

PERBANDINGAN PERSEPSI REMAJA LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN TERHADAP *SELF DISCLOSURE* PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DI KOTA MAKASSAR

¹Imam Mukti*, ²Abdul Halim, ³Muhammad Asriadi

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pancasakti Makassar¹

³Universitas Negeri Makassar

Email : ¹imammukti@gmail.com*, ²abdulhalimle@gmail.com,
³muhammadasriadi@unm.ac.id

Keyword: Perception, Teenagers, Self-Disclosure, Instagram

Abstract: Instagram is a social media platform where users can edit, post photos or videos. Instagram uses a follower and following system. Followers are other users who follow us, and following are other Instagram users that we follow. Instagram users can directly participate with other users through comments on photos or videos that are updated, giving responses such as likes. This study aims to determine the comparison of the perception of male and female teenagers towards self-disclosure on Instagram social media in the city of Makassar. This study uses a questionnaire that is sent using a Google form link, and also conducts interviews with several male and female teenagers. The interviews are conducted to confirm and strengthen the results of the analysis that is carried out quantitatively. The results of the study show that out of 1000 (one thousand) respondents who answered that the comparison of the perception of male and female teenagers towards self-disclosure on Instagram social media, namely, female teenagers are more open than male teenagers. The self-disclosure of female teenagers on Instagram social media shows a very large and significant difference compared to male teenagers. Because the intensity of female teenagers in accessing and using Instagram social media is more than male teenagers. This is confirmed by the results of the study, namely that the openness of female teenagers on Instagram social media is 69% while males are 31%.

Kata Kunci: Persepsi, Remaja, Keterbukaan Diri, Instagram

Abstrak: Instagram merupakan salah satu media sosial, dimana pengguna dapat meng-edit, mem-posting foto atau video. Instagram menggunakan sistem follower dan following. Follower berarti pengguna lain yang mengikuti kita, dan following adalah pengguna instagram lain yang kita ikuti. Pengguna intagram dapat berpartisipasi secara langsung dengan pengguna lain melalui komentar di foto atau video yang di-update, memberikan tanggapan seperti like. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan persepsi remaja laki-laki dan perempuan terhadap keterbukaan diri (self disclosure) pada media sosial instagram di kota Makassar. Penelitian ini menggunakan angket yang dikirim menggunakan link googleform, serta melakukan interview terhadap beberapa remaja laki - laki dan remaja perempuan, wawancara dilakukan untuk mengkonfirmasi dan mempertegas hasil analisis yang dilakukan secara kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 1000 (seribu) responden yang menjawab bahwa perbandingan persepsi remaja laki - laki dan

remaja perempuan terhadap self disclosure pada media sosial Instagram, yakni, remaja perempuan lebih terbuka dibandingkan dengan remaja laki-laki. Keterbukaan diri remaja perempuan di sosial media Instagram menunjukkan perbedaan yang sangat besar dan signifikan dibanding dengan remaja laki – laki. Karena intensitas remaja perempuan dalam mengakses dan menggunakan media social Instagram lebih banyak dibanding dengan remaja laki-laki. Hal ini terkonfirmasi dari hasil penelitian yaitu Keterbukaan remaja perempuan pada media social Instagram sebesar 69% sedangkan laki-laki 31%.

PENDAHULUAN

Manusia tercipta laki-laki dan perempuan di dunia. Laki-laki dan perempuan secara fisik mempunyai ciri masing-masing yang membedakan. Laki-laki memiliki otot yang kekar, sedangkan perempuan mempunyai badan yang ramping. Hal ini yang membedakan laki-laki dan perempuan secara fisik. Akan tetapi, pada proses sosial, perempuan memiliki hak yang sama dengan laki – laki. Kesamaan hak tersebut, yang seharusnya menghilangkan diskriminasi kaum patriarki terhadap sosok perempuan, baik dalam proses social maupun dalam dunia maya (media social).

Manusia mengalami perkembangan dalam hidup, secara fisik dimulai dari bayi hingga menjadi tua. Dalam proses perkembangan fisik, disertai perkembangan mental. Seiring berjalannya perkembangan, manusia mulai dikenal sebagai laki-laki dan perempuan saat sampai di masa remaja. Masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa disebut sebagai masa remaja. Dimulai dengan perubahan fisik seperti berat, tinggi, dan bentuk tubuh. Secara seksual perubahan dimulai dari perkembangan payudara untuk perempuan, kumis dan janggut untuk laki-laki serta perubahan suara. Remaja berasal dari bahasa latin ‘adolenscence’ yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Hal ini secara luas juga mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik.

Perkembangan teknologi di dunia saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari mudahnya berpergian ke tempat jauh, mudahnya mendapatkan dan berbagi informasi dengan orang lain mulai dari dalam hingga luar negeri. Perkembangan yang terjadi saat ini sangat terlihat di masyarakat. Saat ini hampir semua orang bisa menggunakan handphone, mulai dari anak-anak hingga yang sudah tua sekalipun. Mudahnya informasi membantu masyarakat menggunakan teknologi saat ini. Akibat dari perkembangan teknologi muncul media sosial. Media Sosial menjadi sarana berbagi informasi diantara para penggunanya. Media sosial saat ini antara lain; Line, BBM, Skype, Path, Instagram dan sejenisnya. Masing-masing sosial media mempunyai fungsi serta kelebihan dan kekurangan.

