

Penggunaan Fitur *Close Friends* Instagram Sebagai Media Pengungkapan Diri Pada Generasi Z

Fitri Sarasati¹, Helen Olivia², Achmad Budiman Sudarsono³

¹ Ilmu Komunikasi/Universitas Satya Negara
Indonesiae-mail: fitri.sarasati@usni.ac.id

² Ilmu Komunikasi/Universitas Satya Negara
Indonesiae-mail: helen.olivia@usni.ac.id

³ Ilmu Komunikasi/Universitas Satya Negara
Indonesiae-mail: achmad.budiman@usni.ac.id

ABSTRAK

Instagram sebagai informasi yang menjadi salah satu media social sekaligus menjadi wadah untuk mencurahkan perasaan serta mengekspresikan diri. Fenomena tersebut terus meningkat hingga fitur *Close Friends* menjadi wadah pengungkapan diri padahal kebanyakan informasinya bersifat pribadi namun dengan mudah dibagikan. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana bentuk pengungkapan diri (*Self Disclosure*) dan motivasi generasi Z melakukan pengungkapan diri di dalam fitur *Close Friends*. Teori yang digunakan adalah teori Jendela Johari yang mengasumsikan bahwa manusia memiliki empat kuadran kesadaran dan Teori Uses and Gratification menjelaskan bagaimana orang memilih media untuk memperoleh kepuasan. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilaksanakan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menjelaskan pengungkapan diri yang dilakukan cukup beragam mulai dari mengungkapkan perasaan senang, sedih, kecewa, dan marah. Para informan merasakan kepuasan setelah membagikan cerita dimana mereka mendapat kepuasan berupa interaksi sosial, relaksasi, komunikasi dan hiburan serta kebebasan berekspresi.

Kata Kunci: Pengungkapan Diri, Instagram, *Close Friends*

ABSTRACT

Instagram as information is one of the social media as well as a place to express feelings and express oneself. This phenomenon continues to increase until the Close Friends feature becomes a place for self-disclosure even though most of the information is personal but easily shared. The purpose of this research is to find out how the form of self-disclosure and the motivation of generation Z to do self-disclosure in the Close Friends feature. The theory used is the Johari Window theory which assumes that humans have four quadrants of consciousness and Uses and Gratification Theory explains how people choose media to obtain satisfaction. Researchers used qualitative methods with a phenomenological approach. Data collection was carried out through interviews, observation, and documentation. The results of the study explain that self-disclosure carried out is quite diverse, ranging from expressing feelings of pleasure, sadness, disappointment, and anger. The informants feel satisfaction after sharing stories where they get satisfaction in the form of social interaction, relaxation, communication and entertainment as well as freedom of expression.

Keywords: *Self-Disclosure, Instagram, Close Friends*

Naskah diterima: 07-11-2022, direvisi: 14-11-2022, diterbitkan: 11-01-2023



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi memudahkan manusia untuk berkomunikasi kapanpun tanpa terbatas ruang dan waktu. Kemudahan akses internet melalui berbagai media sosial yang ada semakin memudahkan manusia untuk saling bertukar kabar dan informasi seputar pengalaman hidup sehari-hari. Media sosial memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online (Hidayah, 2020).

Instagram menjadi salah satu media sosial yang kini sedang populer dikalangan generasi Z. Instagram berhasil menempati posisi kedua sebagai media sosial favorite setelah whatsapp. Hasil penelitian oleh We Are Social tahun 2022. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dimana para pengguna dapat mengambil, memakai efek digital dan membagikannya melalui smartphone mereka. Generasi Z atau I Generation adalah perpindahan generasi Y dimana teknologi berkembang. Generasi Z cenderung ingin serba instan. Kehidupan mereka cenderung melek informasi dan mementingkan ketenaran dari kegunaan media social yang digunakan (Rahmawati, 2018)).

