

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku komunikasi merupakan suatu respon atau tindakan seseorang dalam lingkungan dan situasi komunikasinya. dalam kehidupan sosial manusia pasti membutuhkan komunikasi dan juga interaksi dengan lingkungannya. Perilaku komunikasi adalah suatu hal yang dapat kita lihat dalam keseharian baik secara formal maupun informal, misalnya perilaku komunikasi antara pimpinan dan bawahan, perilaku komunikasi antara orang tua dan anak, perilaku komunikasi antara kakak dan adik, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti fokus membahas mengenai perilaku komunikasi remaja pengguna media sosial dalam mengelola pengungkapan diri.

Mengutip pengertian perilaku komunikasi menurut Kuswarno dalam buku Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi yang menjelaskan bahwa perilaku komunikasi adalah:

“Penggunaan lambang-lambang komunikasi. Lambang-lambang dalam perilaku komunikasi terdiri dari lambang verbal dan nonverbal. Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (respons) terhadap rangsangan (stimulus), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Intervensi organisme terhadap stimulus respon dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. Proses tersebut adalah proses alami. Sebab musabab perilaku

harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri” (Kuswarno, 2013:103).

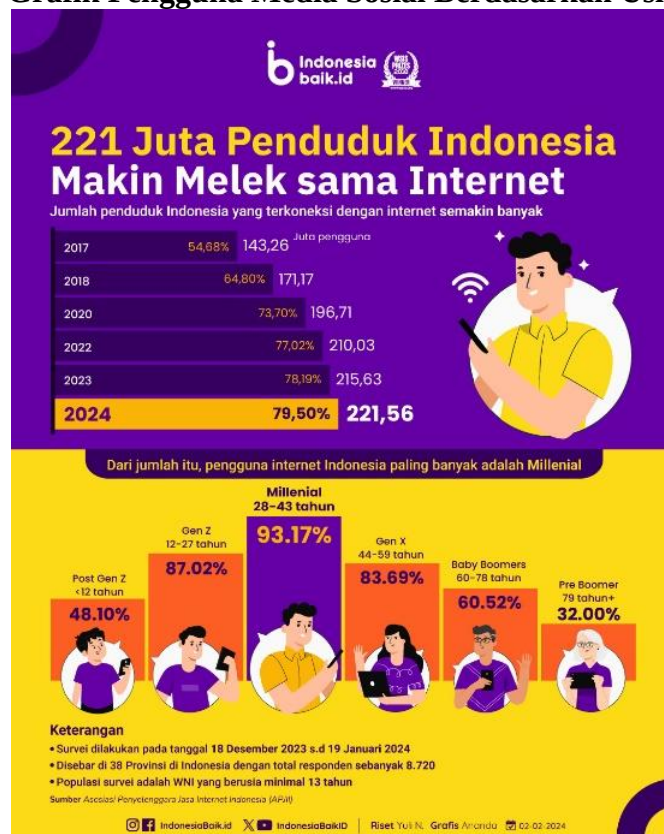
Di dalam kehidupan sehari-hari, manusia saling bersosialisasi antara satu sama lainnya membuat interaksi yang kuat untuk mengenal kepribadian antar manusia. dalam menjalin interaksi sosial dengan orang lain, individu tentu akan menyampaikan berbagai macam informasi dan salah satunya menyampaikan informasi mengenai dirinya, hal tersebut berhubungan dengan pengungkapan diri.

Pengungkapan diri dapat terjadi apabila ada seseorang yang dengan senang hati menceritakan tentang dirinya sendiri kepada orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari seseorang biasa melakukan pengungkapan diri dengan kerabatnya secara *face to face* (tatap muka). Akan tetapi, seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, pengungkapan diri juga bisa dilakukan di berbagai media, salah satu yang populer saat ini adalah melalui media sosial. Kegiatan yang dilakukan dalam media sosial tersebut yakni melakukan interaksi dengan pengguna media sosial lainnya seperti berkirim pesan, berbagi tentang kegiatan pribadi yang diunggah dalam bentuk foto, video, maupun berbagi update status yang nantinya mengundang komentar dan *feedback*.

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna Internet di Indonesia akan mencapai 221,56 juta pada tahun 2024. Jumlah tersebut naik dibandingkan periode sebelumnya 2022-2023 sebanyak 215,63 juta jiwa. Berdasarkan survei yang dilakukan [Indonesiabaik.id](https://indonesiabaik.id) pada pengguna media sosial remaja, Generasi Z (12-27 tahun) menempati posisi kedua tertinggi dalam menggunakan media sosial ([Indonesia baik.id](https://indonesiabaik.id), 2024).

Berdasarkan survei yang dilakukan Open data Pengguna internet di Provinsi Jawa Barat, di dominasi masyarakat perkotaan. Kota Bandung menempati posisi keempat tertinggi dalam persentase pengguna internet. Secara keseluruhan, perbandingan pengguna internet antara laki-laki dan perempuan di Kota Bandung relatif seimbang, dengan telepon seluler menjadi media utama untuk mengakses internet yang mencapai lebih dari 97%. Pada tahun 2023, tujuan utama pengguna internet di Kota Bandung termasuk mendapatkan informasi atau berita, hiburan, dan mengakses media sosial.