Perubahan teknologi yang terus berkembang pesat memudahkan manusia untuk saling berhubungan jarak jauh. Letak geografis, ruang, dan waktu kini sudah dapat diatasi dengan media sosial. Setiap orang dapat berhubungan baik suara ataupun bertatap muka langsung dengan orang lain. Internet adalah salah satu produk teknologi terkini yang dapat mewujudkan adanya konektivitas interaksi secara langsung (real-time connectivity) melalui media sosial, seperti yang dikatakan oleh Chen dan Zhang dalam Sawyer, “kompresi ruang dan waktu yang disebabkan oleh media baru (internet) dan globalisasi telah menyusutkan dunia menjadi ruang interaktif yang (seolah) mengecil dari sebelumnya”. Kita dapat mengetahui keadaan negara lain hanya dengan melihat TV ataupun handphone. Seakan-akan manusia sudah menggenggam dunia hanya dengan teknologi saat ini. Dunia online yang diberikan oleh internet umumnya disebut dengan cyberspace.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya dengan mudah berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wikipedia merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0,

dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content". Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial.

Instagram merupakan sebuah media sosial dimana pengguna dapat meng-edit, mem-posting foto atau video. Instagram menggunakan sistem follower dan following. Follower berarti pengguna lain yang mengikuti kita, dan following adalah pengguna instagram lain yang kita ikuti. Pengguna instagram dapat berpartisipasi secara langsung dengan pengguna lain melalui komentar di foto atau video yang di-update, memberikan tanggapan seperti like.

Laporan Napoleon Cat Mei 2021 menunjukkan mayoritas pengguna instagram di Indonesia adalah perempuan yaitu sebesar 52,6%, sedangkan untuk laki-laki sebesar 47,4%. Dari kelompok usia 13-17 tahun di Indonesia, pengguna instagram perempuan sebesar 7,7%, sedangkan pengguna instagram laki-laki sebesar 5,2%. Kelompok usia 18-24 tahun di Indonesia, pengguna instagram perempuan sebesar 19,3%, sedangkan pengguna instagram laki-laki sebesar 17% . Salah satu kasus yang viral di Makassar tahun 2021 yang berkaitan dengan media sosial instagram adalah kasus pengeroyokan dua selebgram (orang yang terkenal di Instagram) yang biasanya memiliki follower hingga ribuan yang tersinggung akibat postingan instagram korbannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persepsi laki-laki terhadap self disclosure di media sosial instagram. Untuk mengetahui seberapa besar persepsi perempuan terhadap self disclosure di media sosial instagram serta untuk mengetahui perbandingan persepsi laki-laki dan perempuan terhadap self disclosure di media sosial instagram. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi terhadap perkembangan teori komunikasi, khususnya tentang keterbukaan diri penggunaan media pada audiens remaja laki-laki dan perempuan. Manfaat praktis yang diharapkan penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan perbedaan persepsi laki-laki dan perempuan terhadap self disclosure di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di kota makassar pada bulan april sampai dengan juni 2022. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatif. Bagaimana menjadi titik tolak dalam jenis penelitian ini. Kita tidak hanya ingin mengetahui apa dan mengapa peristiwa ini terjadi. Akan tetapi juga menjelaskan terjadinya suatu peristiwa. Penelitian eksplanatif didasarkan pada hipotesis-hipotesis yang datanya dikumpulkan dengan metode sampling (Sugiyono, 2015). Dalam proses penelitian ini peneliti menggunakan tiga Teknik pengumpulan dan pengolahan data yakni sebagai berikut :

1. Kuisisioner
Diambil dari sumberpengertian.id, kuisisioner adalah teknik pengumpulan informasi untuk melakukan analisis mempelajari sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik. Kuisisioner berisi beberapa pertanyaan yang akan dijawab oleh reponden. Informasi yang didapatkan berupa data pribadi, pengalaman, pengetahuan, dan sebagainya.
2. Wawancara
Wawancara dilakukan untuk mengkonfirmasi hasil olah data kuantitatif hasil kuisisioner yang telah dilakukan, dan memperkuat argumentasi dalam mendeskripsikan hasil analisis yang dilakukan.
3. Dokumentasi
Suatu cara mendapatkan data melalui buku, dokumen, arsip, laporan, dan sebagainya yang dapat membantu dalam mendukung penelitian. (Sugiyono, 2015)

Penelitian akan dilakukan di Kota Makassar. Penelitian akan dimulai sekitar bulan agustus dengan menyebarkan kuisisioner atau angket berupa link googleform kepada target penelitian yaitu remaja usia 13-24 tahun di Kota Makassar. Penyebaran dan pengumpulan angket dibatasi selama 3 hari setelah penyebaran angket, dengan demikian data yang masuk hari keempat setelah dilakukan penyebaran angket tidak akan masuk kedalam data penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan responden yaitu remaja laki-laki dan perempuan berdasarkan umur 13-24 tahun. Pengumpulan data penelitian ini, pada dasarnya menggunakan kuesioner. Metode pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner yang berisi rangkaian pertanyaan yang akan diisi oleh responden sesuai dengan permintaan peneliti. (Sugiyono, 2015).