Media Instagram merupakan media sosial kegemaran generasi Z. Instagram telah membuat Langkah yang berbeda. Ketika pertama kali muncul Instagram hanya menyediakan fitur unggah foto. Kemudian pada tahun 2013 memunculkan fitur mengunggah video. Aplikasi untuk berbagi foto atau video (Hidayah, 2020). Instagram terus melakukan terobosan dengan memunculkan fitur Close Friends pada tahun 2018. Fitur ini dihadirkan oleh Instagram bagi penggunanya yang ingin membagikan konten privasi dalam bentuk stories yang hanya dapat dilihat oleh para pengikut yang sudah dijadikan teman dekat. Ciri-ciri lingkaran berwarna hijau muda pada foto profil pengikutnya. Fitur Close Friends digunakan untuk berbagi hal-hal yang telah ditambahkan ke daftar fitur Close Friends, tanpa sepengetahuan pengguna lain karena pengguna dapat mengaturnya sendiri. Berbeda dengan fitur Instagram Stories, fitur Close Friends banyak digunakan sebagai cara untuk berbagi masalah pribadi, terkadang juga digunakan sebagai cara untuk berbagi mengenai cerita sehari-hari, perasaan emosi sedih keluhan,

kisah cinta yang penuh gairah, swa foto yang mengarah pada pose vulgar, tangkapan layar obrolan grup atau pribadi, foto memalukan, gossip, bahkan hal-hal vulgar dan banyak lagi. Pengungkapan diri merupakan komunikasi yang disengaja oleh perilaku verbal tentang pengalaman atau perasaan seseorang. Taylor mengemukakan lima aspek dalam Self disclosure yaitu ketepatan, motivasi, keintensifan, kedalaman, dan keleluasaan (Gainau, 2009). Pengungkapan Diri (Self-disclosure) adalah jenis informasi tentang diri sendiri yang biasanya dirahasiakan lalu dibagikan kepada orang lain. Dua faktor adalah informasi yang disajikan harus merupakan informasi yang biasanya dilindungi atau dijaga kerahasiaannya dan informasi harus dikomunikasikan kepada orang lain baik secara tertulis maupun lisan (Devito. J.A., 2011). Berkaitan dengan masalah pengungkapan diri (*Self-disclosure*) ini Joseph Lufth Dan Harry Ingham menjelaskan bahwa orang dapat mengetahui dan tidak dapat mengetahui tentang diri mereka sendiri dan orang lain (Liliweri, 2017).

Menurut Jourad, jika kita membocorkan informasi dari daerah tertutup (Area 3) maka berarti kita melakukan pengungkapan diri (Devito. J.A., 2011). Sebagaimana yang diteliti pengguna Instagram membeberkan kisah berupa berbagai unggahan curahan hati dengan meluapkan berbagai hal-hal pribadi yang seharusnya berada di ranah pribadi namun akhirnya dibagikan melalui fitur Close Friends sehingga diketahui oleh banyak orang.

Penggunaan fitur Close Friends pada media sosial Instagram yang digunakan oleh Generasi Z ini akan dikaji dengan menggunakan premis dasar teori uses and gratification menemukan media yang dapat memberi mereka kepuasan terbesar. Alasan seseorang menggunakan media antara lain: *Social Interaction, Information Seeking, Pass Time Entertainment, Relaxation, Communication Utility, Convince Utility, Expression of Opinion, Information Sharing, dan Surveillance / Knowledge* (Whiting, 2013).

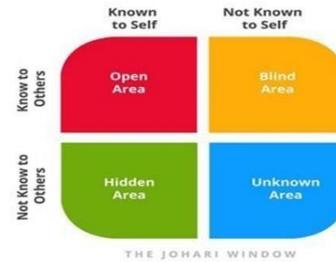
Peneliti menemukan fenomena yang sering terjadi pada fitur Close Friends adalah banyaknya unggahan pengungkapan diri yang dilakukan oleh generasi Z yang berisikan unggahan informasi berlebihan terkait masalah.

