukan *self disclosure* di media sosial tersebut. Metode yang digunakan dalam riset ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap sebagian informan yang tercantum kedalam jenis remaja generasi *digital native* yakni umur 19 hingga umur 22 tahun. Adapun dalam mengungkapkan kategori atau tipe pengungkapan diri informan, peneliti menggunakan teori *Johari Window*. Hasil penelitian menerangkan bahwa jendela *hidden area* yang terdapat dalam keempat jendela *Johari* itu lebih terbuka lebar yang menunjukkan bahwa remaja *digital native* cenderung tidak melepas semua informasi yang berkaitan dengan diri mereka.

**Kata kunci:** Media Sosial; *WhatsApp*; *Self Disclosure*; *Digital Native*

### ABSTRACT

The *digital native generation* is a generation whose life cannot be separated from technology such as the internet and social media. The aim of this research is to find out what types of *self-disclosure* are carried out by *digital native generation teenagers* using the *WhatsApp "Status" feature*, and the underlying reasons for informants to carry out *self-disclosure* on social media. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. Researchers conducted interviews, observations and documentation on several informants who were included in the *digital native generation*, namely aged 19 to 22 years. As for revealing the categories or types of informants' *self-disclosure*, researchers used the *Johari Window theory*. The research results show that the *hidden area windows* in the four *Johari windows* are more wide open, which shows that *digital native teenagers* tend not to release all information related to themselves.

**Keywords:** Social Media; *WhatsApp*; *Self Disclosure*; *Digital Native*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital di era *society 5.0* saat ini sangat berkembang pesat serta tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Saat ini manusia dituntut untuk menguasai dan memanfaatkan teknologi sebaik mungkin khususnya teknologi yang berbasis internet seperti media sosial. Adapun bersumber pada hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024 tingkatan penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% yang naik sebanyak 1,31% dibandingkan tahun lalu, yakni terdapat 221,563.479 jiwa dari total 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia (Nurya dan Tri, 2023).

Diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia dikuasai oleh remaja generasi *digital native* yaitu remaja kelompok usia 12-27 tahun. Generasi *digital native* sendiri disebut juga sebagai generasi Z yang

mana generasi ini lahir dan tumbuh di era digital atau saat budaya internet telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup mereka. Seperti yang kita tahu, generasi *digital native* tidak bisa lepas dari yang namanya gawai *smartphone*. Mereka menggunakan *smartphone* untuk mengakses berbagai macam *platform* media sosial agar bisa mendapatkan informasi dan isu terkini, mendapatkan hiburan, mengeksplorasi minat dan hobi mereka, mencari informasi untuk kepentingan pendidikan, melakukan komunikasi jarak jauh dengan banyak orang secara virtual dan lain sebagainya. Adapun menurut survei yang dilakukan oleh The Harris Poll dalam (Sakitri, 2021), ada sekitar 63% generasi Z yang melakukan banyak hal-hal yang kreatif karena keaktifan mereka yang luar biasa di suatu komunitas di media sosial.

Di masa yang serba *digital* ini, seluruhnya mampu didapatkan lebih mudah, murah, dan kilat. Media sosial telah mengganti cara orang berkomunikasi serta berinteraksi (Astuti, 2017). Luo & Hancock (2020) mengungkapkan bahwa orang-orang sekarang selalu mengungkapkan informasi tentang diri mereka secara teratur ke jejaring sosial atau melalui postingan di media sosial. Media sosial merupakan instrumen ataupun saluran yang digunakan penggunaannya untuk mendapatkan atau menyebarkan berbagai macam informasi baik yang berupa teks/tulisan, gambar, audio dan video, berpartisipasi ataupun berinteraksi dengan orang lain secara bebas tanpa harus terhalang oleh jarak dan waktu secara virtual (Saragih, 2019). Dan media ini sendiri juga bukan hanya digunakan untuk menyebarkan pesan kepada khalayak luas namun juga ikut memproses seluk-beluk bagaimana suatu pesan itu dicari, dipahami, digunakan dan yang kemudian ikut mempengaruhi khalayak (Rohani, Saragih, Azhar, & Fitri, 2021). Bisa dikatakan, media sosial banyak menawarkan kemudahan bagi seseorang terutama untuk melakukan suatu komunikasi dan membangun hubungan yang interaktif antar sesama. Namun, walaupun ditawarkan banyak kemudahan, tidak baik pula bagi kita untuk menggunakan media sosial secara sesuka hati tanpa mengedepankan etika penggunaannya yang sudah dijelaskan dalam al-Qur'an Surah al-Ahzab ayat 70.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.”  
(QS. Al-Ahzab/33: 70)

Ayat tersebut dimaksudkan agar kita senantiasa memiliki etika dengan tidak membuat dan menyebarkan informasi yang tidak baik seperti mencela atau lainnya, juga yang tidak benar dan tidak membangun dalam menggunakan media sosial. Lalu, mengenai penyebaran informasi yang benar, hal tersebut juga tertuang dalam ayat suci Al-quran dalam surah yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ  
نُدِمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (QS. Al-Hujurat/49: 6)

Berhubungan dengan kedua ayat diatas, sudah sepatutnya remaja *digital native* yang lahir di era digital itu lebih peka akan etika berkomunikasi di media sosial ini. Hapsari Wijayanti et al., (2022) mengatakan bahwa remaja generasi *digital native* harus mengetahui akan etika berkomunikasi di media

sosial, dimana etika berkomunikasi ini sangat erat kaitannya dengan penggunaan bahasa yang sopan, tidak menjurus dan membangkitkan emosi negatif, menghindari SARA, berhati-hati menyebarkan foto atau *selfie* yang tidak umum serta melakukan *bullying*.

