

SELF DISCLOSURE ANAK BROKEN HOME PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI DESKRIPTIF FOLLOWERS TIKTOK DI HALAMAN KOMENTAR PADA KONTEN @AKUISANN)

Cyntia Dewi Anggraini¹

Azizah Des Derivanti²

Miftia Andini³ Universitas Nasional

Email: Cyntiadewia@gmail.com, miftiaandinii@gmail.com, Azizahdeshaha@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the self-disclosure process is carried out by TikTok followers on the comments page on @akuisann content. This study uses qualitative methods, descriptive studies, interpretive paradigms, triangulation of sources and in-depth interviews with 5 informants who were selected based on the characteristics or criteria determined by the researcher (Purposive Sampling). The results of the study reveal that self-disclosure carried out by informants through the comments page on @akuisann content based on the Johari Window Theory belongs to two areas, namely open areas and hidden areas. @akuisann's content for commenting is that there is a dyadic effect where informants do self-disclosure because they see many people doing the same thing. In addition, the results of the description of the informants have a desire to motivate each other. The benefits that result is a feeling of relief because he has conveyed what he experienced to others who have a similar fate. Meanwhile, the communication privacy management process is carried out with culture contextual, motivational, and risky backgrounds.

Keywords : Self Disclosure, TikTok, Social Media, Johari Window Theory, Teori Communication Privacy Management (CPM)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pembukaan diri (*self disclosure*) yang dilakukan *followers* TikTok di halaman komentar pada konten @akuisann. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, studi deskriptif, paradigma interpretif, triangulasi sumber dan wawancara mendalam dengan 5 informan yang dipilih berdasarkan karakteristik atau kriteria yang ditentukan oleh peneliti (*Purposive Sampling*). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa keterbukaan diri yang dilakukan oleh para informan melalui halaman komentar pada konten @akuisann berdasarkan Teori Johari Window termasuk ke dalam dua daerah yaitu daerah terbuka dan daerah tersembunyi, jika berdasarkan faktor yang mempengaruhi *self disclosure* maka hal yang mendorong *followers* TikTok di halaman komentar pada konten @akuisann untuk melontarkan komentar adalah adanya efek diadik dimana para informan melakukan *self disclosure* karena melihat banyaknya orang yang melakukan hal serupa. Selain itu, hasil penjabaran dari para informan memiliki keinginan untuk saling memotivasi. Adapun manfaat yang dihasilkan yaitu perasaan lega karena telah menyampaikan apa yang dialaminya kepada orang lain yang memiliki nasib serupa. Sedangkan proses manajemen privasi komunikasi dilakukan dengan latar belakang budaya, kontekstual, motivasional, dan resiko.

Kata Kunci : Self Disclosure, TikTok, Media Sosial, Teori Johari Window, Teori Manajemen Pribadi Komunikasi (CPM)

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi ialah sesuatu yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan. Kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi juga memberikan aneka macam kemudahan, serta cara-cara baru dalam melakukan aktivitas insan. Setiap penemuan pasti diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia salah satunya ialah aneka macam perangkat lunak media sosial. Berdasarkan Van Dijk (Nasrullah, 2017: 11) media sosial ialah platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna.

Dalam hal ini, media sosial berperan sebagai perantara online yang dapat mempererat hubungan antar pengguna di dunia maya, meskipun tidak secara tatap muka. Berdasarkan infografik di atas, jumlah pengguna Internet di Indonesia per Januari 2021 mencapai 22,6 juta atau 274,9 juta atau 73,7% dari total penduduk. Jumlah pengguna aktif media sosial mencapai 170 juta atau 61,8% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah jiwa (Kompas.com, 2021).

Dari total data, sebanyak 195,3 juta orang, atau 96,4% mengakses Internet melalui perangkat bergerak seperti telepon pintar dan telepon genggam. rata-rata pengguna Internet seluler adalah 16 hingga 64 tahun, serta mereka menghabiskan 5 jam 4 menit setiap hari untuk mengakses Internet. Oleh sebab itu, tak bisa dipungkiri bahwa jejaring sosial kini telah menjadi cara baru bagi masyarakat untuk berkomunikasi dan berinteraksi (Kompas.com, 2021).