Penyebaran angket bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, (Sugiyono, 2015). Setelah kuesioner diisi oleh responden, penulis mengumpulkan kuesioner itu kembali dan melakukan proses seleksi untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut telah diisi dengan tepat oleh responden.

Alat ukur yang digunakan dalam kuesioner tersebut menggunakan skala Likert yang masing – masing dibagi kedalam lima buah skala, dengan ukuran tidak pernah, jarang, kadang-kadang, sering, sangat sering untuk mengukur tingkat penggunaan yang didorong oleh motif (Gratification Sought), dan ukuran sangat tidak puas, biasa saja, puas, sangat puas untuk mengukur tingkat kepuasan (Gratification Obtained) pembaca dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Makassar atau yang lebih dikenal dengan Ujung Pandang merupakan ibukota provinsi Sulawesi Selatan. Makassar merupakan kota metropolitan di Indonesia Bagian Timur. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang diganti dengan Undang undang Nomor 32 Tahun 2004, luas wilayah Kota Makassar bertambah kurang lebih 4 mil kearah laut setara dengan 10.000 Ha, sehingga seluruh daratan dan lautan seluas ± 27.577 Ha. dengan jumlah penduduk sekitar 1,5 juta jiwa.

Tabel-1. Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	390	39.0	39.0	39.0
	Perempuan	610	61.0	61.0	100.0
Total		1000	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 1 penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 1.000 responden remaja laki-laki dan perempuan di kota makassar. Dengan hasil remaja laki-laki sebesar 39% dan remaja perempuan sebesar 61%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial instagram banyak digunakan oleh remaja perempuan. Hal tersebut juga dapat dilihat pada akun – akun yang ada di media sosial Instagram yang banyak didominasi oleh remaja perempuan, baik dari aspek penggunaan akun maupun dari aspek intensitas rutinitas unggahan gambar dan video oleh remaja perempuan.

Di Kota Makassar remaja perempuan lebih banyak menggunakan media sosial instagram dibandingkan dengan remaja laki-laki. Media sosial instagram membantu remaja baik laki-laki dan perempuan dalam mencari hobi dan bersosialisasi dengan orang lain, namun mereka kurang terbuka tentang informasi pribadi baik kegiatan dan perasaan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Mereka menggambarkan perasaan mereka melalui quotes yang berkaitan. Media sosial instagram menjadi salah satu media sosial remaja di Kota Makassar dalam menambah teman. Remaja di Kota Makassar menggunakan media sosial instagram sebagai sarana dalam menambah pertemanan, pengetahuan, dan sosialisasi dengan orang lain tetapi tidak membuka diri berkaitan dengan informasi yang mereka anggap privasi seperti kegiatan sehari-hari, lokasi, dan sebagainya, dengan orang lain di media sosial. (Anwar, 2017).

Phenomena yang terjadi pada penggunaan media sosial Instagram di kota makassar, yang banyak didominasi oleh kaum remaja saat ini, cenderung dijadikan sebagai tempat untuk mengekspresikan

jati diri serta sebagai tempat untuk menghasilkan keuntungan materi. Mulai dari mengekspresikan gaya hidup kekinian, sampai dengan memasarkan produk - produk personal care. Oleh karena itu, tidak sedikit para produsen mencari akun – akun yang memiliki banyak penggemar atau follower. Disilah terdapat adanya perbedaan persepsi terhadap motivasi atau tujuan oleh setiap remaja, baik laki - laki maupun perempuan dalam menggunakan media sosial Instagram. (Ramadhani Rusdin & Gafar, 2016).

Tabel-2. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	80	8.0	8.0	8.0
	2.00	120	12.0	12.0	20.0
	3.00	220	22.0	22.0	42.0
	4.00	190	19.0	19.0	61.0
	5.00	390	39.0	39.0	100.0
	Total	1000	100.0	100.0	

Pada tabel dua di atas, menggunakan pilihan jawaban: 1. Sangat Jarang 2. Jarang 3. Cukup Sering 4. Sering 5. Sangat Sering. Berdasarkan tabel 2 dari 1.000 responden di atas, menunjukkan hasil yang cukup besar dan signifikan, yaitu sebanyak 39% sangat sering menggunakan media sosial instagram, 19% sering, 22% cukup sering, 12% jarang, dan 8% sangat jarang. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial instagram merupakan media sosial yang sering digunakan oleh Sebagian besar remaja, baik laki-laki dan perempuan di Kota Makassar.

