



***SELF DISCLOSURE* PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE DALAM
BENTUK VIDEO BLOG (VLOG)**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Alifah Erti Puspaningrum

14030113120045

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2017

***SELF DISCLOSURE PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE DALAM
BENTUK VIDEO BLOG***

***SELF-DISCLOSURE ON YOUTUBE'S SOCIAL MEDIA IN VIDEO BLOG
FORMS (VLOG)***

Alifah Erti Puspaningrum, Universitas Diponegoro

alifaerti.28@gmail.com

Pembimbing : Roulli Manalu, Ph.D

ABSTRAK

Semakin canggihnya teknologi membuat manusia yang dulunya melakukan *self disclosure* atau pengungkapan diri dengan cara bertatap muka secara langsung (*face-to-face*), kini dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial YouTube salah satunya dengan konten Video Blog (VLOG). Vlog menjadi salah satu *trend* yang banyak diikuti oleh masyarakat Indonesia, bahkan Presiden Joko Widodo pun juga membuat vlog.

Penelitian ini fokus pada penggunaan metode campuran (*mix methods*) dengan metode kualitatif sebagai metode utama, dan metode kuantitatif sebagai metode pelengkap. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Manajemen Privasi Komunikasi atau sering disebut CPM (*Communication Privacy Management*). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan analisis isi kuantitatif, dan *indepth interview*. Penelitian dilakukan kepada lima orang vlogger dan lima video blog.

Hasil penelitian menemukan bahwa pada saat seseorang melakukan *self disclosure*, ada 7 hal yang ditemukan oleh peneliti diantaranya : (1) tema *self disclosure*, (2) sifat *self disclosure*, (3) identitas diri, (4) fokus *self disclosure*, (5) aspek privasi, (6) *tone* emosional, (7) tempat keterbukaan. Dari ketujuh hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self disclosure* yang dilakukan oleh vlogger membahas mengenai percintaan, pekerjaan dan pendidikan. Selain konteks dari *self disclosure* itu sendiri, peneliti juga menemukan motivasi dari diri vlogger untuk melakukan pengungkapan diri yakni : (1) Tempat pelarian karena pengalaman buruk, (2) Tempat *sharing*, (3) Media penjernihan diri, (4) Mencari dukungan emosional, (5) Media dokumentasi. Respon atau tanggapan orang lain terhadap pengungkapan diri vlogger berupa respon negatif dan positif, Namun vlogger menceritakan bahwa ia lebih banyak mendapatkan respon positif daripada respon negatif pada saat melakukan pengungkapan diri melalui media sosial.

Kata Kunci : Self Disclosure, YouTube, Video Blog.

ABSTRACT

The development of the technology which more sophisticated affected humans who previously used to do self-disclosure with direct face-to-face communication, nowadays do that by social media YouTube with VideoBlog (VLOG) content as one of the ways. Vlog become one of the trends that is followed by many Indonesian societies, even President Joko Widodo also create a vlog.

This research focuses on the uses of mix methods with qualitative method as the main method, and quantitative method as complementary method. The main theory that is used in this research is Communication Privacy Management. Collecting data technique was conducted with quantitative content analysis and in-depth interview. This study was conducted on five vloggers and five vlogs.

The result of the research shows that when a person do self-disclosure, there are seven things that is found by the researcher such as: (1) self disclosure theme, (2) self disclosure character, (3) self identity, (4) self disclosure focus, (5) privacy aspect, (6) emotional tone, (7) a place of openness. Based on those seven things, it can be concluded that self-disclosure which is done by the vlogger discuss about love story, job, and education. Beside self-disclosure context itself, this study also found that motivation from the vlogger to do self-disclosure is: (1) place of escape from bad experiences, (2) place of sharing, (3) self-purification media, (4) seeking emotional support, (5) documentation media. The response of other people to the vlogger's self-disclosure is positive and negative. But the vlogger told that they got more positive response rather than negative response at the time they do self-disclosure through social media.

Keywords : Self Disclosure, YouTube, Video Blog.

I. PENDAHULUAN

Latar belakang dari penelitian ini adalah semakin canggihnya teknologi membuat manusia yang dulunya melakukan *self disclosure* atau pengungkapan diri dengan cara bertatap muka (*face-to-face*), kini dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial. Salah satunya yakni menggunakan media sosial YouTube dalam bentuk Vlog.