Media sosial tidak hanya di pergunakan menjadi alat buat berkomunikasi dan berinteraksi, namun juga menjadi indera aktualisasi diri (*self expression*) serta pencitraan diri (*self branding*) (Tri Buana dan Dwi Maharani, 2020: 2). Eksistensi media sosial telah memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan masyarakat. salah satunya ialah media sosial TikTok yang populer saat ini. Dari anak-anak hingga dewasa, mereka saling bersaing untuk menghasilkan konten yang sangat menarik di media sosial.

TikTok adalah salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat di tahun 2020, dan salah satu jejaring sosial ini telah mendominasi Indonesia dan belahan dunia lainnya. Menurut Sensor Tower, firma riset pasaraplikasi seluler, Indonesia menempati peringkat kedua dunia untuk pengguna TikTok dengan 8,5% dari total unduhan per Juli 2020 (Databoks, 2021). Pada akhir Oktober 2020, pengguna aktif bulanan (Monthly Active User/MAU) TikTok tercatat mencapai 732 juta.

Menurut Statista, pengguna aktif harian TikTok di seluruh dunia diperkirakan mencapai 35,28 juta pengguna di iOS dan Android pada Februari 2021. Pada tahun 2021, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia meningkat 10 juta (sekitar 6,3%) dibandingkan tahun sebelumnya. Pengguna TikTok ini berasal dari Milenial (Gen Z) dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun (Kompas.com, 2021).

TikTok telah memudahkan siapa saja yang ingin menjadi kreator, hal ini pun yang membuahkan TikTok berhasil sebagai media sosial terpopuler. Kepopuleran TikTok membuat banyak orang berlomba-lomba membuat konten terbaik. Beberapa konten yang ada di media sosial TikTok tidak hanya menjadi konten hiburan semata, tetapi juga berfungsi sebagai tempat untuk berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain dari satu pengguna ke pengguna lainnya.

Pada saat ini, banyak pengguna TikTok yang melakukan pembukaan diri (*self-disclosure*) dengan bercerita pada konten yang mereka buat atau berkomentar dengan berbagi cerita terkait kejadian masa lalu bahkan pengalaman buruk yang mereka alami. Pengguna TikTok berusaha memenuhi kebutuhan emosionalnya dengan mengekspresikan diri.

Pada tanggal 12 April 2021, konten @akuisann memposting video TikTok berlatar lagu tulus berjudul manusia kuat yang berisi beratnya kisah hidup yang dialami dirinya, yaitu terlahir sebagai seorang anak *broken home* sejak kecil. Pemilik konten @akuisann tersebut mencoba meluapkan nemosinya melalui *self disclosure* pada media sosial TikTok. Setelah ditayangkan, video TikTok menjadi viral dengan 7,7 juta penonton, 1,4 juta suka, dan 29,5 ribu komentar.

Media sosial TikTok telah menjadi saluran emosi bagi pemilik konten @akuisann ini. Ia menceritakan sepenggal kisah hidupnya di media sosial TikTok, yang seharusnya pengalaman tersebut disembunyikan dari orang lain. Pemilik konten @akuisann justru dengan suka rela membagi pengalaman hidup (aib keluarganya) untuk dikonsumsi oleh publik, hingga menimbulkan beragam respon dari orang lain.

Uniknya, konten TikTok tersebut justru menarik perhatian para pengguna TikTok lain untuk turut bercerita kisah hidup yang mereka alami. Bahkan, beberapa media ternama seperti Liputan6, Indozone turut mengangkat video ini menjadi sebuah berita. Hingga pada akhirnya, konten @akuisann kini banyak dikenal masyarakat luas dan semakin aktif

membagikan konten TikTok terkait kisah hidupnya.

Ini pula yang terjadi pada para *followers* TikTok konten @akuisann, dimana para *followers* konten tersebut turut melakukan kegiatan pembukaan diri (*self disclosure*) di halaman komentar konten TikTok @akuisann. Para *followers* TikTok pada konten @akuisann beberapa diantaranya membagikan pengalaman, masa lalu, masalah keluarga, bahkan kekerasan yang di alaminya melalui halaman kometar pada konten@akuisann.

Pada halaman komentar di konten TikTok @akuisann, terdapat sekitar 29,5 ribu komentar yang turut menceritakan masa lalunya (aib keluarganya), bahkan ada yang bercerita bahwa dirinya adalah seorang anak korban *broken home* yang mengalami kekerasan fisik di dalam keluarganya. Inilah yang menarik perhatian peneliti untuk milih halaman komentar sebagai fokus penelitiannya.