Intensitas dan kuantitas penggunaan media sosial Instagram oleh remaja di kota makassar, menunjukkan bahwa media social intagram saat ini merupakan platform yang sangat digemari oleh remaja, dan dijadikan sebagai tempat untuk berselancar dengan membuat dan mengunggah berbagai konten, baik dalam bentuk gambar maupun video. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan banyak suka dan pengikut, terlebih jika gambar dan video yang di unggah menampilkan ikon perempuan yang cantik atau laki – laki yang ganteng. Oleh karena itu, banyak diantara para remaja, menghabiskan waktu untuk mengakses media social Instagram hanya untuk mencari beragam konten – konten yang menarik, seperti foto atau video yang menampilkan perempuan cantik dan seksi, serta foto atau video yang menampilkan laki -laki yang maskulin, maco dan “ganteng”. (Mahendra et al., 2017).

Sebagai salah satu sosial media yang sangat digemari oleh kaum remaja, maka sosial media Instagram cenderung menayangkan beragam iklan produk - produk kebutuhan remaja, seperti bedak, pakaian dan lain sebagainya. Seperti halnya dengan media sosial yang lain, jika dilihat pada aspek yang lain, yakni motivasi para remaja dalam menggunakan media sosial Instagram, maka dapat diklasifikasikan sebagai berikut : 1). Media sosial Instagram dijadikan sebagai tempat untuk bersosialisasi. Kemajuan dan perkembangan teknologi saat ini, memudahkan manusia dalam melakukan proses adaptasi dan sosialisasi dengan orang lain. Melalui media sosial instragram, orang lebih mudah untuk saling bertukar pesan. 2). Media sosial Instagram dijadikan sebagai tempat mengekspresikan kreatifitas dan pengungkapan diri. Motivasi yang kedua ini sering dijadikan alasan oleh banyak orang, khususnya kaum remaja. Karena jiwa remaja yang masih labil dan segala yang dia lakukan, ingin dilihat oleh orang lain. Dan 3). Media social Instagram dijadikan sebagai tempat mencari uang, melalui iklan yang ditawarkan oleh produsen untuk mempromosikan produknya. (Mukti et al., 2015). Tujuan atau motivasi yang ke tiga ini, merupakan alasan yang cukup rasional, apalagi bagi mereka yang memiliki banyak pengikut di akunnya, dan menjadi “selebgram”.

Tabel-3. Tingkat Kebutuhan Sosial Media Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	60	6.0	6.0	6.0
	2.00	170	17.0	17.0	23.0
	3.00	400	40.0	40.0	63.0
	4.00	200	20.0	20.0	83.0
	5.00	170	17.0	17.0	100.0
Total		1000	100.0	100.0	

Pada tabel tiga di atas, menggunakan pilihan jawaban pada angket yakni 1. Tidak Butuh 2. Kurang Butuh 3. Cukup Butuh 4. Butuh 5. Sangat Butuh. Berdasarkan tabel 3 dari 1.000 responden, menunjukkan bahwa dalam penggunaan media sosial Instagram, bahwa terdapat kebutuhan penggunaan media sosial Instagram oleh remaja di Kota Makassar dengan hasil 40% cukup, 17% sangat butuh, 20% butuh, 17% kurang butuh, 6% tidak butuh. Dari hasil tersebut, maka dapat diuraikan bahwa kebanyakan remaja di kota makassar menggunakan media sosial Instagram sebagai kebutuhan.

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, yakni pada analisis intensitas penggunaan media social Instagram yang banyak didominasi oleh remaja perempuan dengan berbagai macam alasan dan motivasi ia melakukannya, maka pada aspek kebutuhan seseorang khususnya remaja dalam menggunakan media sosial Instagram juga dapat dilihat pada seberapa besar ketergantungan terhadap media sosial tersebut. (Putri, 2016). Tingkat ketergantungan remaja di kota makassar terhadap media sosial Instagram sangat besar, sehingga waktu yang digunakan lebih dari sepuluh jam perhari untuk mengakses dan menggunakan media sosial tersebut.

Kebutuhan remaja dalam menggunakan media sosial Instagram dapat dilihat dari dua aspek, yakni, yang pertama, kebutuhan materi. Pada aspek ini, sebagai makhluk social dan makhluk materi, remaja menjadikan media sosial ini sebagai tempat untuk mencari uang, bersosialisasi dan sebagai tempat untuk mengekspresikan diri. Dan yang kedua, kebutuhan non materi, yakni menjadikan media sosial Instagram sebagai tempat untuk mencari dan mendapatkan kepuasan jiwa, dengan mencari dan mengakses berbagai konten – konten yang diinginkan, sehingga dapat memenuhi Hasrat keingintauannya, karena hampir semua informasi dan hiburan, ada dalam platform media social intagram tersebut. Oleh karena itu, tidak sedikit orang menjadikan media sosial sebagai tempat untuk mencari hiburan semata. (Saleh & Pitriani, 2018).

Tabel-4. Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Perkenalan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	70	7.0	7.0	7.0
	2.00	100	10.0	10.0	17.0
	3.00	360	36.0	36.0	53.0
	4.00	230	23.0	23.0	76.0
	5.00	240	24.0	24.0	100.0
Total		1000	100.0	100.0	

Pada tabel empat di atas, menggunakan pilihan jawaban pada angket yakni: 1. Tidak Butuh 2. Kurang Butuh 3. Cukup Butuh 4. Butuh 5. Sangat Butuh. Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4 dari 1.000 responden, menunjukkan bahwa media sosial instagram banyak digunakan remaja di Kota Makassar sebagai media perkenalan dengan orang lain sebanyak 36% menjawab cukup butuh, 24% sangat butuh, 23% butuh, 10% kurang butuh, dan 7% tidak butuh. Oleh karena itu, remaja kota makassar cukup membutuhkan media social Instagram dan dijadikan sebagai media perkenalan.