Gambar 1. 1
Grafik Pengguna Media Sosial Berdasarkan Usia



Sumber: Indonesiabaik.id, 2024

Kota Bandung memiliki populasi remaja yang besar dan aktif di media sosial. Bandung memiliki populasi muda yang besar, dengan 40% penduduknya

berusia di bawah 25 tahun. Hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat migrasi dan angka kelahiran di kota tersebut. Selain itu Bandung memiliki banyak universitas dan sekolah tinggi, yang menarik banyak remaja dari seluruh Indonesia. Hal ini meningkatkan jumlah remaja yang melek teknologi dan terbiasa menggunakan media sosial.

Peneliti melihat dari lingkungan sekitar bahwa remaja yang ada di Kota Bandung dikenal dengan gaya hidup yang trendi dan aktif. Mereka menyukai fashion, musik, dan budaya populer. Media sosial menjadi platform yang ideal bagi mereka untuk terhubung dengan teman, mengikuti tren terbaru, dan mengekspresikan diri. Media sosial telah memberikan platform bagi remaja di Bandung untuk mengekspresikan diri dan membagikan idenya dengan orang lain.

Masa remaja merupakan masa transisi dari kanak-kanak menuju dewasa dengan berbagai perubahan baik secara biologis, kognitif dan sosioemosional. Jika dilihat dari perubahan sosioemosional yang dialami remaja, yaitu lebih mementingkan teman sebayanya dan muncul permasalahan pada orang tuanya. Hal ini menyebabkan masa remaja relatif bergejolak dibandingkan dengan masa perkembangan lainnya. Hal tersebut menyebabkan masa remaja menjadi sangat penting untuk diperhatikan.

Media sosial menjadi tempat para remaja untuk dapat mengungkapkan apa yang mereka rasakan dan mereka alami. Ketika mereka mengungkapkan diri di media sosial, kita bisa melihat sisi lain dari pengguna yang tidak kita temukan saat kita sekedar bertatap muka. Banyak orang yang karakter aslinya pendiam dan berkepribadian tertutup di dunia nyata namun ketika mereka menggunakan media

sosial, mereka berubah menjadi orang yang lebih terbuka. Remaja akan lebih merasa puas saat membuka siapa dirinya di media sosial karena remaja dapat mengungkapkan dirinya secara bebas, mereka sangat meyakini bahwa melampiaskan apa yang dirasakan melalui media sosial dapat menjadi salah satu cara efektif untuk meredakan atau sekadar menyalurkan perasaan hatinya.

Gambar 1. 2

Screenshot contoh pengungkapan diri media sosial



Sumber: Screenshoot Informan, 2024

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang Perilaku Komunikasi Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Bandung dalam Mengelola Pengungkapan Diri pada Media Sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang terdiri dari rumusan masalah makro dan mikro.

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Rumusan masalah makro dari penelitian ini adalah “Bagaimana Perilaku Komunikasi Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Bandung dalam Mengelola Pengungkapan Diri pada Media Sosial?”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, peneliti menjabarkan beberapa rumusan masalah mikro yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana **Komunikasi Verbal** yang Digunakan Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Bandung dalam Mengelola Pengungkapan Diri pada Media Sosial?
2. Bagaimana **Komunikasi Nonverbal** yang Digunakan Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Bandung dalam Mengelola Pengungkapan Diri pada Media Sosial?
3. Bagaimana **Hambatan Komunikasi** yang Dihadapi Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Bandung dalam Mengelola Pengungkapan Diri pada Media Sosial?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui secara lebih jelas dan menganalisa tentang Perilaku Komunikasi Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Bandung dalam Mengelola Pengungkapan Diri pada Media Sosial.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti dalam melakukan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui **Komunikasi Verbal** yang Digunakan Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Bandung dalam Mengelola Pengungkapan Diri pada Media Sosial.

2. Untuk Mengetahui **Komunikasi Nonverbal** yang Digunakan Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Bandung dalam Mengelola Pengungkapan Diri pada Media Sosial.
3. Untuk mengetahui **Hambatan Komunikasi** yang Dihadapi Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Bandung dalam Mengelola Pengungkapan Diri pada Media Sosial.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh semua pihak yang berkepentingan dan mempunyai kegunaan untuk perkembangan ilmu komunikasi secara luas atau umum.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan peneliti dan sebagai implementasi dalam bidang ilmu komunikasi yang diperoleh, serta dapat dijadikan sebagai pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu komunikasi yang selama ini diterima melalui teori.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan khususnya diharapkan bisa memberikan informasi serta bisa dijadikan literatur dan referensi bagi penelitian selanjutnya pada kajian yang serupa.

3. Bagi Remaja Pengguna Media Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat membantu remaja memahami bagaimana perilaku komunikasi mereka di media sosial dapat mempengaruhi pengungkapan diri mereka.