Lalu, terdapat pula ciri ataupun sifat dari media sosial bagi (Nasrullah, Tawakkal, & Jannah, 2022) yakni: (1) Jaringan (*network*). Media sosial mempunyai ciri sebagai jaringan sosial; (2) Data (*information*). Informasi jadi suatu hal yang berguna dari media sosial; (3) Arsip (*archive*). Arsip bisa digunakan untuk mengganti, mengakses, sampai menyimpan data atau informasi; (4) Interaksi (*interactivity*). Pengguna media sosial dapat berhubungan dengan banyak orang di media sosial; (5) Simulasi sosial (*simulation of society*). Pengguna media sosial dikatakan selaku masyarakat negara digital; serta (6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*). Konten seluruhnya punya pengguna ataupun pemilik akun. Selain itu, Weiser dalam (Fauzia, Maslihah, & Ihsan, 2019) juga mengungkapkan bahwa media sosial mempunyai beberapa fungsi untuk memenuhi kebutuhan individu yaitu, menciptakan hubungan sosial melalui dunia maya, menginfokan ataupun menyampaikan apa yang tengah dirasakan atau dialami oleh individu tersebut, dan hal lainnya yang dapat disampaikan di dunia maya. Media sosial sendiri sebagai perwujudan dari teknologi yang berbasis internet ini memungkinkan bagi siapa saja untuk dapat menjalankan fungsi pers seperti pengawas, penyaring informasi, pengecekan data dan fakta serta pengeditan (Saragih & Harahap, 2020).

Adapula media sosial juga dapat menjadi suatu wadah untuk kita curhat atau menulis status harian mengenai apa yang kita rasakan atau mengenai informasi bermanfaat yang ingin kita bagikan. Untuk itu, aktivitas di media sosial dapat dikatakan sebagai pengungkapan diri (*self-disclosure*) atau dalam istilah lainnya media sosial ini juga dipercaya dapat mengungkapkan perasaan diri kita sebenarnya (Radja & Citra, 2020). Pengungkapan diri yang dilakukan dalam media sosial merupakan suatu fenomena yang banyak berkembang akhir-akhir ini (Saifulloh & Siregar, 2019). Adapun *WhatsApp* sendiri merupakan salah satu jenis dari media sosial ataupun jurnalisme media sosial yang termasuk ke dalam aplikasi pesan instan yang hanya dapat diakses dengan data internet, sehingga pengguna harus memastikan koneksi internetnya agar selalu terhubung. Secara perlahan banyak orang yang mulai memakai aplikasi ini selaku layanan pengiriman pesan suara (*Voice Messaging Service*) serta pembaharuan status (Alaby, 2020). Fitur “status” tersebut memungkinkan banyak orang untuk mengunggah informasi yang dapat berupa apapun dan mengenai apapun termasuk sebagai wadah yang digunakan untuk melakukan *self-disclosure*.

Pengungkapan diri atau *self-disclosure* ialah aktivitas berbagi perasaan atau informasi mengenai diri kita sendiri kepada orang lain. Atau dengan arti lain yaitu seseorang yang menggambarkan berbagai fakta mengenai dirinya sendiri atau seseorang yang mengungkap perasaannya mengenai hal-hal yang disukai dan tidak disukai dan orang lain belum mengetahuinya. Membuka diri artinya menginformasikan kepada orang lain mengenai perasaan kita terhadap sesuatu yang kita katakan atau lakukan, dan perasaan-perasaan kita terhadap suatu kejadian. Selain itu, *self-disclosure* juga didefinisikan sebagai pemberian informasi tentang diri sendiri kepada orang lain dan orang lain tersebut tidak akan mengetahui hal tersebut jika kita tidak menginfokannya (Yunita, 2019).

Adapun suatu indeks atau elemen yang ada dalam teori *self-disclosure* yaitu teori Johari Window yang dikemukakan oleh oleh Joseph Luft dan Harringto Ingham. Teori Johari Window berkaitan dengan

perasaan, sikap serta motif manusia. Cangara (2019) menjelaskan bahwa "*Johari Window*" atau Jendela Johari merupakan suatu upaya buat memahami diri sendiri. Johari Window atau Jendela Johari merupakan sebuah kaca jendela yang terdiri dari empat bagian dimana keempat wilayah didalamnya itu ada pada diri setiap orang. Wilayah tersebut berupa wilayah terbuka (*open area*), wilayah buta (*blind area*), wilayah tersembunyi (*hidden area*) dan wilayah tidak dikenal (*unknown area*).