Pribadi seperti kekesalan, swafoto yang mengarah pada pose vulgar, kisah percintaan, dan informasi lainnya yang bersifat pribadi. Pengguna fitur ini merasa aman karena hanya orang-orang terdekatlah yang dapat melihat setiap unggahan, tetapi pada kenyataannya, unggahan tersebut menyebabkan kebocoran informasi karena dengan sengaja teman yang masuk dalam daftar Close Friends secara sengaja menyebarkan unggahan yang ada pada fitur Close Friends kepada pihak lain secara sengaja. Banyaknya kasus pengungkapan diri yang dilakukan oleh generasi Z pada fitur Close Friends yang berisikan unggahan informasi berlebihan terkait masalah pribadi seperti kekesalan, swafoto yang mengarah pada pose vulgar, kisah percintaan dan sebagainya membuat peneliti tertarik melakukan penelitian tentang bagaimana bentuk pengungkapan diri (*self disclosure*) yang dilakukan pada Fitur Close Friends dan apa saja motivasi melakukan pengungkapan diri pada Fitur Close Friends yang dilakukan oleh generasi Z di Kota Bekasi. Generasi Z dipilih karena generasi Z adalah generasi yang aktif menggunakan jejaring sosial, terutama Instagram dan cenderung melakukan pengungkapan diri (*Self-disclosure*) secara berlebihan di Instagram. Atas dasar permasalahan diatas penelitian bertujuan untuk mengetahui bentuk pengungkapan diri (*Self-disclosure*) dan motivasi pengungkapan diri dalam Fitur Close Friends yang dilakukan oleh generasi Z di Kota Bekasi.

KAJIAN LITERATUR

Teori Jendela Johari

Teori pengungkapan diri atau juga biasa disebut teori "Johari Window" atau "Jendela Johari". Teori ini diciptakan oleh Joseph Luft dan Harry ini menyatakan bahwa orang dapat mengetahui dan tidak dapat mengetahui tentang diri mereka sendiri dan orang lain. (Liliweri, 2017). Secara garis besar, teori ini mengungkapkan bahwa ada empat kuadran kesadaran dan kesadaran diri, seperti terlihat pada gambar berikut :



Gambar 1: Kuadran Teori Jendela Johari

1. *Open area* (daerah terbuka)

Area ini mencakup sikap, emosi, informasi, motif, keinginan, ide dan ideologi, dll yang diketahui oleh individu ini dan orang lain. Sebagai contoh, informasi biasanya mencakup identitas normal yang orang lain ketahui secara alami. Ketika individu baru mengenal dan berinteraksi dengan individu lain, dalam bidang yang tidak terlalu luas ini, mereka membuka diri sebagai pertukaran informasi tentang diri mereka sendiri. Saat pembelajaran berlanjut, Batas wilayah ini akan bergerak ke kanan dan juga ke bawah untuk memperluas wilayah atau kuadran.

2. *Blind Area* (daerah buta)

Pada area ini terdapat kecenderungan perasaan, perilaku dan motif yang biasanya diketahui oleh individu lain, tetapi tidak diketahui oleh individu itu sendiri. Jika komunikasi terjadi di wilayah ini, maka proses pertukaran informasi akan cukup sulit terjalin, hal ini terjadi karena komunikasi pada hakekatnya memerlukan bantuan dari para pelaku yang terlibat dalam komunikasi, dan menjadi sulit karena individu tidak memahami informasi tersebut

3. *Hidden area* (daerah tersembunyi)

Pada zona ini terdapat perasaan, perilaku, dan motif yang diketahui oleh satu individu tetapi tidak diketahui oleh individu lainnya. Terkadang hal-hal yang diketahui individu itu sendiri sangat pribadi atau rahasia dan tersembunyi dari individu lain. Namun jika individu mampu memperluas area atau kuadran, maka terjadilah proses pembentukan diri.