Seperti yang telah diuraikan pada analisis sebelumnya bahwa media sosial Instagram juga dijadikan sebagai tempat untuk bersosialisasi dengan orang lain. Media sosial instagram saat ini memang menjadi kebutuhan, baik secara kognitif, efektif, integrasi individu, sampai dengan kebutuhan dalam integrasi sosial. Pada aspke integrasi sosial inilah remaja menggunakan media social Instagram tersebut sebagai media perkenalan. (Sari et al., 2020). Melalui beberapa fitur yang disediakan oleh platform media sosial instagram, remaja membagikan konten dengan tujuan untuk berkomunikasi dan berbagi cerita dengan orang lain, baik teman dekat, keluarga maupun dengan sebatas teman atau kenalan baru yang diperoleh melalui media sosial intstagram. Hal ini didorong oleh adanya keterbukaan diri remaja di media sosial Instagram.

Tabel-5. Kuantitas Perkenalan Baru di Sosial Media Instagram

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	80	8.0	8.0	8.0
2.00	220	22.0	22.0	30.0
3.00	390	39.0	39.0	69.0
4.00	200	20.0	20.0	89.0
5.00	110	11.0	11.0	100.0
Total	1000	100.0	100.0	

Pada tabel lima di atas, menggunakan pilihan jawaban pada angket yakni: 1. Sangat Jarang 2. Jarang 3. Cukup Sering 4. Sering 5. Sangat Sering. Berdasarkan analisis yang dilakukan, pada tabel 5 dari 1.000 responden sebanyak 39% cukup sering menerima permintaan perkenalan di media sosial instagram, 11% sangat sering, 20% sering, 22% jarang dan 8% sangat jarang. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial instagram banyak digunakan sebagai media perkenalan dengan orang lain bagi remaja di Kota Makassar.

Sebagai salah satu bentuk dari integrasi sosial, media sosial Instagram banyak dijadikan sebagai media perkenalan oleh remaja, banyaknya waktu yang digunakan remaja dalam beraktivitas di Instagram, sehingga memiliki banyak waktu dan peluang untuk saling berkenalan dengan orang lain melalui fitur yang disediakan di media sosial tersebut, dengan cara saling mengikuti akun Instagram masing - masing. Sistem sosial yang terdapat pada Instagram yaitu dengan cara mengikuti akun pengguna lainnya, serta diikuti oleh akun pengguna Instagram lainnya. Dengan demikian mengikuti akun orang lain berarti ingin berteman dengan orang tersebut, serta pengikut yang berarti teman. Pada prinsipnya bahwa, pertemanan di media social Instagram dapat berlangsung dengan adanya saling keterbukaan diri masing – masing pengguna, tertuma dalam mensetting akun yang bersifat publik dan intens mengunggah video dan foto sebagai bentuk ekspresi keterbukaan diri. (Fujiawati & Raharja, 2021).

Tabel-6. Kuantitas *Upload* Kegiatan Sehari-hari di Instagram

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	140	14.0	14.0	14.0
2.00	340	34.0	34.0	48.0
3.00	290	29.0	29.0	77.0
4.00	150	15.0	15.0	92.0
5.00	80	8.0	8.0	100.0
Total	1000	100.0	100.0	

Pada tabel enam di atas, menggunakan pilihan jawaban pada angket yakni: 1. Sangat Jarang 2. Jarang 3. Cukup Sering 4. Sering 5. Sangat Sering. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, pada tabel 6 dari 1.000 responden yang memberikan jawaban, menunjukkan bahwa, Sebanyak 34% jarang meng-upload kegiatan sehari-hari di story instagram, 14% sangat jarang, 29% cukup, 15% sering dan 8% sangat sering. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa remaja di Kota Makassar kurang

menunjukkan kegiatan kesehariannya melalui media sosial, akan tetapi hal tersebut tidak mengurangi intensitas aktivitas mereka di media sosial Instagram, dengan melihat unggahan serta mengunggah konten – konten yang lain.

Proses komunikasi yang berlangsung dalam media sosial Instagram terjadi dua arah. Artinya bahwa terjadi feedback oleh komunikator atau khalayak terhadap pesan yang dikirim oleh komunikator. (Ernawati & Muh. Resa Yudianto Suldani, 2020). Dalam perspektif ini, orang yang mengunggah konten bertindak sebagai komunikator, konten yang diunggah, baik dalam bentuk foto atau video merupakan pesan serta orang lain yang melihat unggahan tersebut adalah komunikator atau orang yang menerima pesan tersebut. Seberapa sering orang mengunggah konten di media sosial Instagram, begitupula besaran intensitas proses komunikasi yang berlangsung. Pada prinsipnya, media sosial merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk memudahkan orang berkomunikasi dengan orang lain. Proses penyampaian pesannya dilakukan melalui media sosial yang ditujukan kepada khalayak pengguna media sosial lainnya. (Cangara, 2015).