*Open Area* berarti segala hal yang terdapat dalam diri seorang, seperti perasaan, benak, dan tingkah laku serta tidak hanya diketahui oleh diri mereka sendiri hal tersebut diketahui oleh orang lain pula. Apabila zona ini kian melebar, dalam artian kita bisa mengerti orang lain, serta pula orang lain bisa mengerti diri kita, sehingga komunikasi dapat berjalan dengan baik. Sebaliknya *Blind Area* ialah seluruh hal mengenai perasaan, benak dan tingkah laku kita, orang lain mengenali serta menyadarinya, namun diri kita sendiri tidak mengetahuinya ataupun tidak menyadarinya. Jika zona ini terus melebar serta menekan zona lain, maka akan terjadi kesusahan dalam berkomunikasi. Zona ini memaparkan tentang suatu yang mana dikenal ataupun dimengerti oleh orang lain namun diri sendiri tidak mengenali serta menyadarinya. Lalu terdapat *Hidden Area*, dimana zona berisi mengenai hal-hal tentang diri kita sendiri yang kita tahu namun orang lain tidak mengetahuinya. Area ini terbagi atas dua konsep lagi diantaranya yaitu: (1) *Over Disclosed*, berarti segala hal yang seharusnya disembunyikan tapi malah banyak diungkapkan sehingga kemungkinan *hidden area* lebih kecil. Hal ini membuat seseorang kemungkinan dapat termasuk ke dalam *open area* namun tidak sepenuhnya terbuka. (2) *Under Disclosed*, dimana seseorang lebih sedikit menceritakan tentang aktivitasnya ataupun rahasianya kepada orang lain. Sehingga seseorang yang memiliki konsep ini cenderung berada di wilayah yang rahasia/tersembunyi. Dan yang terakhir ada *Unknown Area*, yang berarti zona tak dikenal ataupun zona yang mana tidak terdapat seorangpun yang mengetahuinya, entah itu diri sendiri ataupun orang lain.

Berdasarkan dari teori *Johari* tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana tipe *self-disclosure* yang dilakukan oleh remaja generasi *digital native* yang mereka lakukan di aplikasi *WhatsApp* tepatnya pada fitur "Status", serta alasan apa yang mendasari para informan untuk melakukan *self-disclosure* di media sosial tersebut. Peneliti tertarik membahas kasus ini karena seperti yang kita telah ketahui bahwa remaja *digital native* sangat tidak bisa dipisahkan dari *gadget* ataupun *smartphone*. Dengan adanya *smartphone* kita bisa mengunduh apapun dari mulai *game* hingga berbagai media sosial terutama aplikasi *WhatsApp*. *WhatsApp* telah menjadi kebutuhan bagi setiap orang terutama remaja generasi *digital native* karena fungsinya yang bisa melakukan interkasi dengan banyak orang serta melakukan suatu pengungkapan diri atau *self-disclosure* dengan maksud dan tujuan tertentu.

## METODE

Penelitian ini memakai tipe penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan dari pendekatan deskriptif ini antara lain untuk menggambarkan fakta-fakta ataupun karakteristik tertentu secara pas, sistematis serta faktual. Metodologi kualitatif ialah strategi penelitian yang mengemukakan data deskriptif berbentuk pesan tertulis ataupun lisan dari orang-orang serta sikap yang diawasi. Pendekatan ini ditujukan pada latar serta orang tersebut secara holistik maupun utuh sehingga tidak boleh mengisolasi orang atau organisasi ke dalam suatu variabel ataupun hipotesis, namun perlu untuk memandangnya selaku komponen dari sesuatu keutuhan (Moleong, 2017). Subjek dari penelitian ini adalah remaja generasi *digital*