Dengan begitu, peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait *self disclosure* para *followers* TikTok di halaman komentar pada konten @akuisann dengan melakukan penelitian yang berjudul “*Self Disclosure Anak Broken Home Pada Media Sosial TikTok (Studi Deskriptif Followers TikTok di Halaman Komentar Pada Konten@akuisann)*”.

Definisi Self Disclosure

Secara linguistik, *self* berarti diri dan mengungkapkan berarti keterbukaan atau keterbukaan. Jadi, *self disclosure* artinya pengungkapan diri atau *self-disclosure*, tetapi beberapa ahli menyebutnya sebagai *self-disclosure*. Dari Martoon, *self-disclosure* atau pengungkapan diri juga bisa dipahami sebagai kegiatan berbagi perasaan serta info yang akrab dengan orang lain (dalam Dasrun Hidayat, 2012: 106). Menurut (Edi & Ahmad, 2014: 65) membuka diri berarti memberikan fakta diri sendiri pada orang lain tentang perasaan terhadap sesuatu yang sudah dikatakan atau di lakukannya, atau perasaan seorang terhadap peristiwa-peristiwa yang baru saja disaksikannya. Terdapat beberapa aspek pengungkapan diri, antara lain sebagai berikut: Kualitas atau jumlah *self disclosure*, Valensi *self disclosure*, Kecermatan dan Kejujuran, Tujuan dan maksud, Keintiman (Edi&Ahmad, 2014: 65). Adapun, faktor-faktor yang mempengaruhi *self disclosure*. Untuk itu, Devito mengemukakan ada delapan faktor yang mempengaruhi *self disclosure* yaitu besaran kelompok, perasaan menyukai, efek diadik, kompetensi, kepribadian, topik, dan jenis kelamin.

Membahas mengenai *self disclosure*, maka harus juga mengetahui manfaat dari *self disclosure* itu sendiri. Menurut Devito manfaat dari melakukan *self disclosure* adalah:

1. Pengetahuan diri

Salah satu manfaat dari pengungkapan diri adalah kita mendapatkan perspektif baru tentang diri sendiri dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku kita sendiri.

2. Kemampuan mengatasi kesulitan Argumentasi yang berkaitan erat

adalah bahwa kita akan lebih mampu menanggulangi masalah atau kesulitan kita, khususnya perasaan bersalah, yakni melalui pengungkapan diri. Dengan mengungkapkan perasaan dan menerima dukungan, bukan penolakan, kita menjadi lebih siap untuk mengatasi perasaan bersalah dan mungkin mengurangi dan bahkan menghilangkannya.

3. Efisiensi komunikasi

Seseorang memahami pesan-pesan dari orang lain sebagian besar sejauh kita memahami orang lain secara individual.

4. Kedalaman hubungan

Dengan pengungkapan diri, kita memberitahu orang lain bahwa kita mempercayai mereka, menghargai, dan cukup peduli akan mereka dan akan hubungan kita untuk mengungkapkan diri kita kepada mereka.

Teori Johari Window

Menurut Cangara, kegiatan pengenalan diri adalah hal yang penting jika kita menempatkan diri di tengah-tengah masyarakat. Dengan mengenal diri, kita dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan yang ada dalam diri kita. (Dalam Cangara, 2016: 66) untuk memahami diri sendiri, Joseph Luft dan Harrington Ingham memperkenalkan sebuah konsep yang dikenal sebagai Johari Window sebuah kaca jendela yang terdiri dari empat bagian, antara lain :

1. Daerah Terbuka

Di area terbuka, kita tahu bagaimana menghindari kepribadian, kekuatan dan kelemahan. Menurut konsep ini, kepribadian, kekuatan dan kelemahan kita diketahui tidak hanya oleh kita tetapi juga oleh orang lain. Jadi, jika kita ingin berkomunikasi dengan baik, kita harus bisa menyeimbangkan keinginan kita dengan keinginan orang lain. Ada komunikasi yang efektif ketika ruang terbuka meluas dalam artibahwa kita memahami orang lain dan oranglain dapat memahami kita.

2. Daerah Buta

Di zona buta, orang tidak tahu kesalahan mereka sendiri, tetapi sebaliknya, kesalahan ini diketahui orang lain. Dalam banyak kasus, banyak orang yang tidak mengetahui kelemahannya, bahkan berusaha menyangkal bahwa itu ada pada dirinya. Oleh karena itu, jika area buta meluas dan meremas area ini, komunikasi akan sulit.