4. *Unknown area* (daerah tidak dikenal)

Zona tentang mengekspresikan emosi, sikap dan motif yang tidak diketahui oleh siapa pun, baik individu itu sendiri atau orang lain. Daerah tidak dikenal berisi informasi yang telah memasuki alam kesadaran.

Menurut Jourad jika kita membocorkan informasi dari daerah tertutup (Area 3), maka

berarti kita melakukan pengungkapan diri. (Devito. J.A., 2011)

Dapat dipahami peneliti bahwa kuadran pertama menjelaskan bagian pribadi kita yang diketahui orang lain, kuadran kedua menunjukkan bagian-bagian diri kita yang tidak kita ketahui, tetapi orang lain tahu. Jendela Johari kuadran ketiga adalah bagian dari diri kita yang kita ketahui, tetapi tidak ada orang lain yang tahu. Bagian ini adalah bagian tersembunyi dari diri kita sendiri, dan kuadran keempat atau daerah bawah sadar, yang kita dan orang lain tidak tahu. Seseorang mengungkapkan dirinya, kuadran pertama akan lebih besar dari kuadran lainnya, yang menunjukkan bahwa semakin dikenal kedua belah pihak, semakin terbuka kita terhadap lawan komunikasi kita. Empat kuadran pengungkapan diri yang dikemukakan pada teori Johari Window bisa digeser sehingga jendela 1, 2, 3 dan 4 dapat dibuat lebih besar atau lebih kecil untuk melihat tingkat keterbukaan dan pengungkapan individu terhadap individu lain yang mana pada peneliti ini nantinya dapat dilihat pula bentuk dari pengungkapan diri yang dilakukan oleh subjek penelitian.

Teori Uses and Gratification

Teori ini dikemukakan oleh Whiting dan Williams dengan ekstensi temuan dari penelitian sebelumnya tentang pola penggunaan media. Whiting dan Williams menggunakan premis dasar untuk menemukan media yang dapat memberi mereka kepuasan terbesar. Dalam penelitiannya, Whiting dan Williams menyimpulkan 10 (sepuluh) alasan seseorang menggunakan media sosial, yaitu *Social Interaction, Information Seeking, Pass time Entertainment, Relaxation, Communication Utility, Convience Utility, Expression of opinion, Information sharing, Surveillance/knowledge*. (Whitting&Williams., 2013).

Self-Disclosure (Pengungkapan diri)

Self-Disclosure berasal dari dua kata, Self dan Disclosure. Self diartikan diri sendiri sedangkan Disclosure merupakan keterbukaan. Itu berarti Self Disclosure memiliki arti pengungkapan diri (Pamuncak, 2011). Komunikasi di mana informasi tentang diri sendiri yang biasanya dirahasiakan lalu dibagikan secara pribadi. Faktor penting yang disajikan merupakan informasi yang biasanya dilindungi atau dijaga

kerahasiaannya, dan informasi dikomunikasikan kepada secara tertulis maupun lisan.

Generasi Z

Generasi Z adalah generasi Z yang paling unik, beragam dan berteknologi maju ketika internet menjadi budaya global. Generasi ini bisa disebut I Generation, Generasi Net atau Generasi Internet (Singh, 2016). Generasi Z dicirikan memiliki keberanian dan percaya diri, menyukai hal praktis atau instant, orientasi hidupnya hanya untuk saat ini, cepat dalam mengakses informasi, multitasking dan cenderung memiliki hubungan sosial virtual dan melihat internet sebagai solusi mereka masalah hidup (Bencsik, A., Csikos, G., 2016). Generasi ini memiliki sarana komunikasi dan jejaring sosial yang informal dan personal. Generasi ini cenderung lebih realistis tentang harapan karir mereka dan lebih positif tentang masa depan.

METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme adalah pandangan yang melihat realitas sebagai fenomena yang tidak kekal dan memiliki hubungan dengan masa lalu, masa kini, dan masa depan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian fenomenologi (Moleong, 2006).

Pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Penelitian yang akan dilakukan dalam mengidentifikasi informan dengan menggunakan purposive sampling diharapkan kriteria pengambilan informan yang diperoleh benar-benar relevan sesuai dengan sasaran penelitian sehingga diperoleh informasi lanjut (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini mengambil informan generasi Z yaitu beberapa mahasiswa yang ada di Kota Bekasi. Objek penelitian ini adalah Pengungkapan Diri atau *Self-Disclosure* di fitur Close Friends Instagram.

PEMBAHASAN

A. Pengungkapan diri (Self-disclosure) Generasi Z Pada Fitur Close Friends

Dalam melakukan pengungkapan diri di media sosial Instagram terutama fitur Close Friend. tidak semua informan dapat melakukannya dengan mudah membagikan hal-hal yang bersifat pribadi baik itu kehidupan atau perasaan kepada public. Bentuk pengungkapan

dirinya pun beragam. Beberapa mahasiswa melakukannya secara *to the point* atau dengan langsung mengutarakan isi hatinya ke pada pengikutnya (*followers*) dan ada pula yang melakukannya dengan cara tersirat baik melalui foto, quotes maupun video. Hal tersebut dijabarkan melalui Teori Jendela Johari dimana bentuk *Self disclosure* individu memiliki areanya masing-masing seperti *Open Area*, *Blind Area*, *Hidden Area* dan *Unknow Area*. Dari hasil penelitian kepada ketiga informan, tiap informan masuk kedalam area yang berbeda-beda sesuai dengan bentuk *Self disclosure* di fitur *close friends* nya. Adapun isi dari unggahan dari ketiga informan dijelaskan dalam table berikut:

Tabel 1.
Isi Unggahan Pada Fitur *Close friends* Informan

No	Informan	Isi Unggahan	Self disclosure	
			Positif (Bahagia, Senang)	Negatif (Sedih, Marah)
1.	Informan 1	Opini, Minat, Pendidikan, Fisik, Aktifitas, Kepribadian, Keuangan	✓	✓
2.	Informan 2	Opini, Minat, Pendidikan, Percintaan, Kepribadian	✓	---
3.	Informan 3	Opini, Minat, Pekerjaan, Pendidikan, Keuangan, Kepribadian	✓	✓

Jika dianalisis menggunakan Teori Jendela Johari mengenai empat kuadran kesadaran diri yakni *Open Area*, *Blind Area*, *Hidden Area*, dan *Unknown Area* maka berikut pemaparan dari hasil pengamatan yang di peneliti lakukan:

Tabel 2.
Bentuk Self-Disclosure Pada Unggahan Informan

Informan	Bentuk Self disclosure	Area Jendela Menurut Teori Jendela Johari
Informan 1	Ekspresif, <i>To ThePoint</i>	<i>Open Area, Blind Area</i>
Informan 2	<i>To The Point</i> , Tersirat	<i>Open Area</i>

Informan	Ekspresif, <i>To ThePoint</i> , Tersirat	<i>Open Area, Blind Area, Hidden Area</i>
3		

1. Analisis *Open Area* (area terbuka)

Di wilayah ini, informan membuka atau mempublikasikan hal-hal tentang dirinya di fitur *Close Friends* yang diketahui publik. Memang, mereka tidak segan-segan mengumbar kehidupan pribadinya, aktivitas sehari-hari, atau mengungkapkan perasaannya melalui foto dan video beserta lokasi dan waktunya. Terlihat dengan baik di *stories* yang diunggah oleh ketiga informan.