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

Pada vlogger yang telah populer, membuat vlog dengan konten berupa *self disclosure* mampu memberikan keuntungan berupa ia bisa melampiaskan perasaannya atau *release feeling*. Tidak hanya itu, disisi lain mereka mendapatkan keuntungan secara materiil yang mana hal tersebut menjadi tujuan vlogger yang terkenal. Namun masih ada pula vlogger yang melakukan *self disclosure* melalui media sosial YouTube walaupun tidak mendapatkan keuntungan secara materiil. Berdasarkan hal tersebut, peneliti akan mengangkat masalah yaitu bagaimana seseorang yang tidak terkenal bisa melakukan *self disclosure*, membagikan informasi privatnya kepada khalayak menggunakan media sosial YouTube.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana motivasi vlogger yang kurang populer tersebut, lalu *self disclosure* seperti apa yang akan dibahas, lebih jauh lagi peneliti ingin melihat bagaimana respon dari penonton mengenai *self disclosure* tersebut.

II. GAMBARAN UMUM

YouTube didirikan oleh tiga mantan karyawan dari Paypal yakni, Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. YouTube yang dulunya memiliki slogan "*Your digital video repository*" kini berubah menjadi "*Broadcast yourself*". Hal tersebut karena sesuai dengan perkembangan YouTube yang semakin banyak orang menggunakannya untuk kepentingan *self-expression*.

Kemunculan vlog yaitu pada saat tahun 2000 seorang bernama Adam Kontras mempublikasikan salah satu video pada situs blog miliknya. Kemudian pada tahun yang sama, seseorang bernama Adrian Miles juga memposting sebuah video dan ia menamai videonya tersebut dengan sebutan video blog atau vlog. Pada tahun 2004, Steve Garfield mengunggah video blog miliknya dan akhirnya menjadi populer di luar negeri. Selanjutnya pada tahun 2005, vlog menjadi sesuatu hal yang populer dikalangan masyarakat sehingga YouTube pada saat itu menjadi salah satu video website yang sering banyak dikunjungi kelima didunia.

Di Indonesia sendiri, vlog mengalami perkembangan yang cukup pesat di setiap tahunnya. Banyak sekali YouTubers yang mulai memiliki konten video berupa video blog. Awal mula vlog di Indonesia yakni pada saat tahun 2009 muncul video seorang artis yang menceritakan masalah pribadinya dan berkeluh kesah mengenai teman-

temannya yang menurutnya bertindak jahat dan membully dirinya yakni Marshanda.

III. HASIL PENELITIAN

1. Motivasi Penggunaan Media Sosial YouTube untuk *Self Disclosure*

a) Media sosial yang sering digunakan oleh vlogger yakni instagram dan juga Youtube. pada vlogger 1, selain kedua media sosial tersebut ia masih menggunakan twitter. Sedangkan vlogger ke 2, ia masih sering mengakses path. Untuk vlogger 3 dan 5 sama seperti vlogger 1 dan 2 yakni mengakses twitter dan juga path. Untuk vlogger ke 4 ia memilih media sosial google+.

b) Penggunaan media sosial yang dilakukan oleh para vlogger yakni pada vlogger 1, 2, 4 dan 5 menggunakannya untuk berkeluh kesah seperti pada umumnya orang pada jaman sekarang. Vlogger 1 sering membahas topik mengenai percintaan dan juga memanfaatkan media sosial untuk berbagi informasi. Pada vlogger 3 memanfaatkan media sosial untuk sarana hiburan.

c) Motivasi penggunaan media sosial YouTube yakni sebagai media bertukar informasi sesama pengguna YouTube maupun dengan penonton. Hal tersebut dilakukan oleh semua vlogger. selain itu, motivasi vlogger yang lain yakni untuk menjernihkan diri untuk vlogger 2, untuk tempat berkeluh kesah dan tempat pelarian saat tidak ada orang yang bisa diajak cerita, untuk berbagi informasi pada vlogger 4, mencari dukungan emosional pada vlogger ke 3.