Menurut Joseph Luft dan Harrington, area buta ini ada pada setiap manusia dan sangat sulit untuk dihilangkan sama sekali, kecuali untuk menguranginya. Salah satu caranya adalah dengan mencerminkan nilai, norma, dan aturan yang dianut oleh orang lain. Jika hubungan komunikasi terjalin pada kuadran ini tentu komunikasi akan sulit terjalin, karena salahseorang individu tidak memahami informasi dirinya.

3. Daerah Tersembunyi

Di area tersembunyi, segala aspek didalam diri kita disembunyikan sehingga tidak ada orang lain yang tahu. Dua konsep yang berkaitan erat dengan area penyembunyian adalah *over-disclosure* dan *under-disclosure*. *Over-disclosure* adalah sikap mengungkapkan begitu banyak hal-hal yang seharusnya dirahasiakan terungkap, seperti perselisihan perkawinan, hutang dan sejenisnya. Sedangkan, *underdisclosure* adalah sikap menyembungkan sesuatu yang seharusnya diungkapkan.

1. Gelap (daerah tidak di kenal)

Area yang tidak diketahui adalah area yang paling penting dalam komunikasi. Orang lain selain kita yang tidak mengenal diri kita sendiri tidak tahu siapa diri kita. Dalam kehidupan sehari-hari, sering terjadi kesalahpahaman dan atau penyalahgunaan karena orang yang berbeda tidak mengenal satu sama lain terlepas dari kekuatan, kelemahan, atau status mereka (siapa dia).

Menurut Joseph Luft dan Harrington Ingham, empat area Jendela Johari mewakili kesatuan yang ada dalam diri setiap individu. Namun, tingkat wilayah sangat berbeda dari orang ke orang. Siapapun yang ingin sukses dalam berkomunikasi dengan masyarakat perlu memperluas ruang terbuka. Meningkatkan area terbuka mengurangi tiga area lainnya (Edi dan Ahmad, 2016: 1).

Teori Communication Privacy Management (CPM)

Pengelolaan privasi dalam komunikasi (*communication privacy management theory*) di kembangkan oleh Sandra Petronio. Sandra petronio dalam Morrisan mengatakan teori ini

menjelaskan tentang pengelolaan ketegangan antara keinginan bersikap terbuka atau memiliki keterbukaan (*openness*) atau bersikap tertutup (*privasi*), antara menjadikan diri sebagai bagian dari public (*being public*) atau bersifat pribadi (*being private*).

Individu yang terlibat dalam suatu hubungan dengan individu lainnya akan terus menerus mengelola garis batas atau perbatasan (*boundary*) dalam dirinya yaitu antara wilayah public dan wilayah privat, antara perasaan dan pikiran yang ingin mereka bagi dengan orang lain dan antara perasaan dan pikiran yang tidak ingin mereka dengan orang lain (Morissan, 2014 :318). Petronio menerangkan teori CPM memiliki lima asumsi dasar yang mendukung sistem manajemen aturan: informasi privat, batasan privat, kontrol dan kepemilikan, sistem manajemen berdasarkan aturan dan dialektika manajemen (West, Richard & Turner, Lynn H, 2013: 252).

Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi dianggap sebagai bentuk komunikasi. Menurut Gitosudarmo serta Agus Mulyono, komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berupa komunikasi tatap

muka, dua arah, lisan dan nonverbal. dan berbagi informasi serta perasaan antara individu dengan individu pada kelompok kecil (Edi dan Ahmad, 2014). Tujuan komunikasi antarpribadi menurut Marhaeni Fajar, yakni mengenal diri dan orang lain, mengetahui dunia luar, menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna, mengubah sikap dan perilaku, bermain dan mencari hiburan serta membantu (dalam Devito, 2011:252).

Media Sosial

Dalam (Nasrullah, 2017:13), Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial ialah salah satu platform dari media siber. Mengapa demikian, karena karakteristik yang terdapat pada media sosial tidak jauh berbeda dengan media (cyber). Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya.

Media Baru

Istilah 'media baru' telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam, media baru yang utama ini adalah internet (McQuail, 2012 : 42-46). Media baru yang dibahas disini adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi mengenai alat komunikasi, media sosial bisa dikatakan sebagai alat komunikasi tersebut. Media sosial ini merupakan suatu bentukan dari komunikasi new media.