2. Analisis *Blind Area* (area buta)

Area Buta itu sendiri adalah area di mana orang lain mengenal kita. Dalam hal ini sering terjadi ketika seorang informan mengunggah sebuah cerita tanpa menyadari bahwa itu adalah informasi yang mungkin merupakan kondisi atau masalah privasi. Hal ini ada dalam unggahan informan 2 yang secara tidak langsung menginformasikan posisinya secara detail sehingga dapat dengan mudah diketahui.

3. Analisis *Hidden Area* (Area Tersembunyi)

Area tersembunyi ini menunjukkan keadaan dimana berbagai hal ini diketahui dirinya, namun orang lain tidak mengetahui. Pada zona ini terdapat perasaan, perilaku, dan motif yang diketahui oleh satu individu tetapi tidak diketahui oleh individu lainnya.

Terkadang hal-hal yang diketahui individu itu sendiri sangat pribadi atau rahasia dan tersembunyi dari individu lain. Namun jika individu mampu memperluas area atau kuadran, maka terjadilah proses pembentukan diri. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, hampir semuanya memiliki area ini.

Kebanyakan dalam area ini informan mengunggah cerita yang tersirat dimana yang dapat mengerti hanya mereka seperti postingan memberi sindiran terhadap orang lain, perasaan tersirat hatinya yang dituangkan dalam sebuah lagu, meme ataupun quotes.

4. Area Tidak Diketahui (*Unknown Area*)

Area ini menampilkan berbagai hal yang tidak mereka ketahui dan juga tidak diketahui orang lain di area ini peneliti tidak menemukannya. Sebab, Instagram bersifat publik. Semua informan dalam penelitian ini tertarik menemukan yang dibagikan serta informasi

yang tidak dibagikan. Jika tidak ingin membagikan informasi dalam cerita atau menyimpannya untuk diri sendiri, itu termasuk dalam Hidden Area.

B. Motivasi Pengungkapan Diri Pada Fitur Close Friends

Ketika seseorang mengungkapkan dirinya, tentu mereka memiliki alasan tersendiri. Apalagi jika diri dilakukan di jejaring sosial. Karena pada dasarnya tidak mudah, karena cenderung memiliki nilai-nilai yang pribadi. Oleh karena itu, seseorang yang berani mengekspresikan dirinya di jejaring sosial harus memiliki alasan dan tujuan tertentu. Beberapa motivasi yang paling umum oleh informan adalah ekspresi diri, yang mengarah pada ekspresi emosional. Setelah membuka diri di media sosial, para informan merasa ada sesuatu yang tersembunyi di hati mereka yang terlepas dan merasa lega.

Tabel 3.
Motivasi Pengungkapan Diri Pada Fitur Close Friends

No.	Informan	Motivasi <i>Self disclosure</i>
1	Informan1	<i>Social interaction, Relaxation, Communication Utility, Expression of Opinion, Entertainment</i>
2	Informan2	<i>Social interaction, Communication Utility, Expression of Opinion</i>
3	Informan3	<i>Social interaction, Relaxation, Communication Utility, Expression of Opinion, Entertainment</i>

Peneliti menemukan 5 dari 10 alasan yang dipaparkan oleh Teori Uses and Gratification alasan informan melakukan pengungkapan diri di fitur close friends sebagai berikut: *Social interaction, Relaxation, Communication Utility, Expression of Opinion, Entertainment.*

1. Sosial Interaction

Pengungkapan diri atau *self disclosure* yang dilakukan para informan tak lain yang utama yakni ketiga nya memiliki alasan yang sama terutama untuk dapat berinteraksi dengan daftar teman dekatnya yang pada dasarnya para informan ingin menjalin komunikasi. Alasan ini ditemukan pada ketiga informan yakni informan1, Informan 2 dan Informan 3. Sebagai

contoh pada Informan 1 yang mengharapkan jika unggahannya sudah dilihat ia mengharapkan timbal balik (*feedback*) berupa perhatian atau kepekaan terhadap isi hati yang sudah ia curahkan dalam unggahannya