2. *Self Disclosure* pada Video Blog

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, hasilnya ada beberapa kategori *self disclosure* yang didapatkan yakni : Identitas diri, fokus *self disclosure*, tema *self disclosure*, aspek privasi, tone emosional, sifat keterbukaan, dan juga tempat keterbukaan.

Pada identitas diri, semua vlogger tidak menyembunyikan identitasnya. Vlogger mau menampilkan wajahnya pada saat melakukan pembukaan dan menggunakan nama terang atau asli untuk memberi nama pada akun YouTubenya. Untuk fokus *self disclosure*, semua vlogger fokus menceritakan mengenai diri mereka sendiri, namun tidak hanya itu juga. Vlogger 1 dan 2 menceritakan mengenai orang lain juga.

Pada tema *self disclosure*, generasi millennial saat ini sering membahas mengenai percintaan, pendidikan, dan pekerjaan. Vlogger 1,2,4, dan 5 membicarakan mengenai percintaan, untuk pendidikan hanya vlogger 2, sedangkan pekerjaan yakni vlogger 2, 3, dan 4.

Aspek privasi yang dibahas dalam hal ini adalah apakah vlogger menyembunyikan hal lain dari cerita yang ia ungkapkan dalam vlog.

hasilnya menunjukkan vlogger tidak terlalu menyembunyikan masalahnya, ia menceritakan sesuai alur dan bagian-bagian plotnya secara lengkap.

Tone emosional yang didapatkan dari penelitian ini yakni semua vlogger memiliki tone yang negatif, namun ada 1 vlogger yakni vlogger 5 yang tidak mengeluarkan tone negatif karena konteks yang ia bicarakan mengenai percintaan.

Sifat keterbukaan yang didapatkan dari hasil analisis yakni banyak yang berupa evaluatif atau mengenai perasaan dibandingkan mengenai fakta-fakta pembuat vlog (deskriptif).

Tempat keterbukaan yang ditemukan oleh peneliti yakni semua vlogger menggunakan tempat yang menurutnya privasi untuk melakukan pembukaan diri.

3. Respon Penonton

Dari hasil penelitian banyak penonton yang memberikan respon yang positif kepada vlogger mengenai pembukaan diri yang dilakukan oleh vlogger. respon yang paling tinggi didapatkan yakni respon positif (konfirmasi) berupa pengakuan langsung dari penonton dan juga perasaan positif. Sedangkan sisanya yakni mengenai meminta keterangan, suportif dan menyetujui pembukaan yang dilakukan vlogger. untuk respon negatif (diskonfirmasi), hanya ada satu kategori yakni komentar yang tidak relevan dengan isi vlog dari vlogger.

IV. PEMBAHASAN

1. Motivasi Penggunaan Media Sosial YouTube untuk *Self Disclosure*

Pada bagian ini yang akan dibahas hanya berupa motivasi dari diri vlogger dalam melakukan *self disclosure*. Dalam hal ini terlihat bahwa vlogger melakukan *self disclosure* memiliki motivasi sebagai berikut yakni : 1) Tempat pelarian karena pengalaman buruk, (2) Tempat *sharing*, (3) Media penjernihan diri, (4) Mencari dukungan emosional, (5) Media dokumentasi. Dalam Derlega dan Grzelak (dalam hidayat, 2001) mengatakan bahwa ada beberapa fungsi dari pembukaan diri yakni untuk berekspresi, penjernihan diri, keabsahan sosial, kendali sosial dan perkembangan hubungan. Tiga diantaranya ada menjadi motivasi vlogger untuk melakukan pembukaan diri melalui media sosial. Pertama, fungsi ekspresi atau pengekspresian diri paling banyak dilakukan oleh vlogger seperti sebagai tempat pelarian dalam masalah, untuk berbagi informasi (*sharing*), dan juga sebagai media dokumentasi saja. Vlogger melakukan *self disclosure* tersebut untuk penjernihan diri. Ia membutuhkan ruang atau tempat untuk mengetahui apa yang sebenarnya sedang ia alami berdasarkan kacamata orang lain. Ketiga, dukungan emosional pada diri vlogger termasuk dalam fungsi keabsahan sosial.