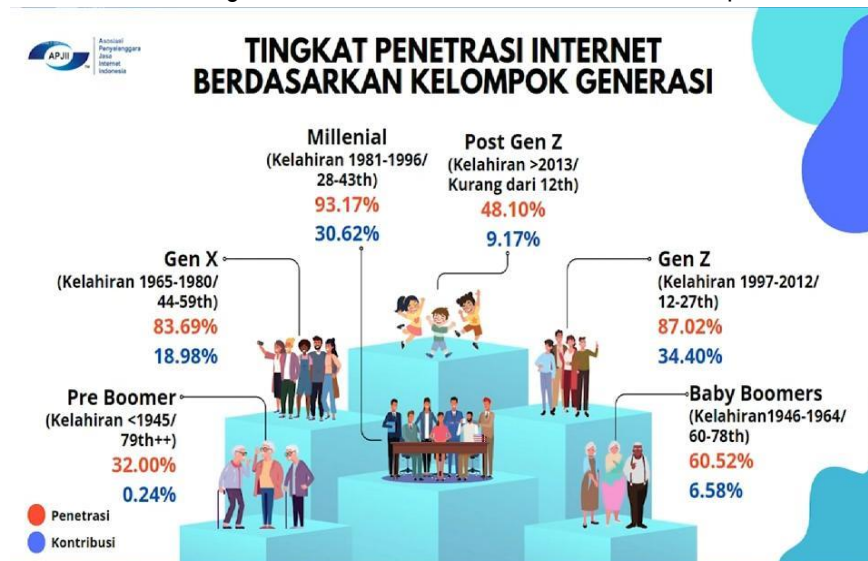
*native* dengan rentang usia 19-22 tahun yang berjumlah 6 orang. Pengambilan data diambil dengan menggunakan beberapa teknik seperti wawancara yang berarti percakapan yang dilakukan oleh kedua pihak, yang mana pewawancara akan menanyakan beberapa pertanyaan untuk dijawab oleh si narasumber. Disini, peneliti melakukan tanya jawab secara mendalam dengan narasumber secara langsung atau tatap muka. Lalu ada observasi, dimana observasi ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung untuk mendapatkan bukti-bukti yang mendukung. Peneliti melakukan observasi dengan mengunjungi atau mengakses serta memantau status *platform* media sosial *WhatsApp* yang digunakan oleh narasumber atau informan. Dan yang terakhir ada dokumentasi. Dokumentasi yakni teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan dokumen-dokumen atau jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian untuk memperkuat informasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penggunaan *Platform* Jurnalisme Media Sosial *WhatsApp*

Pada bagian ini, peneliti menemukan bahwa para informan sebagai remaja generasi *digital native* memang sangat tidak bisa dipisahkan dari teknologi digital atau dunia virtual serta media sosial yang mereka miliki. Tidak mengherankan generasi *digital native* di era *society* 5.0 ini dianggap sangat unggul dari segi kemampuan mereka mengenai teknologi digital daripada generasi sebelumnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Syaifa Tania (2022), diketahui bahwa generasi *digital native* atau generasi Z telah akrab dengan teknologi sejak kecil. Mereka bahkan sudah mempunyai *smartphone* pada usia akhir Sekolah Dasar (SD) dan memiliki media sosial pribadi saat Sekolah Menengah Pertama (SMP). Sangat berbeda dengan generasi sebelumnya yaitu pada generasi Y, para remaja baru bisa mendapatkan *smartphone* pribadi saat akhir jenjang perkuliahan.

**Gambar I:** Hasil Survei Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Kelompok Generasi



Sumber: APJII (2024) (nurya dan tri, 2023)

Media sosial sebagai wadah untuk melakukan ataupun menemukan segala hal membuat para remaja sekarang ini menjadi candu dan lupa waktu. Mereka rela berselancar di media sosial hanya untuk memuaskan kebutuhan mereka. Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti pun menemukan tentang

berapa lama waktu yang dihabiskan oleh informan sebagai remaja generasi *digital native* menghabiskan waktunya hanya untuk bermain media sosial. Berikut merupakan tabel berapa lama waktu para informan sebagai remaja generasi *digital* menghabiskan waktunya untuk berselancar di dunia maya per-hari.

**Tabel I:** Hasil Lama Waktu Remaja Generasi *Digital Native* Bermain Media Sosial

Nama	Usia	Lama Waktu
S R	19 tahun	180 Menit
M	19 tahun	240 Menit
D A	21 Tahun	360 Menit
E H	21 Tahun	210 Menit
W O	22 Tahun	300 Menit
M U	22 Tahun	420 Menit

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2024

Dari data tersebut diketahui bahwa informan sebagai remaja generasi *digital native* rata-rata menghabiskan waktunya di media sosial selama 285 menit per-harinya. Sedangkan berdasarkan data hasil laporan atau hasil survei yang dilakukan oleh *Global Web Index* (GWI) dalam *We Are Social* pada Januari 2024, menunjukkan bahwa kelompok usia 16-24 tahun yang berkategori perempuan rata-rata menggunakan media sosial selama 180 menit per-hari sedangkan yang berkategori laki-laki rata-rata menggunakan media sosial selama 164 menit per-hari.

Adapun dalam penggunaan jurnalisme media sosial *WhatsApp* sendiri, beberapa infoman mengaku bahwa dalam sehari mereka tidak bisa lepas dengan media sosial ini, mereka selalu membukanya dalam kurun waktu tertentu. Seperti salah satu pernyataan D A selaku informan yang mengatakan:

“Aku tuh sering ya buka WhatssApp karena lebih ke gabut aja. Walaupun gak ada yang ngechat aku, ya aku buka aja gitu untuk liat status-status orang, teruskan WhatsApp itu ukuran data nya dikit makanya lebih sering buka ini daripada medsos lain.”