TikTok

TikTok didirikan oleh Zhang Yiming, pria asal China. Aplikasi TikTok dilahirkan dari aplikasi bernama Douyin. Akibat meroketnya popularitas Douyin hingga 100 juta pengguna dalam setahun, akhirnya douyin melakukan ekspansi ke luar china hingga menghadirkan nama baru yang lebih eye-catching yaitu TikTok (Wartakota.com. 2020). Hingga kini media sosial TikTok telah digandrungi oleh jutaan pengguna media sosial. Popularitas TikTok pun telah mengalahkan popularitas media sosial terdahulu.

Menurut (Susilowati, 2018: 176-185) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa aplikasi TikTok adalah aplikasi yang memberikan special effects unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya.

Dalam Mulyana pun menyebutkan bahwa penggunaan TikTok terdiri dari dua faktor utama yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek (Deriyanto, D & Qorib, F. 2019: 36).

Adapun beberapa fitur yang disajikan dalam media sosial TikTok yaitu fitur halaman awal (home), fitur pencaharian, fitur merekam video, fitur notifikasi (pemberitahuan), fitur komentar.

Followers dalam TikTok

Di dalam aplikasi TikTok, terdapat istilah pengikut (*followers*). *Followers* adalah salah satu indikator penting di dalam sebuah aplikasi TikTok. Serupa dengan kegunaan *followers* pada media

sosial Instagram. *Followers* adalah konten-konten di Instagram yang mengikuti aktivitas Instagram kita (Said Ahmad, 2020:31). Maka *followers* dalam media sosial TikTok adalah pengikut atau konten pengguna TikTok yang mengikuti aktivitas konten milik kita.

Broken Home

Broken home juga berarti keadaan yang tidak baik-baik saja dalam sebuah keluarga dan tidak seperti keluarga yang diimpikan orang setelah menikah dengan kondisi damai dan nyaman (Widyastuti, et al, 2017:336-341). *Broken home* sering dikenal dengan kondisi keluarga yang tidak lengkap ataupun harmonis lagi, yang mana kedua orangtua dari keluarga sudah dikatakan pisah.

Menurut Agency, *Broken home* tidak timbul secara tiba-tiba namun dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, berdebat karena anak, lebih besar pengeluaran daripada pemasukan, dapat juga ditimbulkan melalui ego dan dari luar kemudian orangtua yang ikut campur, putus komunikasi, munculnya rasa jenuh atau bosan bahkan munculnya rasa tidak nyaman dalam berhubungan seksual. Kalau bisa juga disebabkan oleh lingkungan luar seperti tidak akur dengan tetangga (Dhona dan Nurul, 2016: 2).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti berharap mampu mengungkap proses *self disclosure* yang dilakukan *followers* TikTok pada halaman komentar di konten @akuisann. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif untuk mencari penjelasan perihal peristiwa-peristiwa di dalam penelitian. Terdapat lima informan utama yang dipilih dengan menggunakan metode *purpose sampling* karena informan penelitian dipilih sesuai dengan karakteristik atau kriteria yang ditentukan. Teknik pengumpulan data bersumber dari data primer penelitian ini berasal dari wawancara mendalam, sementara data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan melalui

observasi pada halaman komentar pada konten @akuisann, yang dengan cara menganalisis postingan berupakomentar-komentar yang dilontarkan oleh pengguna Tiktok. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles & Huberman karena berkaitan dengan masalah penelitian, yaitu *self disclosure* (pengungkapan diri) yang dilakukan *followers* TikTok pada halaman komentar di konten @akuisann. Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

4. Hasil dan Pembahasan Penelitian

Setiap manusia pasti memiliki keinginan untuk melakukan apa yang diinginkannya, dan teknologi kini mempermudah seseorang untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, mendekati apa yang hendak diraih. Karena itu, muncullah berbagai fenomena dalam media sosial salah satunya *self disclosure* melalui halaman komentar pada media soisal TikTok. *Self disclosure* yang ditampilkan oleh *followers* TikTok pada konten @akuisann beragam dan tentunya memiliki latar belakang atau tujuan berbeda yang mendasari adanya keterbukaan tersebut.

Membuka diri yang dilakukan *followers* TikTok pada konten @akuisann tidak secara tiba-tiba terjadi, namun ada beberapa tahapan yang dialui sebelumnya, yaitu membaca komentar terlebih dahulu, kemudian melihat berbagai respon positif dari orang lain yang lebih dulu berkomentar di halaman komentar, baru kemudian para informan berani untuk ikut berkomentar di halaman komentar konten @akuisann. Partisan mengaku mereka tertarik untuk ikut membagikan kisah hidupnya di halaman komentar @akuisann karena melihat banyaknya orang lain yang turut membagikan pengalaman pribadinya. Selain itu, mereka juga tertarik karena merasakan ikatan emosional dari video TikTok milik konten @akuisann itu sendiri.