Motivasi pembukaan diri yang dijelaskan oleh Papacharissi (2012) yakni sebagai informasi, temuan yang didapatkan adalah sebagai tempat *sharing*. Sedangkan untuk tempat pelarian, mencari dukungan emosional, dan media penjernihan diri masuk pada faktor pengekspresian diri. Dengan kata lain, YouTube mampu menjadi wadah untuk mengeluarkan semua keluh kesah para vlogger. Sedangkan faktor hiburan, dari hasil temuan termasuk dalam wadah untuk dokumentasi sehingga pembukaan diri tersebut bisa ditonton lagi dan menjadi pengingat.

2. *Self Disclosure* pada Media Sosial Vlog

Dari hal penelitian ditemukan bahwa ada beberapa hal yang dibahas yaitu : (1) Tema *self disclosure*, (2) Sifat *self disclosure*, (3) Identitas diri, (4) Fokus *self disclosure*, (5) Aspek Privasi, (6) *Tone* emosional, (7) Tempat keterbukaan. Pada tema *self disclosure*, ditemukan bahwa vlogger paling banyak membahas mengenai percintaan, pekerjaan dan pendidikan. Menurut Jourard (Dalam Gainau, 2009:2), informasi yang bersifat pribadi tersebut mencakup aspek: (1) sikap atau opini, (2) selera dan minat, (3) pekerjaan atau pendidikan, percintaan, (4) fisik, (5) keuangan, dan (6) kepribadian. Dalam hal ini menunjukkan bahwa tema *self disclosure* yang didapatkan dari penelitian vlog mengacu pada aspek ke (3) dari Jourard yakni membahas permasalahan pekerjaan, pendidikan dan juga percintaan. Dalam temuan penelitian didapatkan bahwa vlogger lebih banyak menceritakan mengenai pendapat dan perasaannya secara pribadi, dan dalam hal ini juga mengacu pada aspek (1) dan juga (2) yang dijelaskan oleh Jourard yakni aspek sikap atau opini, dan juga selera atau minat. Untuk temuan penelitian mengenai sifat *self disclosure*, hasil yang didapatkan yakni mencakup evaluatif dan juga deskriptif. Menurut Hidayat, *self disclosure* dapat bersifat deskriptif dan evaluatif (Hidayat, 2012: 106).

Terdapat lima asumsi dasar yang mendasari Teori Manajemen Privasi Komunikasi. Pada kelima asumsi tersebut, terdapat tiga asumsi yang mengacu pada temuan penelitian. Pertama, informasi privat yang terdapat pada asumsi teori manajemen privasi komunikasi mengacu pada hasil temuan penelitian yakni berupa fokus *self disclosure*. Seperti yang dijelaskan oleh Petronio (West dan Turner, 2008) bahwa pembukaan diri lebih berfokus pada proses bercerita dan merefleksikan isi dari informasi privat mengenai diri sendiri dan orang lain. Dalam hasil temuan, fokus *self disclosure* lebih banyak pada diri sendiri daripada mengenai orang lain walaupun memang ada beberapa vlogger yang membahas mengenai orang lain dalam pembukaannya.

Asumsi teori manajemen privasi berupa batasan privat juga mengacu pada temuan hasil penelitian yakni tempat keterbukaan.

seseorang memiliki batasan-batasan pada saat akan membuka diri. Seperti yang dilakukan vlogger, mereka tetap memiliki batasan pada saat membuka diri entah itu mengenai konteks yang dibicarakan maupun teknis pada saat penyampaian pembukaan diri.

Ketiga, asumsi mengenai kontrol dan kepemilikan mengacu pada hasil temuan yakni aspek privasi dan tone emosional. Dalam asumsi tersebut dikatakan bahwa setiap orang memiliki kontrol dan hak siapa saja yang boleh memiliki akses untuk mengetahui informasi mengenai dirinya. Seseorang juga memiliki kontrol hal apa saja yang boleh dibagikan pada orang lain terkait masalah privasinya. Dalam hal ini, vlogger juga memiliki kontrol mengenai informasi yang ia bagikan pada orang-orang tertentu.

3. Respon Penonton

Respon yang didapatkan yakni 1) respon konfirmasi atau positif yakni pengakuan langsung dari penonton, perasaan positif, meminta keterangan, suportif dan menyetujui pembukaan yang dilakukan vlogger, 2) respon negatif atau diskonfirmasi, hanya ada satu kategori yakni komentar yang tidak relevan dengan isi konten tersebut.