Pernyataan tersebut sejalan dengan survei yang dilakukan oleh *Global Web Index* (GWI) dalam *We Are Social* pada Januari 2024 yang menyatakan bahwa *WhatsApp* terletak di urutan pertama selaku media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Mereka menghabiskan waktu sebanyak 26 jam 13 menit tiap bulannya untuk mengakses media sosial ini. *WhatsApp* yang merupakan wadah untuk komunikasi praktis tanpa batasan, memungkinkan semua orang itu untuk senantiasa terhubung kapan pun dan dimana pun (Bustomi & Yuliana, 2023). Salsabila & Muslim (2022) pun menyatakan bahwa tak peduli akan jenjang usia dan status sosial, media sosial ini memungkinkan untuk diakses semua orang. Hal tersebut pun membuat *WhatsApp* menjadi media sosial yang paling populer dengan lebih dari 2 miliar pengguna di seluruh dunia (Dean dalam (Evita, Evita, Helen, & Widjanarko, 2023). Bahkan riset terdahulu yang dilakukan oleh Harianto et al., (2022) juga menyatakan bahwa nilai tingkat kepuasan pengguna *WhatsApp* sebagai media berbagi informasi itu bisa di kategorikan sebagai puas. *WhatsApp* sendiri memang memiliki beberapa perbedaan dengan media sosial lainnya, yakni *WhatsApp* dikatakan sebagai media sosial tertutup sebab sifatnya yang privat dan pendaftaran hanya bisa dilakukan lewat masing-

masing nomor telepon (Rosenfeld, Sina, Sarne, Avidov, & Kraus, 2018). Dengan kata lain, kegiatan mengirim pesan hanya bisa dilakukan oleh mereka yang telah berada di dalam daftar kontak seseorang (Masip, Suau, Ruiz-Caballero, Capilla, & Zilles, 2021).

### **Self-Disclosure Remaja Digital Native**

*Self-disclosure* ataupun pengungkapan diri pada media sosial bagi remaja *digital native* umumnya dilakukan untuk eksistensi diri, kepuasan diri dan menemukan jati diri. Konteks pengungkapan diri yang dilakukan di media sosial, biasanya terletak pada taktik orang itu sendiri dalam berbagi informasi mengenai diri di bermacam-macam situs media sosial baik dalam bentuk status, gambar/video, *chatting*, komentar, serta lain sebagainya. Ada pula mengenai permasalahan perasaan, isi hati ataupun hal personal, umumnya seseorang cenderung berbagi pada orang yang dipercaya ataupun pada orang-orang tertentu saja. Namun hal ini justru diunggah lewat akun media sosial. Ini berarti secara tidak langsung banyak informasi tentang dirinya yang tidak sepatutnya diunggah malah diketahui oleh orang lain (Setiadi, 2019). *Self disclosure* ialah wujud pengungkapan diri yang mana pengungkapan tersebut dapat berupa kenyataan atau fakta-fakta tentang diri seseorang yang tidak banyak orang tahu. Seseorang yang telah memiliki ikatan pertemanan yang dekat dengan temannya bisa tanpa sadar melakukan pengungkapan diri tersebut. Pengungkapan diri mengenai kegiatan sehari-hari ini merupakan inti dari penggunaan media sosial (Nabity-Grover, Cheung, & Thatcher, 2020).

Dalam hal ini, peneliti akan mengklasifikasikan informan-informan berdasarkan konsep teori Jendela Johari agar lebih memudahkan peneliti dalam mengetahui tipe atau karakteristik pengungkapan diri dari setiap informan. Konsep teori jendela Johari terbagi atas empat (4) kuadran yaitu: *Open Area* (Area Terbuka), *Blind Area* (Area Buta), *Hidden Area* (Area Tersembunyi) dan *Unknown Area* (Area Tak Dikenal).

Pengungkapan diri yang dilakukan di media sosial *WhatsApp* ini oleh para informan lain tak bukan yaitu dilakukan untuk mengekspresikan diri mereka, mengunggah kemampuan diri mereka serta menginformasikan kepada orang banyak tentang aktivitas yang biasa mereka lakukan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mardiana & Zi'ni, (2020) menyatakan bahwa pengungkapan diri yang dilakukan di media sosial ini, pemicu utamanya terjadi akibat kenyamanan seseorang/individu untuk mengungkapkan perasaan mereka secara virtual dari pada secara langsung. Seperti salah satu informan atau narasumber yang bernama M U, ia menyatakan bahwa:

“Saya tuh tiap harinya harus selalu buat status di *WhatsApp*, pokoknya gabole la status saya itu kosong. Saya suka membagikan tentang keseharian saya, walapun kegiatan atau hal yang lain yang saya unggap itu bersifat privasi yah saya share aja semua lagian saya nyaman dan yang liat kan orang-orang yang pada saya kenal. Tujuan saya melakukan itu karena saya seneng aja gitu kayak apresiasi diri sendiri dan biar semua orang tau saya tuh orangnya gimana teruskan nanti bakal dapat feedback juga dari orang, ya sapa sih yang ga seneng.”  
(Informan 1, M U)