Tabel-7. Kuantitas Pengutaraan Perasaan Melalui *Instastory*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	280	28.0	28.0	28.0
	2.00	380	38.0	38.0	66.0
	3.00	230	23.0	23.0	89.0
	4.00	80	8.0	8.0	97.0
	5.00	30	3.0	3.0	100.0
Total		1000	100.0	100.0	

Pada tabel tujuh di atas, menggunakan pilihan jawaban pada angket yakni: 1. Sangat Jarang 2. Jarang 3. Cukup Sering 4. Sering 5. Sangat Sering. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, data pada tabel 7 dari 1.000 responden menunjukkan bahwa sebanyak 38% jarang mengutarakan perasaannya melalui story instagram, 28% sangat jarang, 23% cukup sering, 8% sering, dan 3% sangat sering. Hal ini menunjukkan bahwa remaja di Kota Makassar kurang membuka perasaannya kepada orang lain melalui media sosial instagram.

Sebagai kebutuhan afektif, media social Instagram dijadikan sebagai media untuk mengungkapkan perasaannya melalui instastory. Pengutaraan perasaan melalui instastory tersebut ditujukan untuk memuaskan batinnya sendiri. Seperti mengunggah pemandangan, aktivitas diri bahkan aktivitas sosialnya. Selain itu, Instagram juga sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan integrasi personal atau individu. Para pengguna ingin orang lain tahu seperti apa perasaannya dan apa yang sedang mereka lakukan. Dengan demikian para pengguna dapat menunjukkan sosok mereka serta karakteristik atau kepribadian yang ia miliki. (Agianto et al., 2020).

Tabel-8. Kuantitas *Re-post Quotes* Tentang Perasaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	240	24.0	24.0	24.0
	2.00	300	30.0	30.0	54.0
	3.00	250	25.0	25.0	79.0
	4.00	130	13.0	13.0	92.0
	5.00	80	8.0	8.0	100.0
Total		1000	100.0	100.0	

Pada tabel delapan di atas, menggunakan pilihan jawaban pada angket yakni: 1. Sangat Jarang 2. Jarang 3. Cukup Sering 4. Sering 5. Sangat Sering. Berdasarkan hasil pengolahan data angket atau kuesioner, berdasarkan data yang ada pada tabel 8 dari 1.000 menunjukkan bahwa responden sebanyak 30% jarang *me-repost quotes* yang berhubungan dengan perasaannya, 24% sangat jarang,

25% cukup sering, 13% sering dan 8% sangat sering. Hal ini menunjukkan bahwa remaja di Kota Makassar kurang membuka perasaannya terhadap orang lain melalui media sosial instagram.

Kuantitas *repost quotes* yang dilakukan remaja di kota makassar cukup sedikit, namun hal tersebut hanya berlaku pada konteks tertentu, misalnya pada wilayah privat mereka. (Agianto et al., 2020). Pada aspek aktivitas individu dan aktivitas sosial, remaja di kota makassar kurang membuka perasaannya terhadap orang lain melalui media sosial Instagram, akan tetapi secara universal masih melakukan *repost quotes* yang berhubungan dengan perasaan dan emosionalnya, terkait hobi, pakaian yang dikenakan, makanan yang disukai serta tempat – tempat yang sering dikunjungi. Hal itu dapat dilihat melalui *repost quotes* yang dilakukan di media sosial Instagram.

Tabel-9. Kuantitas Penggunaan Instagram Berkaitan Dengan Hobi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	60	6.0	6.0	6.0
	2.00	120	12.0	12.0	18.0
	3.00	250	25.0	25.0	43.0
	4.00	250	25.0	25.0	68.0
	5.00	320	32.0	32.0	100.0
	Total	1000	100.0	100.0	

Pada tabel sembilan di atas, menggunakan pilihan jawaban pada angket yakni: 1. Sangat Jarang 2. Jarang 3. Cukup Sering 4. Sering 5. Sangat Sering. Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, dapat dilihat pada tabel 9 dari 1.000 responden sebanyak 32% sangat sering menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk mencari hobi dan minat, 25% sering, 25% cukup sering, 12% jarang dan 6% sangat jarang. Hal ini menunjukkan bahwa ramaja di Kota Makassar menggunakan media sosial instagram untuk mencari minat dan hobi.

Seperti yang telah disinggung pada pembahasan sebelumnya bahwa *repost quotes* remaja yang berhubungan dengan perasaan dan emosionalnya, tidak terlepas dari apa yang menjadi kebiasaan atau hobinya yang selanjutnya di post atau diunggah ke dalam akun pada media sosial instagram. (Leaver et al., 2020). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa media sosial Instagram merupakan sarana yang efektif untuk mencari minat dan hobi para penggunanya. Terlihat pada banyaknya unggahan pada akun – akun di media sosial Instagram yang berkaitan dengan minat dan hobi, terutama yang sangat digemari oleh remaja masa kini. Mulai dari fashion, perawatan diri, olah raga sampai dengan gaya hidup.