Dalam konsep Johari Window menurut Joseph Luft dan Harrington Igham, dimana jendela tersebut dapat bergeser sesuai dengan keterbukaan yang ditunjukkan informan. Maka keterbukaan diri atau *self disclosure followers* TikTok di halaman komentar pada konten @akuisann adalah sebagai berikut:

1. Daerah Terbuka

Dikarenakan kelima informan EA, RM, AA, EI dan FR melakukan keterbukaan diri melalui postingan komentarnya di halaman komentar konten @akusiann, membuat orang lain

melihat dan merasakan apa yang mereka rasakan terkait pengalaman hidup masa lalunya. Pada daerah ini para informan tetap mempertahankan daerah terbuka ini.

2. Daerah Buta

Pada daerah ini seluruh informan tertutup namun dari sisi orang lain terbuka. Daerah ini juga erat kaitannya dengan *over disclosure* yaitu sikap keterbukaan yang berlebihan kepada orang lain. Dalam konteks penelitian ini keterbukaan yang dilakukan kelima informan tidak ada yang bersifat terlalu terbuka, karena dari hasil wawancara yang didapat para informan jarang memberikan komentar pada video- video TikTok lain. Sehingga pada daerah ini kelima informan tidak membukanya secara lebar dan membentangkan daerah ini.

3. Daerah Tersembunyi

Disisi informan daerah ini terbuka sedangkan oranglain tertutup. Terlihat dari semua postingan komentaryang dilontarkanoleh masing- masing informan, kelimanya informan EA, RM, AA, EI dan FR mengemukakan sebuah rahasia yang bersifat privasi kedalam postingan komentarnya, dan dari situlah orang lainmenjadi tahu. Pada daerah ini kelima informan berhasil mempersempit daerah tersembunyi dan memperlebar daerahterbuka.

4. Daerah Gelap

Pada sisi Informan tertutup sedangkan dari sisi orang lain pun juga tertutup. Daerah ini hanya bisa dipecahkan dengan berbagai cara salah satunya melakukan percakapan interkasi yang intim. Namun, kilma informan EA, RM, AA, EI dan FR tidak melakukannya karean media sosial TikTok merupakan ruang publik sehingga komunikasi yang terjalin bukan antar pribadi melainkan komunikasi publik,dimana seluruh informan menyampaikan informasi pada banyak orang. Jadi, daerah gelap ini tetap pada posisi awal yaitu tidakterbuka ataupun mengecil.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa keterbukaan diri yang dilakukan oleh informan melalui halaman komentar pada konten @akuisann di media sosial TikTok yang termasuk kedalam dua daerah Johari adalah daerah terbuka dandaerah tersembunyi. berarti *self disclosure followers* TikTok di halaman komentar pada konten @akuisann lebih banyak membuka daerah terbuka dan daerah tersembunyi yang artinya melakukan keterbukaan diri. Keterbukaan diri berartimemberitahu, menginformasikan,

membeberkan dan membagikan kisah yang dimiliki seseorang kepada orang lain, baik bersifat pribadi atau bersifat umum.

Dan yang paling di tunjukan oleh para informan dalam halaman komentar pada konten @akuisann adalah pengalamannya sebagai seorang anak *broken home*. Hal-hal yang dibagikan lebih kepada cerita apa yang pernah mereka alami sebagai orang-orang hebat dari keluarga *broken home* yang berkaitan dengan konten @akuisann.

Dari hasil penjabaran, dampak yang di timbulkan dari *self disclosure* yang dilakukan para informan di halaman komentar pada konten @akuisann yaitu timbulnya keinginan untuk saling memotivasi karena adanya perasaan senasib. Dan manfaat yang dihasilkan dari *self disclosure* para informan adalah perasaan lega karena telah menyampaikan apa yang telah dialaminya.