Dari pernyataan infoman yang bernama M U dapat diketahui bahwa dalam melakukan *self-disclosure*, wilayah jendela *open area* miliknya terbuka lebar dalam artian ia mengungkapkan semua hal tentang dirinya secara terbuka dan sadar ke semua orang di media sosial. Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, selama memantau status-status informan M U, diketahui

bahwa informan sangat senang mengunggah foto dirinya sendiri, atau bersama teman, pacar ataupun keluarganya, mengunggah tentang aktivitasnya dan terkadang juga ia mengunggah mengenai perasaannya. Selain itu, dari pernyataan diatas juga diketahui bahwa alasan yang mendasari informan melakukan pengungkapan diri di *WhatsApp* tak lain ialah karena nyaman. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *WhatsApp* ialah suatu media *chat* dengan segala fitur yang ada termasuk fitur 'status' yang mana hanya orang-orang yang kita simpan nomornya saja yang bisa berinteraks dengan kita. Adapun Supratman & Lucy, (2018) yang menganggap bahwa *WhatsApp* ini dipilih oleh *digital native* sebab tidak mempunyai banyak desain serta lebih fungsional. Bagi mereka, *WhatsApp* mempunyai mutu yang lebih baik untuk berbagi gambar ataupun *video* serta lebih gampang melakukan *chatting* sebab bisa menyimpan nomor telepon.

Berbeda dengan para informan yang bernama S R, M P dan E H selama melakukan observasi diketahui bahwa mereka jarang membuat status atau mengungkapkan tentang dirinya (perasaan, aktivitas) ke orang banyak. Mereka hanya mengunggah mengenai hal-hal yang mereka disukai saja seperti artis favorit, lagu, binatang peliharaan, makanan dan tempat wisata.

“Saya jarang buka Whatsapp apalagi buat statusnya, paling pun kalo buat ya untuk happy-happy aja kayak posting tentang kucing saya. Soalnya di WhatsApp itu isinya orang-orang yang kita kenal, jadi kayak malu gitu kan. Lebih enak ungkapin diri di media sosial lain.” (Informan 2, S R).

“Saya sebenarnya jarang buat status tapi kalo kayak lagi ada di resto mewah gitu pasti saya posting, ya untuk pamer gitula ke orang-orang yang kita tau/kenal. Tapi kalo tentang ungkapin perasaan itu jarang banget.” (Informan 3, M P).

“Saya sekarang ini uda ga suka lagi posting-posting tentang privasi atau tentang perasaan saya gimana, selfie-selfie itu gapernah. Paling saya posting tentang artis kesukaan saya aja atau lagu-lagunya kayak gitu biar temen-temen saya tau kan .” (Informan 4, E H).

Dari pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa para informan tersebut, memiliki wilayah *hidden area* yang lebih lebar dengan jenis konsep *under disclosed* dalam melakukan *self-disclosure* di *WhatsApp*. Konsep *under disclosed* ini menunjukkan mengenai orang yang sangat sedikit sekali menceritakan tentang dirinya baik itu yang bersinggungan dengan emosi atau perasaan, maupun tentang hal-hal privasi lainnya daripada mempublikasikannya secara berlebihan. Lalu, diketahui pula alasan yang mendasari para informan di atas dalam melakukan *self-disclosure* ialah sekedar untuk menyenangkan diri sendiri dan untuk pamer ke orang-orang terdekat mereka.

Selanjutnya ada D A sebagai informan ke-5 dan W O sebagai informan ke-6. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang sudah peneliti lakukan, wilayah *hidden area* dengan jenis konsep *over disclosed* mereka lebih terbuka/melebar. Konsep ini mengungkapkan bahwa seseorang lebih banyak mengungkapkan tentang informasi mengenai dirinya kepada orang lain namun tidak menampik pula bahwa masih ada informasi yang disembunyikan sehingga *hidden area* nya semakin kecil. Hal ini membuat seseorang kemungkinan dapat termasuk ke dalam *open area* namun tidak sepenuhnya terbuka.



“Saya suka banget update kegiatan saya di status WhatsApp, sering pencitraan juga dan banyak lagi, pokoknya dalam seminggu itu harus ada 3 sampai 5 atau bahkan 6 status, tapi yah ada juga soal privasi-privasi yang gak mau saya ungkap. Seaman-aman nya WhatsApp ya tetep aja gabole sampe semua diungkap, disebarluaskan walaupun yang ngeliat status kita itu temen atau orang-orang terdekat kita.” (Informan 5, D A).

“Saya sering sih melakukan self disclosure di WhatsApp karena saya pingin orang tau tentang diri saya yang sebenarnya, saya ingin membanggakan diri saya terus mau bagi-bagi informasi juga melalui status itu tentang quotes gitula. Tapi ada juga informasi yang saya gamau sebar soalnya yah lebih baik dipendem aja gitu.” (Informan 6, W O).

Dari penjabaran informan diatas, diketahui bahwa alasan mereka melakukan pengungkapan diri di media sosial *WhatsApp* ialah untuk membanggakan diri sendiri, untuk menyebarkan informasi ke teman-teman dan untuk sekedar pencitraan.