2. Relaxation

Adanya fitur *close friends* yang disediakan oleh Instagram mendorong para informan untuk memilih atau membuat siapa saja teman dekat yang layak untuk melihat ekspresi dari diri mereka. Hal tersebut berupa pelepasan perasaan bahagia, gembira, stress dan Kecewa. Alasan ini ditemukan pada informan 1 dan 2. Hal tersebut diperlihatkan pada Informan 2 yang mengatakan bahwa dirinya tidak dapat menahan dirinya untuk tidak membagikan apapun, oleh karena itu ia selalu menggunakan fitur *close friends* untuk mencurahkan segala perasaannya dibandingkan dengan stories biasa.

3. Communication Utility

Tidak berbeda jauh dengan alasan sosial interaction, Communication Utility menekankan pada kebutuhan akan berkomunikasi dimana pada semua informan memiliki motif ini sebagai menggunakan fitur close friends. Dalam hal ini fitur close friends dijadikan oleh semua informan sebagai media untuk penyalurkan keinginannya berbagi momen-momen kesehariannya yang menggunakan close friends seperti yang dilakukan oleh informan 2 untuk berbagi segala aktifitasnya dengan tujuan tidak ingin dianggap berlebihan oleh seluruh followers yang menurutnya kurang dekat. Informan 1 yang memanfaatkannya untuk dapat menjadi dirinya tanpa ada pencitraan dan berbagi mengenai hobi maupun kegemarannya. Lalu, Informan 3 yang menggunakan close friends untuk berbagi kisah asmaranya tanpa ada rasa sungkan.

4. Expression of Opinion

Pada sebagian informan menyatakan menyampaikan pendapat akan lebih merasa aman ketika mereka menggunakan fitur close friends karena ada beberapa unggahan yang mereka anggap bahwa tidak seharusnya dibagikan secara luas untuk publik. Sebagai contoh dalam hasil temuan peneliti pada wawancara ditemukan bahwa Informan 1 adalah sosok yang menyukai kebebasan sehingga pada fitur close friends ia dapat mengungkapkan isi hati maupun kegiatannya diluar tanpa rasa ketakutan akan di kritik buruk karena menurutnya orang yang berada pada daftar teman dekatnya sudah mengenalnya lebih baik.

5. Entertainment

Alasan untuk hampir semua orang dalam bersosial media tentu saja kebanyakan untuk hiburan, itu mengapa entertainment menjadi alasan media sosial menjadi media yang menyediakan kepuasan tersendiri dalam menggunakan tentunya untuk mendapatkan hiburan. Alasan ini ditemukan ketiga informan. Tak terelakan bahwa pada setiap unggahan, para informan menikmati menggunakan fitur tersebut sebagai contoh Informan 3 dapat berbagi kebahagiaan dengan teman-teman dekatnya dan postingannya, Informan 2 yang talkative dapat membagikan postingan ketika ia sibuk berbicara sendiri yang mana hal tersebut tidak penting menurutnya namun dapat tertawa ketika menyaksikannya kembali. Lalu, Informan 1 yang memiliki banyak teman di daftar close friends nya merasa teman-temannya memberikan feedback yang baik bahkan ketika ia mengunggah hal yang cukup bebas.