Tabel-10. Instagram Membantu Dalam Bersosialisasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	70	7.0	7.0	7.0
	2.00	110	11.0	11.0	18.0
	3.00	220	22.0	22.0	40.0
	4.00	340	34.0	34.0	74.0
	5.00	260	26.0	26.0	100.0
	Total	1000	100.0	100.0	

Pada tabel sepuluh di atas, menggunakan pilihan jawaban pada angket yakni: 1. Tidak Membantu 2. Kurang Membantu 3. Cukup Membantu 4. Membantu 5. Sangat Membantu. Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, pada tabel 10 dari 1.000 menunjukkan bahwa responden sebanyak 34% mengungkapkan bahwa media sosial Instagram membantu dalam bersosialisasi dengan orang lain. 26% sangat membantu, 22% cukup membantu, 11% kurang membantu, dan 7% tidak membantu. Hal ini menunjukan media sosial instagram menjadi salah satu cara membantu remaja di Kota Makassar untuk bersosialisasi dengan orang lain.

Seperti yang telah disinggung pada pembahasan terdahulu, bahwa media sosial merupakan media yang dijadikan alat atau sarana di dalam proses sosial, atau sebagai tempat untuk bersosialisasi dengan orang lain. (Alimuddin et al., 2014). Proses sosialisasi yang dilakukan tidak lepas dari seberapa besar keterbukaan diri seseorang dalam pengungkapan dirinya. Sehingga proses adaptasi dan sosialisasi berjalan dengan baik, dan proses komunikasipun berjalan secara efektif. Bukan hanya terjadi efek terhadap terpaan pesan dalam bentuk postingan atau unggahan konten foto ataupun video, namun juga ada *feedback* yang baik, sehingga para pengguna tidak merasakan gangguan yang dapat mempengaruhi proses – proses social tersebut.

Tabel-11. Merasa Kurang Gaul Tanpa Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	240	24.0	24.0	24.0
	2.00	180	18.0	18.0	42.0
	3.00	300	30.0	30.0	72.0
	4.00	170	17.0	17.0	89.0
	5.00	110	11.0	11.0	100.0
Total		1000	100.0	100.0	

Pada tabel sebelas di atas, menggunakan pilihan jawaban pada angket yakni: 1.Tidak Merasa 2. Kurang Merasa 3. Cukup Merasa 4. Merasa 5. Sangat Merasa. Berdasarkan olah data yang dilakukan, terlihat pada tabel 11 dari 1.000 menunjukkan bahwa responden sebanyak 30% mengungkapkan bahwa melalui media sosial Instagram, mereka cukup merasa dalam pergaulan dengan orang lain, 11% sangat merasa 17% merasa, 18% kurang merasa, dan 24% tidak merasa. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial instagram bagi remaja di Kota Makassar tidak terlalu berpengaruh pada rasa percaya diri mereka dalam bergaul dengan orang lain.

Berdasarkan tabel 1-3 bahwa media sosial instagram menjadi kebutuhan remaja laki-laki dan perempuan. Berdasarkan tabel 4-5 media sosial instagram menjadi sarana mereka dalam memperkenalkan diri dan menambah teman dengan orang lain. Berdasarkan tabel 6-8 remaja laki-laki dan perempuan tidak menggambarkan secara langsung perasaan mereka, melainkan menggunakan *quotes* sebagai sarana penggambaran perasaan mereka. Berdasarkan tabel 9-11 remaja laki-laki dan perempuan menggunakan media sosial instagram sebagai media mencari dan mendalam wawasan mengenai hobi dan minat mereka serta mempermudah bersosialisasi dengan orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa remaja laki-laki memiliki besaran persepsi sebesar 39%, artinya persepsi remaja laki-laki kurang mempengaruhi keterbukaan diri mereka dengan orang lain di media sosial instagram. Sebaliknya remaja perempuan memiliki besaran persepsi sebesar 61%, artinya persepsi remaja perempuan mempengaruhi keterbukaan diri mereka dengan orang lain di media sosial instagram. Hal ini menunjukkan bahwa remaja laki-laki di Kota Makassar kurang terbuka terhadap orang lain, sedangkan remaja perempuan di Kota Makassar cukup terbuka mengenai informasi yang mereka anggap privasi dengan orang lain.

Perbandingan persepsi remaja laki-laki dan perempuan adalah sebagai berikut 39:61. Hal ini menjelaskan bahwa persepsi remaja perempuan mempengaruhi keterbukaan diri di media sosial instagram lebih besar daripada remaja laki-laki mempengaruhi keterbukaan diri di media sosial instagram. Namun secara keseluruhan tingkat keterbukaan diri baik remaja laki-laki dan perempuan masih rendah. Masih ada informasi-informasi yang mereka anggap privasi yang tidak bisa dipublikasikan kepada orang lain melalui media sosial. Mereka mengutarakan perasaan mereka tidak secara langsung melainkan menggunakan *quotes* yang menggambarkan perasaan mereka saat itu. Hal ini berkaitan dengan faktor *intimacy*.