Adapula bedasarkan seluruh pemaparan informan di atas, peneliti menarik konklusi bahwa tipe pengungkapan diri (*self-disclosure*) yang dilakukan oleh remaja generasi *digital native* yang termasuk ke dalam empat Jendela Johari ialah *open area* (daerah terbuka) dan *hidden area* (daerah tersembunyi). Berikut merupakan gambaran besaran jendela tersebut:

**Gambar 2:** Hasil Lama Waktu Remaja Generasi *Digital Native* Bermain Media Sosial

<b><i>Open Area</i></b> (Daerah Terbuka)	<b><i>Blind Area</i></b> (Daerah Buta)
<b><i>Hidden Area</i></b> (Daerah Tersembunyi)	<b><i>Unknown Area</i></b> (Daerah Tak dikenal)

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa jendela *hidden area* (daerah tersembunyi) itu membesar atau sangat terbuka lebar/luas daripada jendela lainnya. Dengan artian bahwa remaja generasi *digital native* dalam melakukan pengungkapan diri di media sosial *WhatsApp*, mereka cenderung tidak melepas semua informasi baik itu yang mengarah ke privasi atau tidak ke banyak orang (hal-hal tentang diri kita sendiri yang kita tahu namun orang lain tidak mengetahuinya).

Adapun pengungkapan privasi atau pengungkapan tentang informasi-informasi yang bersifat sangat pribadi di media sosial ini memang menjadi suatu isu penting karena informasi pribadi yang berupa pesan ataupun teks, foto, atau video yang diposting di media sosial akan meninggalkan rekam jejak *digital* di internet (Varlina & Duma, 2022). Keterbukaan diri atau pengungkapan diri di media sosial ini memanglah wajib dibatasi sehingga tidak membahayakan diri sendiri serta mengusik orang lain. Segala hal yang

dilakukan wajib sewajarnya saja dan wajib terdapat batas. Batasan seperti itu nantinya akan membikin kita senantiasa tetap terletak di jalur yang benar serta nyaman. Semakin besar arus globalisasi serta meningkatnya transformasi teknologi, mengharuskan kita lebih mandiri dalam menguasai apa yang boleh dilakukan serta tidak boleh dilakukan (Prihantoro, Damintana, & Ohorella, 2020).

Lalu selain *hidden area*, jendela *open area* juga melebar yang membuat kedua jendela lainnya mengecil. Jendela ini ikut membesar dikarenakan beberapa informan cenderung sangat sering membuat status (melakukan pengungkapan diri) di *WhatsApp*. Dengan *open area* yang melebar ini menandakan bahwa beberapa informan memiliki sifat sangat terbuka terhadap orang lain yang bisa membuat hubungan interaksi dan komunikasi mereka dengan orang lain tidak mengalami kesukaran. Komunikasi yang efektif sendiri tergantung seberapa terbuka nya diri kita terhadap orang lain, ibaratnya mereka bisa memahami kita begitupula dengan diri kita sehingga dapat mengurangi yang namanya *miscommunication*.

## SIMPULAN

Media sosial selaku perwujudan dari teknologi komunikasi yang difungsikan sebagai tempat berinteraksi dan sebagai media hiburan, sangat diperlukan oleh remaja generasi *digital native*. Hasil riset mengungkapkan bahwa informan sebagai remaja generasi *digital native* rela menghabiskan waktu mereka selama lebih dari 285 menit dalam satu hari hanya untuk bermain media sosial. Hal itu disebabkan karena media sosial memungkinkan penggunanya untuk melakukan pengungkapan diri atau *self-disclosure*, mendapatkan informasi, mengirim dan mengunggah apa yang mereka sukai atau inginkan. Diketahui juga dari hasil wawancara dan observasi bahwa dalam melakukan pengungkapan diri di media sosial *WhatsApp*, informan cenderung tidak terlalu membuka diri mereka yang mana perihal hal ini menunjukkan bahwa jendela *hidden area* mereka lebih terbuka lebar dari pada jendela *open area*. Hal tersebut tak semata-merta akan membuat interaksi dan komunikasi mereka kepada orang lain akan terganggu. Bahkan, mengingat sudah betapa canggih nya teknologi komunikasi sekarang ini sebaiknya dalam melakukan pengungkapan diri di media sosial itu memang harus mempunyai batasan tidak boleh berlebihan atau sewajarnya saja untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Selanjutnya, diketahui pula bahwa beberapa informan merasa aman dan nyaman dalam melakukan pengungkapan diri yang mengarah ke bentuk privasi di *WhatsApp* sebab media sosial ini hanya memungkinkan orang yang di simpan nomor kontak nya sajalah yang bisa berinteraksi dengan dirinya.

## REFERENSI

- Alaby, Muhammad Awini. (2020). Media sosial whatsapp sebagai media pembelajaran jarak jauh mata kuliah ilmu sosial budaya dasar (ISBD). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 273–289.
- Astuti, Yanti Dwi. (2017). Peperangan Generasi Digital Natives Melawan Digital Hoax Melalui Kompetensi Kreatif. *Informasi*, 47(2), 229. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i2.16658>
- Bustomi, Aryananda Rizky, & Yuliana, Nina. (2023). Peran Aplikasi Whatsapp Dalam Dinamika Ilmu Komunikasi. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(4), 2023–2054.
- Evita, Nona, Evita, Nona, Helen, Helen, & Widjanarko, Ivan. (2023). Aktivitas Forwarded Messages pada Pengguna WhatsApp di Berbagai Usia dan Gender. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 121–130. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i1.2360>
- Fauzia, Alya Zachra, Maslihah, Sri, & Ihsan, Helli. (2019). Pengaruh tipe kepribadian terhadap. *Pengaruh*

*Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Bandung*, 3(3), 151–160.