Self disclosure yang dilakukan oleh para informan berupa memberikan komentar di halaman komentar pada konten

@akuisann dapat dikaitkan pula dengan Teori Manajemen Pribadi Komunikasi (CPM), ketika individu membuat keputusan untuk membuka atau menutup suatu informasi privat kepada orang lain, individu memiliki kriteria-kriteria tertentu yang mempengaruhi pembuatan keputusan tersebut. Proses manajemen privasi komunikasi yang dilakukan kelima informan berdasarkan kriteria aturan, dalam mengungkapkan informasi pribadi. Kelima informan membuka informasi pengalaman *broken home* (aib keluarganya) dengan cara mengungkapkannya di halaman komentar pada akun @akuisann. Pembukaan informasi pribadi berupa aib keluarga dilakukan dengan latar belakang kriteria budaya, kontekstual, motivasional, dan resiko.

5. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah di kemukakan diatas, peneliti menyimpulkan *self disclosure* yang dilakukan *followers* TikTok pada konten @akuisann lebih banyak di lakukan pada dua daerah saja. Pertama, daerah terbuka dimana kuadran ini terbuka lebih besar dalam arti dalam memahami diri sendiri dan orang lain sehingga menghasilkan komunikasi yang baik. Kedua, daerah tertutup dimana pada kuadran ini justru semakin mengecil dan menyempit karena para *followers*

TikTok pada konten @akuisann lebih memilih untuk menyampaikan pengalaman pribadinya (aib keluarga) mereka pada public membuat komunikasi berjalan semakin dekat. *Self disclosure* para informan memiliki satu dampak besar yang ditimbulkan yaitu

untuk saling memotivasi. Dan manfaat yang dihasilkan dari *self disclosure* para informan adalah perasaan lega karena telah menyampaikan apa yang telah dialaminya serta dapat bermanfaat bagi orang lain. Pembukaan informasi pribadi berupa aib keluarga dilakukan dengan latar belakang kriteria budaya, kontekstual, motivasional, dan resiko.

Referensi

Buku

Cangara, Hafied. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers. : PT Raja Grafindo Persada.

Dasrun Hidayat. 2014. Komunikasi Antarpribadi dan Mediana. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Edi Harapan & Syarwati Ahmad. 2014.

Komunikasi Antarpribadi. Jakarta

Joseph A Devito. 2011. Komunikasi Antar Manusia. Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Group.

Morissan. 2014. Teori Komunikasi Individu Hingga Massa, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Rulli, Nusrullah. 2017. Media Sosial: Perspektif Sosial, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

West, Richard & Turner, Lynn H. 2013. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

Internet

Databoks Katadata. 2020. *Indonesia Pasar Kedua Terbesar TikTok di Dunia pada tahun 2020*.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020> diakses pada 8 oktober 2021.

- Kompas.com. 2021. *Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Media Sosial Setiap Hari*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all> diakses pada 8 Oktober 2021.
- Kompas.com. 2021. *Pengguna Internet Tembus 200 Juta Hampir Semua Online dari Ponsel*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/07020097/pengguna-internet-indonesia-tembus-200-juta-hampir-semua-online-dari-ponsel> diakses pada 8 Oktober 2021.
- Kompas.com. 2021. *Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all> pada 10 Oktober 2021.
- Wartakota.com. 2020. *Asal Mula TikTok, Diganderungi Milenial Tapi Penuh Kontroversial*. <https://www.wartaekonomi.co.id/read/293550/asal-mula-tiktok-diganderungi-milenial-tapi-penuh-kontroversial> pada 8-11 Oktober 2021

Jurnal

- Derianto, D., & Qorib, F. Persepsi Mahasiswa Universitas Tribuana Tungadewi Malang Terhadap Pengguna Aplikasi TIKTOK. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol 7, No. 2 (2019).
- Dhona Putri Aditya dan Nurul Khotimah, “Hubungan antara Broken Home dengan Sikap Tantrum Anak Usia 4-6 Tahun di Kota Mojokerto”, *PAUD Teratai*, Vol. 5, No. 1 (2016).
- Susilowati. 2018. Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Konten @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*. 9(2).
- Tri Buana dan Dwi Maharani. “Penggunaan Aplikasi TikTok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak”. *Jurnal Inovasi*. Vol, 14 No, 1. (2020).
- Widyastuti Gintulangi, et al, “Dampak Keluarga Broken Home pada Prestasi Belajar PKN Siswa di SMA Negeri 1 Tilamuta Kabupaten Boalema”, *Jurnal Pascasarjana: Jurnal*

Riset dan Pengembangan Ilmu Pengetahuan Universitas Negeri Gorontalo, Vol. 2, No. 2 (2017).