Dalam *self disclosure* dijelaskan ada beberapa pedoman untuk menanggapi *self disclosure* dari orang lain (DeVito, 1997: 67) yaitu memanfaatkan keterampilan mendengarkan yang efektif dan aktif, berikan dukungan dan kukuhkan pengungkap, menjaga kerahasiaan jangan memanfaatkan *self disclosure* orang lain untuk merugikannya.

Prinsip-prinsip pada teori CPM adalah apa yang mendefinisikan pengungkapan diri melalui situs jaringan sosial, dan khususnya komunitas YouTube, karena batas kolektif ditetapkan melalui pengungkapan informasi intim dan ditingkatkan oleh kemampuan pengunjung atau pemirsa untuk menambahkan kontribusi berupa komentar, pesan, atau tanggapan video (Smith, 2012). Dalam hal ini, respon dari penonton termasuk dalam salah satu prinsip CPM yakni *self disclosure* memiliki batasan privat dimana dalam YouTube, batasan tersebut berupa komentar dari penonton.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

a. Dari hasil penelitian, motivasi vlogger yang ditemukan yakni : (1) Media sosial sebagai pelarian dari pengalaman buruk, (2) Tempat berbagi informasi, (3) Media penjernihan diri, (4) Mencari dukungan emosional, (5) Media dokumentasi. Beberapa hal yang ditemukan peneliti saat menanyakan motivasi mereka melakukan pengungkapan diri yaitu karena adanya pengalaman buruk bercerita secara langsung dengan orang lain. Yang menjadi garis besar yakni bukan masalah hal

pribadi mereka dibocorkan atau disebar-sebarkan, namun masalah kepercayaan yang telah diberikan kepada orang lain untuk menyimpan masalah privasi yang ia ceritakan.

b. Dari hasil temuan ditemukan beberapa hal yang dibahas oleh vlogger pada saat melakukan pengungkapan diri yakni : Dari lima vlogger yang diteliti oleh peneliti (yang keseluruhannya merupakan generasi milenial), paling banyak menceritakan masalah pribadinya mengenai (1) percintaan, (2) pekerjaan, (3) pendidikan. Mereka lebih sering menceritakan mengenai diri mereka sendiri daripada orang lain, tanpa ditutup-tutupi identitasnya maupun mengenai konteks yang sedang dibicarakan. Keterbukaan yang dilakukan lebih sering mengarah pada perasaan dan pendapat pribadi (evaluatif) dibandingkan fakta-fakta tentang dirinya sendiri (deskriptif). Ada hal unik yang ditemukan oleh peneliti yakni, pada saat mereka melakukan pembukaan diri (saat proses perekaman berlangsung), mereka lebih memilih tempat-tempat yang menurut mereka privat seperti kamar tidur, didalam mobil, ruangan kantor. Padahal pada saat video mereka diunggah, semua orang bisa melihat apa yang ia upload dalam YouTube channel mereka. Hal tersebut karena mereka memiliki alasan bahwa berbicara didepan kamera lebih mudah dibandingkan harus berbicara secara langsung pada orang lain, apalagi dalam jumlah orang yang banyak.

c. Tanggapan atau respon yang didapatkan pada saat seseorang melakukan *self disclosure* secara langsung ataupun menggunakan media sosial yakni : Respon positif (konfirmasi) berupa 1) pengakuan langsung dari penonton, 2) perasaan positif, 3) meminta keterangan, 4) supportif, 5) setuju. Namun respon negatif (diskonfirmasi) yakni 1) komentar yang tidak relevan dengan isi konten.

2. Saran

Karena keterbatasan waktu peneliti, alangkah lebih baik lagi jika lebih diperdalam lagi untuk meneliti masalah *self disclosure* seperti bagaimana dimensi pengungkapan diri pada media sosial, penambahan pada teori yang lebih memperkuat hasil temuan penelitian ini untuk kedepannya. Selain motivasi dari vlogger, lebih baik lagi jika peneliti meneliti lebih dalam seperti bagaimana efeknya di kehidupan yang nyata jika mengungkapkan diri melalui media sosial yang tidak bisa diprediksi siapa saja yang akan melihat, bahkan kita pun tidak mengenal orang-orang yang menonton video tersebut.