PENUTUP

Generasi Z memiliki bentuk pengungkapan diri (*self-disclosure*) yang berbeda - beda diantaranya ada yang menampilkan kehidupan sehari-hari yang dianggap bahwa beberapa aktifitasnya tidak layak untuk ditampilkan kepada khalayak yang kurang dekat. Ada yang membagikan kegiatan acak sehari-harinya yang sebenarnya dianggap tidak penting dan dapat menimbulkan spam jika dikonsumsi oleh publik. Dan ada juga yang menampilkan cerita-cerita asmaranya. Adapun kegiatan pengungkapan diri yang dilakukan oleh para informan dianalisis dengan Teori Jendela Johari ditemukan tiga kuadran kesadaran diri yakni *Open Area* (Area Terbuka), *Blind Area* (Area Buta) dan *Hidden Area* (Area Tersembunyi). Motivasi pengungkapan diri pada fitur Close Friends antara lain : *Social interaction* dimana tentunya penggunaan media sosial bertujuan untuk tetap dapat terhubung dengan teman-teman dekat, kedua yakni *Relaxation* yang mana para informan mendapatkan rasa kepuasan ketika mereka dapat menyalurkan perasaan emosi baik itu emosi yang positif maupun negatif, ketiga *Communication Utility* dimana informan merasa mereka perlu untuk menjaga kualitas hubungannya dengan para teman dekat, keempat *Expression of Opinion*

tentu sosial media selalu menjadi platform untuk menyalurkan opini dimana fitur close friends sendiri dirasa menjadi ruang aman untuk berbagi opini, kelima entertainment tentu tak terelakan alasan untuk hampir semua orang dalam bersosial media tentu saja kebanyakan untuk hiburan, itu mengapa entertainment menjadi alasan media sosial menjadi media yang menyediakan kepuasan tersendiri dalam menggunakan tentunya untuk mendapatkan hiburan.

REFERENSI

- Bencsik, A., Csikos, G., & J. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal Of Competitiveness*.
<https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Devito. J.A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia* (Edisi Keli). Karisma Publishing Group.
- Gainau, M. B. (2009). Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Siswa Dalam Perspektif Budaya dan Implikasinya Bagi Konseling. *Jurnal Ilmiah Wisia Warta*.
- Hidayah, N. (2020). *Pengaruh Fitur Close Friends Instagram Terhadap Self disclosure Siswa SMAN 1 Maros*.
<http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/2023/>
- Liliwari, A. (2017). *Komunikasi Antarpersonal*. Prenada Media.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.
- Pamuncak, D. (2011). *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self disclosure Pengguna Facebook*.
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/6084/1/DIMAS_PAMUNCAK-FPS.PDF
- Rahmawati, D. (2018). *Millenials and I-Generation Life*. Laksana.
- Singh, A. a. (2016). Understanding the Generation Z, the future workforce. *SouthAsian Journal of Multidisciplinary Studies*.
https://www.researchgate.net/publication/305280948_UNDERSTANDING_THE_GENERATION_Z_THE_FUTURE_WORKFORCE
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Whiting, W. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Journal: Emerald Insight, Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1352-2752>

BIODATA PENULIS

Fitri Sarasati S.IKom,M.Sc. lahir di Surabaya, 4 Mei 1990 adalah dosen di Universitas Satya Negara Indonesia. Menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Brawijaya Malang tahun 2012 dan Strata Dua (S2) Komunikasi Pembangunan tahun di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 2015. Selain aktif mengajar penulis juga aktif sebagai narasumber dan moderator seminar Public Relations dan Pemberdayaan Masyarakat.

Helen Olivia,S.I.Kom., M.I.Kom lahir di Tanjung Pandang 12 Juli 1985. Menyelesaikan jenjang Pendidikan S1 dan S2 dari Universitas Prof. Dr. Moestopo (B) jurusan ilmu komunikasi PR. Aktivitas sekarang ini adalah Dosen di Universitas Satya Negara Indonesia yang juga membidangi Ilmu Komunikasi khususnya Public Relations. Selain dosen juga kegiatan yang dilakukan adalah menghadle kerjasama antar universitas, membuat event PR, melakukan negoisasi dan melakukan penelitian.

Dr. Achmad Budiman Sudarsono.M.IKom, lahir di Jakarta, 5 Mei 1985. Boediman merupakan Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Satya Negara Indonesia (USNI). Selain aktivitas sebagai dosen, beliau juga sebagai pengusaha kuliner bebek is back, di Cawang. Beliau juga aktif sebagai penulis buku dan jurnal nasional, serta internasional.