Remaja laki-laki dan perempuan di Kota Makassar lebih menggunakan instagram untuk mencari informasi yang berkaitan dengan hobi dan minat mereka. Mereka merasa instagram membantu mereka dalam menemukan dan memperluas wawasan berkaitan dengan hobi dan minat. Mereka meng-*upload* informasi mengenai hobi dan minat dengan orang lain karena membantu mereka dalam bergaul dan berkenalan dengan orang lain. Namun, mereka tidak meng-*upload* informasi yang berkaitan dengan perasaan mereka kepada orang lain karena dianggap informasi tersebut adalah privasi. (Prihatiningsih, 2017).

Berdasarkan dengan dimensi *self disclosure* itu sendiri bahwa ada 5 hal yang menjadi dasar seseorang untuk terbuka dengan orang lain :

1. *Amount*

Menurut hasil penelitian bahwa kuantitas dalam proses keterbukaan diri remaja laki-laki dan perempuan di Kota Makassar kurang berkaitan dengan informasi yang mereka anggap privasi. Namun, informasi yang berkaitan dengan hobi dan minat mereka bagikan dengan orang lain karena dapat membantu mereka dalam menemukan orang baru dan bersosialisasi.

2. *Valence*

Menurut hasil penelitian bahwa baik hal positif atau hal negatif yang berkaitan dengan perasaan mereka masih dianggap privasi sehingga tidak bisa dibagikan dengan orang lain melalui media sosial. Namun hal positif atau hal negatif yang berkaitan dengan hobi mereka akan mereka bagikan dengan orang lain melalui media sosial. Hal ini membantu mereka dalam menemukan pandangan lain yang berkaitan dengan hobi dan minat serta membantu dalam bersosialisasi.

3. *Honesty*

Menurut hasil penelitian bahwa remaja laki-laki dan perempuan di Kota Makassar tidak bisa jujur dengan perasaan mereka melalui media sosial. Mereka tidak membagi informasi tersebut karena perasaan mereka adalah hal privasi yang harus mereka jaga.

4. *Intention*

Menurut hasil penelitian bahwa remaja laki-laki dan perempuan di Kota Makassar hanya membagikan informasi yang luas mengenai hobi dan minat mereka melalui media sosial instagram, karena hal ini dapat membantu mereka dalam bersosialisasi dan berkenalan dengan orang lain. Sebaliknya informasi mengenai perasaan mereka akan ditutup kepada orang lain.

5. *Intimacy*

Menurut hasil penelitian bahwa remaja laki-laki dan perempuan di Kota Makassar merasa tidak ada hubungan dekat dengan orang lain melalui media sosial instagram, sehingga mereka tidak akan membagikan informasi yang bersifat privasi kepada orang lain melalui media sosial.

KESIMPULAN

Persepsi remaja laki-laki terhadap *self disclosure* sebesar 39%, artinya persepsi remaja laki-laki kurang mempengaruhi keterbukaan diri mereka dengan orang lain di media sosial instagram. Media sosial digunakan sebagai media menambah teman dan bersosialisasi. Persepsi remaja perempuan terhadap *self disclosure* sebesar 61%, artinya persepsi remaja perempuan mempengaruhi keterbukaan diri mereka dengan orang lain di media sosial instagram. Walaupun persepsi remaja perempuan cukup mempengaruhi keterbukaan diri mereka dengan orang lain, namun informasi yang disampaikan masih terbatas dengan hal-hal yang masih masuk dalam batas toleransi pribadi mereka. Perbandingan persepsi remaja laki-laki dan perempuan terhadap *self disclosure* sebesar 39:61, berarti tingkat persepsi remaja laki-laki terhadap keterbukaan diri melalui media sosial instagram di Kota Makassar lebih rendah daripada persepsi remaja perempuan terhadap keterbukaan diri melalui media sosial instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2 SE-Articles), 130–139.

<https://jurnal.plb.ac.id/index.php/tematik/article/view/461>

- Alimuddin, A. B., Sadjad, R. S., & Najib, M. (2014). Sikap dan Perilaku Remaja Perempuan dalam Ajang Gaul Melalui Media Sosial Facebook. *Komunikasi KAREBA*, 3(4), 218–225.
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 137. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>
- Cangara, H. (2015). *Pengantar ilmu komunikasi*. : edisi kelima. Bogor : RajaGrafindo Persada.
- Ernawati, & Muh. Resa Yudianto Suldani. (2020). Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories Di Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 9(2), 330–340.
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*, 6(1), 32–44.
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual social media cultures*. John Wiley & Sons.
- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160. www.frans.co.id
- Mukti, I., Sultan, I., & Bahfiarti, T. (2015). Semiotika Ikon Perempuan Pada Iklan Mobil Dalam Majalah Otomotif Autoexpert. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 4(3), 344–359.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Putri, D. E. (2016). Analisis Perilaku Mimetik Di Kalangan Siswi Sma Negeri 1 Makassar Terhadap Tren Fashionista Instagram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 349–367. <https://media.neliti.com/media/publications/93770-ID-none.pdf>
- Ramadhani Rusdin, F., & Gafar, A. (2016). Media Sosial Dan Pola Perilaku Komunikasi Siswa Sma Negeri 1 Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA Januari --- Juni*, 5(1).
- Saleh, G.-, & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together.” *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1–12.