- Hapsari Wijayanti, Sri, Sihotang, Kasdin, Emmily Dirgantara, Vanessa, & Maytriyanti. (2022). Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 129–146. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art3>
- Harianto, Diva Putri, Jaya, Joy Nashar Utama, & Darmansyah, Darmansyah. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Whatsapp Sebagai Media Berbagi Informasi Menggunakan Metode Pieces Framework. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(3), 306–313. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i3.1547>
- Luo, Mufan, & Hancock, Jeffrey T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110–115. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- Mardiana, Lisa, & Zi'ni, Anida Fa'zia. (2020). Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @Subtanyarl. *Jurnal Audience*, 3(1), 34–54. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.4134>
- Masip, Pere, Suau, Jaume, Ruiz-Caballero, Carles, Capilla, Pablo, & Zilles, Klaus. (2021). News Engagement on Closed Platforms. Human Factors and Technological Affordances Influencing Exposure to News on WhatsApp. *Digital Journalism*, 9(8), 1062–1084. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1927778>
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya Bandung.
- Nabity-Grover, Teagen, Cheung, Christy M. K., & Thatcher, Jason Bennett. (2020). Inside out and outside in: How the COVID-19 pandemic affects self-disclosure on social media. *International Journal of Information Management*, 55(June), 102188. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102188>
- Nasrullah, Nasrullah, Tawakkal, Tawakkal, & Jannah, Miftahul. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Ilmu Perpustakaan (JIPER)*, 4(1). <https://doi.org/10.31764/JIPER.V4I1.7813>
- nurya dan tri. (2023). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Buletin APJII*. Diambil dari <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Prihantoro, Edy, Damintana, Karin Paula Iasha, & Ohorella, Noviawan Rasyid. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram Edy Prihantoro 1 , Karin Paula Iasha Damintana 2 , Noviawan Rasyid Ohorella 3. *Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312–323.
- Radja, Erland Hamzah, & Citra, Eka Putri. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. *Pustaka Komunikasi*, 3(2), 222–224.
- Rohani, Laila, Saragih, M. Yoseriza., Azhar, Anang Anas, & Fitri, Anita Wulanie. (2021). Marketing Communication Strategy of Online Shop to take advantage of Instagram Application (Case Study on Online Shop @cutrizkyhijab1). *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi dan Perubahan Sosial*, 8(3), 218–228. <https://doi.org/10.33258/KONFRONTASI2.V8I3.159>

- Rosenfeld, Avi, Sina, Sigal, Sarne, David, Avidov, Or, & Kraus, Sarit. (2018). WhatsApp usage patterns and prediction of demographic characteristics without access to message content. *Demographic Research*, 39(1), 647–670. <https://doi.org/10.4054/DemRes.2018.39.22>
- Saifulloh, Muhammad, & Siregar, Maria Ulfah. (2019). Pengungkapan Diri Gofar Hilman Sebagai Influencer Melalui Media Instagram. *Pustaka Komunikasi*, 2(2), 167–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/pustakom.v2i2.869>
- Sakitri, Galih. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi. *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.
- Salsabila, Fahmi, & Muslim, Ibnu Fiqhan. (2022). Utilization of WhatsApp as a Digital Literature Media for Dakwah Among Students. *INTELEKTUUM*, 3(1), 86–95. <https://doi.org/10.37010/INT.V3i1.718>
- Saragih, M. Yoserizal. (2019). Media Massa dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 12. <https://doi.org/10.37064/JPM.V6i1.4988>
- Saragih, M. Yoserizal, & Harahap, Ali Imran. (2020). The Challenges of Print Media Journalism in the Digital Era. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences*, 3(1), 540–548. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i1.805>
- Setiadi, Gabriella Jacqueline. (2019). Self-disclosure individu androgini melalui instagram sebagai media eksistensi diri. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(2), 272. <https://doi.org/10.25139/JSK.V3i2.1497>
- Supratman & Lucy. (2018). Penggunaan media sosial oleh digital native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15, 47–60.
- Syaifa Tania. (2022). Perbedaan Generasional dalam Memaknai Praktik Periklanan Digital oleh Influencer di Media Sosial. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 54–63. <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i1.4247>
- Varlina, Vivi, & Duma, Thesalonika Lefanya Kara. (2022). Privacy Crisis on Instagram: a Factor Analysis Approach on Motivation Behind Privacy Disclosure in Adolescents. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1), 176–186. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i1.613>
- Yunita, Ria. (2019). Aktivitas Pengungkapan Diri Remaja Putri Melalui Sosial Media Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 26–32. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5073>

## PROFIL SINGKAT

Ade Lola Edria, Lahir di Medan, Sumatera Utara pada tanggal 18 November 2002. Saat ini, penulis sedang menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial.