

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa jurnal dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi atau asumsi dasar dari penelitian terbaru yang peneliti lakukan. Tujuan dari tinjauan penelitian terdahulu adalah untuk memahami keadaan pengetahuan yang ada, menemukan kekosongan penelitian yang perlu diisi. Dengan demikian, tinjauan penelitian terdahulu membantu peneliti mengembangkan pertanyaan penelitian yang relevan dan merancang metodologi yang tepat untuk menjawabnya. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan:

Gambar 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Perilaku Komunikasi Saudara Kembar Identik dalam Pemilihan Pasangan Hidup (Studi Fenomenologi Mengenai Perilaku Komunikasi Saudara Kembar Identik di Kota Bandung dalam Pemilihan Pasangan Hidup) Kharisma Putri Pertiwi (Universitas Komputer Indonesia) 2018	Metode kualitatif studi fenomenologi	Komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa Nasional (Indonesia) dan bahasa Daerah (Sunda dan Betawi) dalam berkomunikasi sehari-hari, saudara kembar mendiskusikan mengenai kriteria dari pasangan hidupnya. Komunikasi nonverbal dalam proses interaksi yang menunjang komunikasi verbal meliputi, isyarat dan juga bahasa tubuh. Motif yang digunakan dalam perilaku komunikasi yaitu motif masa lalu (<i>because motive</i>) dan motif masa kini (<i>inorder to motif</i>) yang berorientasi pada masa yang akan datang	Penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif studi fenomenologi sedangkan penelitian peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif.

2.	Penggunaan Fitur Instagram Stori Sebagai Media Self-Disclosure Dan Perilaku Keseharian Mahasiswi Universitas Mercu Buana Kornelia Johana, Fitri Dwi Lestari, Della Nurul Fauziah (Universitas Mercu Buana) 2020	Metode Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini menunjukkan bagaimana Instagram Stori dapat berpengaruh terhadap keterbukaan diri dan juga mengubah keseharian mahasiswi Universitas Mercu Buana karena setiap mahasiswi mulai ketergantungan dan mulai mengekspos keseharian atau life style mereka lewat fitur Instagram.	Penelitian terdahulu berfokus pada satu media sosial saja yaitu Instagram sedangkan penelitian peneliti tidak spesifik pada salah satu media sosial.
3.	Perilaku Komunikasi Guru dengan Anak Penyandang Retardasi Mental di Sekolah Luar Biasa Pusppa Suryakanti Kota Bandung Elishabeth Octari Samosir (Universitas Komputer Indonesia) 2018	Metode kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dengan teori interaksi simbolik.	Hasil penelitian menggambarkan bahwa, perilaku komunikasi guru dengan anak penyandang retardasi mental menggunakan komunikasi verbal adalah terlihat dari kalimat dan kosakata yang diucapkan perlahan lahan dan berulang ulang selain itu juga para guru memberikan pujian. Komunikasi nonverbal yang digunakan oleh para guru menggunakan bahasa tubuh dan bahasa isyarat. Hambatan Komunikasi yang dirasakan para guru adalah merasa kesulitan saat berkomunikasi.	Penelitain terdahulu meneliti tentang perilaku komunikasi guru dengan anak penyandang retardasi mental sedangkan pada penelitian peneliti tentang perilaku komunikasi remaja dalam mengelola pengungkapan diri pada media sosial.

Sumber: Peneliti, 2024

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, yang berarti membuat sama (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama, jadi secara garis besarnya, dalam

suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian. Pada hakikatnya komunikasi adalah “pernyataan antar manusia”, dimana ada proses interaksi antara dua orang atau lebih untuk tujuan tertentu.

Definisi komunikasi menurut The Dorson dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yaitu:

“Komunikasi adalah proses pengalihan informasi dari satu orang atau orang dengan menggunakan simbol-simbol tertentu kepada satu orang ataupun kelompok lainnya. Proses pengalihan informasi tersebut selalu mengandung pengaruh tertentu. Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik”(The Dorson dalam Rismawaty et al., 2014).

Berdasarkan beberapa definisi yang dipaparkan oleh para ahli di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu proses interaksi antara dua orang atau lebih yang dimana kegiatannya adalah menyampaikan informasi atau pesan agar bisa mencapai pengertian yang sama.

2.2.1.2 Proses Komunikasi

Menurut Effendy (Effendy, 2009) proses komunikasi terbagi dua tahap, diantaranya yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses pencapaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain

2.2.1.3 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana dalam buku Dimensi-Dimensi Komunikasi (Effendy, 2009) tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Perubahan sosial dan partisipasi sosial, dengan memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan.
2. Perubahan sikap, dengan kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya.
3. Perubahan pendapat, dengan memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.
4. Perubahan perilaku, dengan kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya.

2.2.1.4 Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Cangara (Cangara, 2007) unsur-unsur komunikasi adalah:

1. Source, Sender yang artinya adalah orang yang menyampaikan gagasan, ide, pesan, atau isi pernyataan kepada orang lain (komunikant).

2. Pesan (*message*) merupakan suatu pernyataan yang didukung oleh lambang. Atau keseluruhan dari yang disampaikan oleh komunikator. Pesan (Message) dapat disampaikan secara lisan dan menggunakan media, dimana pesan ini dapat berupa kata atau tulisan, atau bentuk lainnya.
3. Media saluran atau Channel adalah suatu jalan yang dilewati oleh sebuah pernyataan dari seorang komunikator kepada seorang komunikan.
4. Receiver atau recipient adalah orang yang menerima pesan atau berita yang disampaikan. Pengaruh (*effect*) adalah dampak (*impact* atau *influence*) adalah hasil akhir dari suatu proses komunikasi, yaitu apakah ada atau tidak pengaruh dari pesan yang menimbulkan perubahan sikap atau perilaku orang lain sesuai dengan yang kita harapkan.
5. Umpan balik (*feedback*) yaitu respon balik yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator agar komunikasi berjalan efektif.
6. Lingkungan adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan dalam empat macam yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan lingkungan dimensi waktu.

2.2.2 Tinjauan Tentang Perilaku Komunikasi

2.2.2.1 Pengertian Perilaku Komunikasi

Menurut Kuswarno (Kuswarno, 2013:103) perilaku komunikasi yaitu 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 perilaku harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri.

Perilaku komunikasi merupakan suatu tindakan atau respon seseorang dalam lingkungan dan situasi komunikasinya. Perilaku komunikasi ini dapat diamati melalui kebiasaan komunikasi seseorang, sehingga perilaku komunikasi seseorang akan pula menjadikan kebiasaan pelakunya. Definisi perilaku komunikasi tidak akan terlepas dari pengertian perilaku dan komunikasi. Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan yaitu perilaku atau kebiasaan seseorang umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu dan untuk memperoleh tujuan tertentu.

Representasi perilaku komunikasi dalam penggunaan bahasa verbal dan nonverbal dalam sistem sosial, sebagai sarana berbagi pengalaman di antara anggota sistem sosial, merupakan aspek strategis. Oleh karena itu Porter, Samovar dan Cain (Mulyana, 2013:91) menyebutkan bahwa:

“Any verbal or nonverbal language uses symbols that stand for or represent various concrete and abstract parts of our individual realities. These symbols in turn are governed by rules that tell us how to use them in order to best represent our experiences”

Artinya bahasa verbal atau nonverbal merupakan penggunaan simbol yang dapat merepresentasikan berbagai abstraksi dari realitas seorang individu. Peserta komunikasi melalui komunikasi verbal bisa berbagi pengalaman dan membangun

pengalaman tanpa harus terlibat langsung dengan pengalaman yang dimiliki masing-masing. Melalui kata-kata, seseorang dapat pula memengaruhi orang lain, bertukar pikiran, mencari informasi, mengemukakan sudut pandang pendapatnya, dan berbagi rasa. Disinilah kekuatan bahasa verbal teruji dalam sebuah komunikasi.

Menurut Freud (Freud dalam Rakhmat, 2009:19), perilaku manusia merupakan hasil interaksi antara Id, Ego, dan Superego. Id adalah bagian kepribadian yang menyimpan dorongan-dorongan biologis manusia-pusat instink (hawa nafsu-dalam kamus agama). Id juga disebut sebagai tabiat hewani manusia, lebih bersifat egoistis, tidak bermoral, dan tidak mau tahu dengan kenyataan. Subsistem yang kedua adalah ego. Ego adalah mediator antara hasrat-hasrat hewani dengan tuntutan rasional dan realistik. yang terakhir adalah superego yang merupakan polisi kepribadian, mewakili yang ideal. Superego adalah hati nurani yang (consience) yang merupakan internalisasi dan norma-norma sosial dan kultural masyarakat. Ketiga hal itulah yang menggerakkan perilaku seorang manusia.

Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan, dengan kata lain perilaku pada umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Tujuan spesifik tidak selamanya diketahui dengan sadar oleh yang bersangkutan. Dorongan yang memotivasi pola perilaku individu yang nyata dalam kadar tertentu berada dalam alam bawah sadar (Hersey, 2004).

Rogers menyatakan bahwa perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok di dalam menerima dan mencari informasi yang diindikasikan dengan adanya partisipasi hubungan dengan sistem sosial, kekosmopolitan, hubungan dengan agen perubahan, keterdedahan dengan media,

keaktifan dalam mencari informasi, pengetahuan mengenai hal-hal yang baru dalam inovasi. Perilaku komunikasi diartikan sebagai tindakan atau respon dalam lingkungan dan situasi komunikasi yang ada, atau dengan kata lain perilaku komunikasi adalah cara berfikir, berpengetahuan, berwawasan, berperasaan dan bertindak atau melakukan tindakan yang dianut seseorang, keluarga atau masyarakat dalam mencari dan menyampaikan informasi melalui berbagai saluran yang ada di dalam jaringan komunikasi masyarakat setempat.

2.2.2.2 Perilaku Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua interaksi yang dilakukan oleh manusia termasuk dalam kategori pesan verbal yang disengaja, yakni usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan dengan menggunakan bahasa.

Membahas perilaku komunikasi remaja dalam mengelola keterbukaan diri di media sosial tidak bisa terlepas dari lambang verbal dan nonverbal yang menjadi inti komunikasi. Karena komunikasi tidak akan pernah berlangsung bila tidak ada lambing-lambang (simbol) yang di perlukan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas (Mulyana, 2009:260).

2.2.2.3 Perilaku Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol selain kata-kata seperti nada bicara, ekspresi wajah dan lain-lain. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata

terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

Penggunaan lambang nonverbal kadang tidak kita sadari, namun dalam penelitian perilaku komunikasi remaja dalam mengelola keterbukaan diri di media sosial patut diteliti secara lebih mendalam, komunikasi nonverbal sama pentingnya dengan komunikasi verbal meskipun terkadang diabaikan.

Ketika manusia berkomunikasi dengan manusia lainnya, pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya melalui pesan verbal atau bahasa saja, tetapi juga pesan nonverbal. Pesan nonverbal merupakan semua isyarat yang bukan kata-kata. Simbol nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima baik secara disengaja ataupun tidak disengaja (Mulyana, 2009:308).

2.2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Digital

2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Digital

Komunikasi digital artinya proses komunikasi yang dapat berlangsung menggunakan adanya perangkat elektronik dan jaringan internet sebagai media buat menghubungkan antara komunikator dan komunikan, yang mengacu pada membaca, menulis, berbagi video kamera dan komunikasi melalui jaringan internet dan perangkat elektronik.

Komunikasi digital atau komunikasi virtual adalah cara berkomunikasi dimana penyampaian serta penerimaan pesan dilakukan dengan melalui cyberspace atau biasa diklaim dunia maya. Bentuk-bentuk komunikasi virtual di abad ini sangat digandrungi setiap orang serta dapat ditemukan dimana saja serta kapan saja. salah satu bentuk komunikasi digital atau impian artinya pada penggunaan internet. Internet adalah media komunikasi yang relatif efektif serta efisien dengan menyediakan layanan fasilitas mirip web, chatting, serta email, friendster, facebook dan twitter, Instagram (Nasrullah, 2021:13).

Komunikasi dan interaksi jarak jauh kini dapat terjalin dengan keberadaan media teknologi audio visual sehingga pertemuan pada layar perangkat dianggap seperti melakukan pertemuan langsung dan berkomunikasi secara langsung, atau bertukar informasi dan berkomunikasi melalui chatting dan masih banyak lagi pemanfaatan media digital untuk berkomunikasi. dalam hal ini, hampir seluruh pekerjaan dan aktivitas manusia terbantu dengan adanya kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi. Pemanfaatan teknologi sebagai sarana komunikasi digital hingga kini diminati sebagai komunikasi yang praktis, fleksibel, dan ekonomis.

Komunikasi digital artinya salah satu bagian berasal penemuan-inovasi dari perkembangan media baru (*new media*). Media baru ini adalah perkembangan berasal adanya media usang. Konten berasal media baru tersebut juga seringkali memanfaatkan atau mengemas balik materi berasal dari media.

2.2.3.2 Karakteristik Dasar Komunikasi Digital

Dari segi waktu, komunikasi di era digital sangat berbeda dengan komunikasi sebelumnya. Di era maju, ciri-ciri dasar dikenal, termasuk tiga ciri. Seperti dijelaskan di bawah ini (Amalia, 2023:15):

a) Kecepatan

Salah satu aspek pertama dan terpenting dari komunikasi digital adalah kecepatan. Komunikasi digital memungkinkan pesan dikirim dan diterima dalam waktu cepat dan singkat, baik melalui email, chat, pesan teks, atau platform media sosial. Ini sangat berbeda dengan metode komunikasi tradisional seperti surat yang memerlukan waktu lebih lama. Pengguna juga dapat merespons pesab segera setelah diterima, yang memungkinkan dialog dan diskusi yang cepat, efisien, dan berkesinambungan, komunikasi digital juga tidak terbatas oleh batas geografis atau zona waktu, sehingga memungkinkan pertukaran informasi di seluruh dunia dengan cepat.

b) Kenyamanan

Komunikasi digital memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan orang lain tanpa harus bertemu secara fisik. Hal ini sangat bermanfaat terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan mobilitas atau tinggal jauh dari orang yang ingin mereka hubungi. Pengguna dapat mengakses komunikasi digital darimana saja selama memiliki koneksi internet, baik di rumah, kantor, atau saat bepergian. Banyak platform yang mengintegrasikan berbagai layanan seperti pesan, panggilan video, dan berbagi dokumen dalam satu aplikasi, membuat pengalaman

komunikasi lebih nyaman dan terpadu. Pesan dan data dapat dengan mudah diarsipkan, disimpan, dan diatur, sehingga memungkinkan pengguna untuk mengelola komunikasi mereka secara efisien.

c) Kesederhanaan

Kualitas komunikasi di era digital selanjutnya adalah kesederhanaan. Platform komunikasi digital dirancang untuk kemudahan penggunaan, sehingga hampir semua orang dengan akses internet dapat menggunakannya tanpa membutuhkan pelatihan khusus. Selain itu, aplikasi dan alat komunikasi digital tersedia di berbagai perangkat seperti komputer, smartphone, dan Tablet yang memudahkan akses dan penggunaan kapan saja dan di mana saja. Komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai format, seperti teks, gambar, video, atau audio sesuai kebutuhan dan preferensi pengguna.

2.2.4 Tinjauan Tentang New Media

2.2.4.1 Pengertian New Media

New Media atau Media baru adalah suatu terminologi yang digunakan untuk menyebutkan suatu jenis media yang berbeda dengan media sebelumnya, dengan ciri khas utama adalah mengandalkan pada jaringan internet sebagai media distribusi utama pesan-pesan yang ada dalam media tersebut.

New media atau media baru memiliki ciri khas utama yaitu mengandalkan jaringan internet sebagai media distribusi utama pesan-pesan yang ada dalam media tersebut. Media baru juga seringkali bersifat interaktif, partisipatif, dan dinamis,

memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berpartisipasi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi konten. Selain itu, media baru juga seringkali menawarkan kemampuan untuk memanipulasi konten secara digital dan memberikan pengalaman yang lebih personal dan kustomisasi untuk pengguna.

Dalam konteks new media, penggunaan jaringan internet sebagai media distribusi utama menawarkan banyak keuntungan dan peluang. Salah satu keuntungan utama adalah aksesibilitas yang lebih luas dan global, di mana pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi dan konten dari mana saja dan kapan saja, asalkan terhubung dengan jaringan internet.

Selain itu, new media juga memungkinkan pengguna untuk lebih aktif berpartisipasi dalam proses produksi dan distribusi konten, sehingga menciptakan komunitas yang lebih terlibat dan kolaboratif. dalam lingkungan new media, pengguna dapat dengan mudah membuat dan membagikan konten mereka sendiri, serta berinteraksi dengan orang-orang dengan minat yang sama dari seluruh dunia.

Namun, keberadaan *new media* juga membawa tantangan dan masalah baru, seperti masalah privasi, keamanan, dan validitas informasi. Karena konten di *new media* dapat dibuat dan dibagikan oleh siapa saja, tanpa harus melalui proses penyaringan atau verifikasi, maka kualitas dan validitas informasi seringkali menjadi permasalahan. Selain itu, pengguna juga sering menghadapi risiko keamanan dan privasi, seperti kebocoran data atau serangan siber.

Oleh karena itu, dalam menggunakan *new media*, pengguna perlu memahami dan menerapkan praktik-praktik yang aman dan bertanggung jawab dalam berinteraksi dan memproduksi konten. Perkembangan *new media* yang terus

berkembang dan dinamis juga menuntut pengguna untuk terus mengikuti perkembangan dan inovasi teknologi informasi dan komunikasi, sehingga dapat memanfaatkan potensi dan peluang yang ada secara optimal.

2.2.4.2 Fungsi New Media

Seperti yang diketahui umum, komunikasi massa adalah proses berbagi pesan ke sejumlah besar khalayak melalui beberapa bentuk teknologi pada satu waktu. Sehingga beberapa bentuk teknologi yang digunakan untuk menyebarkan pesan adalah media. Berikut fungsi *new media* dalam penerapannya:

1. Informasi

Mengirim dan berbagi informasi adalah fungsi utama media. Karena informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan adalah kekuatan, media menawarkan fakta dan opini yang otentik dan tepat waktu tentang berbagai peristiwa dan situasi kepada khalayak massa sebagai item informatif. Informasi yang diberikan oleh media massa dapat bersifat beropini, obyektif, subyektif, primer dan sekunder. Fungsi media yang informatif juga memungkinkan audiens mengetahui apa yang terjadi di sekitar mereka dan menemukan kebenaran. Media menyebarkan informasi sebagian besar melalui siaran berita di radio, TV, serta kolom surat kabar atau majalah.

2. Pendidikan

Media memberikan pendidikan dan informasi yang berbeda untuk orang-orang di semua tingkatan. Mereka mencoba mendidik orang secara langsung atau tidak langsung menggunakan berbagai bentuk konten. Misalnya, program pendidikan jarak jauh adalah pendekatan langsung.

Drama, dokumenter, wawancara, cerita utama, dan banyak program lainnya disiapkan untuk mendidik masyarakat secara tidak langsung. Apalagi di negara berkembang, media massa digunakan sebagai alat yang efektif untuk penyadaran massa.

3. Hiburan

Fungsi penting lainnya dari media adalah sebagai hiburan yang juga dipandang sebagai fungsi media yang paling jelas dan sering digunakan. Hiburan merupakan salah satu bentuk pertunjukan yang memberikan kesenangan kepada orang lain. Media memenuhi fungsi ini dengan memberikan hiburan kepada orang-orang dengan koran dan majalah, radio, televisi, dan media online menawarkan cerita, film, serial, dan komik untuk menghibur audiensnya. Olahraga, berita, review film, seni dan fashion adalah contoh lainnya yang membuat waktu rekreasi dan waktu luang penonton lebih menyenangkan dan menyenangkan.

4. Persuasi

Fungsi lain dari media massa karena persuasi melibatkan membuat pengaruh pada pikiran orang lain. Media massa mempengaruhi audiens dengan berbagai cara mengingat konten media membangun opini dan menetapkan agenda di benak publik. Itu mempengaruhi suara, mengubah sikap dan perilaku moderat. Menggunakan tajuk rencana, artikel, komentar, dan lain-lain, media massa dapat meyakinkan audiens meski tidak semua audiens tahu tentang itu. Banyak dari mereka menjadi terpengaruh atau

termotivasi tanpa disadari begitu melihat iklan sebagai contoh yang dirancang untuk membujuk para penonton.

5. Pengawasan

Menunjukkan observasi yang berarti mengamati masyarakat dari dekat. Fungsi media massa adalah untuk mengamati masyarakat secara dekat dan terus menerus serta memberikan peringatan tentang tindakan-tindakan yang mengancam khalayak massa yang kemungkinan besar akan terjadi di masa mendatang guna mengurangi kemungkinan kerugian tersebut. Demikian pula media massa juga menginformasikan tentang perbuatan tercela yang terjadi di masyarakat kepada pihak yang berwenang dan mencegah terjadi malpraktek di kalangan masyarakat. Termasuk menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, gunung berapi yang meletus, kondisi ekonomi yang lesu, peningkatan inflasi atau serangan militer.

6. Sosialisasi

Transmisi budaya dan media adalah reflector masyarakat yang mensosialisasikan orang, terutama anak-anak dan endatang baru. Sosialisasi adalah proses di mana orang dibuat untuk berperilaku dengan cara yang dapat diterima dalam budaya atau masyarakat mereka. Melalui proses ini, masyarakat belajar bagaimana menjadi anggota masyarakat atau masyarakat manusia dalam arti yang lebih besar. Padahal proses sosialisasi media membantu membentuk perilaku, sikap dan keyakinan masyarakat yang mana proses sosialisasi mendekatkan orang dan mengikat mereka menjadi satu kesatuan.

2.2.4.3 Jenis New Media

Ada beberapa jenis new media yang berbeda, tergantung pada cara penggunaannya dan tujuan komunikasinya. Berikut adalah beberapa jenis new media yang populer:

1. **Media Sosial:** Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi konten dengan orang lain dari seluruh dunia.
2. **Blog:** Blog adalah jenis website yang memungkinkan seseorang untuk mempublikasikan konten secara teratur dalam format yang serupa dengan jurnal atau catatan harian.
3. **Video Sharing:** Platform video sharing seperti YouTube, Video, dan TikTok memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan berbagi video dengan pengguna lain di seluruh dunia.
4. **Podcast:** Podcast adalah format audio yang serupa dengan acara radio, tetapi dapat diunduh dan didengarkan kapan saja.
5. **Game Online:** Game online memungkinkan pemain untuk bermain game di jaringan internet dan berinteraksi dengan pemain lain dari seluruh dunia.
6. **Aplikasi Mobile:** Aplikasi mobile seperti Snapchat, WhatsApp, dan TikTok memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi konten dengan orang lain melalui perangkat seluler.
7. **Virtual Reality:** Teknologi *virtual reality* memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan lingkungan digital yang tampak dan terasa seperti dunia nyata.

8. *Augmented Reality*: Teknologi *augmented reality* memungkinkan pengguna untuk melihat dunia nyata dengan tambahan elemen digital, seperti informasi atau animasi.

2.2.5 Tinjauan Tentang Media Sosial

2.2.5.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform digital yang digunakan untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara online dengan orang-orang yang terhubung melalui jaringan internet. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi konten, informasi, gagasan, dan pandangan mereka dengan teman-teman mereka, kelompok, atau komunitas yang memiliki minat yang sama.

Media sosial adalah fenomena populer yang menarik banyak perhatian. Beberapa ahli pernah menyampaikan definisi terhadap teknologi yang satu ini.

2.2.5.2 Fungsi Media Sosial

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- a. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- b. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.

- c. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.

Selain itu terdapat pendapat lain menurut Puntoadi (Puntoadi, 2011:5), yaitu pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut:

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audience lah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

2.2.6 Tinjauan Tentang Remaja

2.2.6.1 Pengertian Remaja

Remaja menurut World Health Organization (WHO), merupakan penduduk yang memiliki umur 10-19 tahun, sedangkan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) remaja merupakan penduduk yang memiliki umur 10-24 tahun dan belum melakukan pernikahan.

Remaja adalah transisi perkembangan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Masa remaja merupakan masa transisi atau perubahan dari masa kanak-kanak menuju kedewasaan. Saat ini terjadi pertumbuhan dan perkembangan baik secara fisik maupun mental (Diananda, 2019).

2.2.6.2 Tahapan Perkembangan Remaja

Remaja terbagi dalam tahapan berikut ini:

1. Masa Remaja Awal (12-15 Tahun)

Remaja awal merupakan fase yang sangat singkat, kurang lebih satu tahun. Pada fase ini dinilai sebagai fase negatif karena tampaknya merupakan perilaku yang cenderung negatif/buruk. Fase ini merupakan fase yang sulit untuk melakukan hubungan komunikasi antara anak dan orang tua dari terganggunya perkembangan fungsi tubuh yang melibatkan perubahan hormonal dapat memicu perubahan suasana hati yang tidak terduga.

2. Masa Remaja Pertengahan (15-18 Tahun)

Pada fase ini perubahan-perubahan terjadi sangat pesat dan mencapai puncaknya. Ketidakseimbangan emosional dan ketidakstabilan dalam banyak hal terdapat pada usia ini. Ia mencari identitas diri karena masa ini, statusnya tidak jelas. Pola-pola hubungan sosial mulai berubah. Menyerupai orang dewasa muda, remaja sering merasa berhak untuk membuat keputusan sendiri. Pada masa perkembangan ini, pencapaian kemandirian dan identitas sangat menonjol, pemikiran semakin logis, abstrak dan idealistis dan semakin banyak waktu diluangkan diluar keluarga.

3. Masa Remaja Akhir (19-22 Tahun)

Periode ini merupakan periode terakhir dalam memasuki peran menjadi orang dewasa. Selama masa ini, remaja mencoba menetapkan tujuan pribadinya untuk mengembangkan rasa identitas pribadi. Keinginan yang menetap dan kuat untuk menjadi dewasa, diterima dalam kelompok sebaya dan orang dewasa juga menjadi ciri di fase ini. Pada fase ini individu mulai tumbuh dewasa dan lebih matang pemahamannya. Individu lebih menerima dan memahami sekitar, dan mereka mulai menghargai perilaku orang lain yang sebelumnya ditolak. Memiliki pekerjaan dan status tertentu, budaya, ideologi politik serta tradisi yang dekat dengan orang tuanya. Jika situasi kurang bermanfaat dan menguntungkan, maka waktunya akan bertambah dengan hasil imitasi, kebosanan dan menjadikan keadaan tekanan mental.

2.2.6.3 Masalah Remaja

Masalah remaja atau kenakalan remaja adalah masalah yang belum terselesaikan selama masa kanak-kanak atau masa kanak-kanak yang singkat. Mereka juga merasa malu karena tekanan dari lingkungan dan keadaan ekonomi yang buruk, yang menyebabkan mereka merasa minder. Hal ini dapat terjadi karena emosi remaja yang tidak stabil, yang menyebabkan mereka menghadapi masalah pengendalian diri.

Melakukan hubungan seksual bebas atau di luar pernikahan, putus sekolah, merokok, dan mengonsumsi minuman keras adalah beberapa contoh kejahatan remaja yang umum. Jika masalah remaja muncul, hal itu dapat dicegah secara dini dengan memberikan perhatian yang mendalam secara individual, mengambil

pendekatan kolaboratif dengan agensi di seluruh komunitas dengan program layanannya, dan mendorong keluarga untuk lebih peduli dan memperhatikan anak-anak mereka untuk meningkatkan pendidikan karakter mereka.

2.2.7 Tinjauan Tentang Pengungkapan Diri

2.2.7.1 Pengertian Pengungkapan Diri

Pengungkapan diri adalah mengungkapkan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain. West & Turner mengatakan bahwa pengungkapan diri dapat membantu membentuk keakraban dan kedekatan dengan orang lain. Dengan demikian, pengungkapan diri merupakan pengungkapan informasi pribadi yang bertujuan untuk membentuk keakraban dan kedekatan kepada orang lain (West & Turner, 2008).

Menurut Floyd pengungkapan diri adalah tindakan menyampaikan informasi tentang diri sendiri dengan sengaja dan kita yakin bahwa informasi tersebut benar, tetapi orang lain belum mengetahuinya. dalam berkomunikasi, ada dua syarat yang harus dipenuhi sebagai pengungkapan diri, yaitu individu harus dengan sengaja memberikan informasi tentang dirinya sendiri dan individu yang membaca harus percaya dengan informasi tersebut (Floyd, 2009).

Menurut Wood, pengungkapan diri adalah pengungkapan informasi mengenai diri sendiri yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain. Individu melakukan pengungkapan diri ketika individu tersebut membagikan informasi pribadi mengenai diri sendiri, seperti harapan, ketakutan, perasaan, pikiran dan pengalaman. Melakukan pengungkapan diri cenderung mengundang orang lain

untuk melakukan pengungkapan diri juga (Wood, 2012). Hal ini dikarenakan sikap saling percaya satu sama lain sehingga individu yang mengetahui informasi pribadi orang lain akan melakukan pengungkapan diri juga kepada orang tersebut.

Menurut DeVito (DeVito, 2018) pengungkapan diri adalah jenis komunikasi di mana kita mengungkapkan informasi tentang diri kita sendiri yang biasanya kita sembunyikan. Informasi tersebut berupa pikiran, perasaan, dan perilaku. Pengungkapan diri menyangkut informasi pribadi yang biasanya dan secara aktif disembunyikan. Artinya, informasi yang diungkapkan adalah informasi yang dirahasiakan tentang diri sendiri. Berdasarkan pemaparan para ahli, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan diri adalah tindakan mengungkapkan informasi pribadi yang pada umumnya dirahasiakan berupa pemikiran, perasaan, dan perilaku secara sengaja kepada orang lain yang belum mengetahuinya.

2.2.7.2 Tujuan Pengungkapan Diri

Pengungkapan diri menurut Derlega dan Grzelak (dalam Gamayanti, 2018: 119) memiliki 5 tujuan yaitu:

1. Ekspresi (*Expression*)

Dalam kehidupan ini, manusia terkadang mengalami kekecewaan bahkan kesulitan, baik itu terkait dengan pekerjaan atau hal lainnya. Untuk meringankan masalah ini, biasanya kita merasa lega saat telah menceritakan masalah tersebut kepada teman yang sudah kita percayai.

2. Penjernihan diri (*Self-Clarification*)

Dengan berbagi perasaan dan menceritakannya kepada orang lain tentang perasaan dan masalah yang tengah dihadapi, setiap orang berharap akan

mendapatkan penjelasan dan pemahaman tentang permasalahannya, sehingga pikiran mereka menjadi lebih jernih dan dapat melihat serta menyelesaikan masalah dengan lebih baik.

3 Keabsahan sosial (*Social Validation*)

Setelah membicarakan masalah yang sedang dihadapi, pendengar biasanya akan menanggapi permasalahan tersebut, sehingga mereka memperoleh kebenaran atas informasi tentang pendapatnya.

4 Kendali sosial (*Social Control*)

Individu dapat mengungkapkan atau menyembunyikan informasi tentang situasi mereka dengan tujuan untuk melakukan kontrol sosial.

5 Perkembangan hubungan (*Relationship Development*)

Berbagi perasaan dan informasi tentang diri kita dan saling percaya dengan orang lain adalah nasihat yang paling penting dalam membangun hubungan agar lebih meningkatkan kedekatan satu sama lain.

2.2.7.3 Imbalan dan Manfaat Pengungkapan Diri

Menurut DeVito (DeVito, 2018), pengungkapan diri (*self-disclosure*) memiliki beberapa imbalan atau manfaat, terutama dalam konteks interpersonal dan komunikasi. Berikut adalah beberapa manfaat pengungkapan diri menurut DeVito:

1. Meningkatkan hubungan interpersonal

Pengungkapan diri dapat mempererat hubungan antara individu karena memberikan rasa saling percaya dan pemahaman yang lebih mendalam.

Ketika seseorang membuka diri, mereka memberikan kesempatan kepada

orang lain untuk lebih mengenal mereka yang dapat memperkuat ikatan dan kedekatan emosional.

2. Meningkatkan pemahaman diri

Melalui pengungkapan diri, seseorang dapat lebih menerima diri mereka sendiri. Berbicara tentang perasaan, pengalaman, dan pikiran dapat membantu individu dalam refleksi diri dan meningkatkan kesadaran diri.

3. Mendapatkan dukungan sosial

Dengan berbagi informasi pribadi, seseorang dapat menerima dukungan, simpati, dan bantuan dari orang lain. Ini sangat penting dalam situasi di mana seseorang menghadapi masalah atau membutuhkan bantuan.

4. Mengelola stres dan beban emosional

Mengungkapkan perasaan dan pikiran dapat berfungsi sebagai pelepasan diri yang membantu dalam mengurangi stres dan beban emosional. Hal ini dapat memberikan perasaan lega dan mengurangi tekanan psikologis.

5. Meningkatkan keaslian dan kepercayaan diri

Dengan berbicara secara terbuka tentang diri sendiri, seseorang dapat merasa lebih asli dan percaya diri. Ini juga memperkuat citra diri yang konsisten dan positif. Pengungkapan diri mendorong keterbukaan dalam komunikasi dan membangun kepercayaan antar individu. Ini dapat memfasilitasi komunikasi yang lebih jujur dan transparan dalam hubungan.

6. Mempengaruhi persepsi orang lain

Dengan mengungkapkan informasi tertentu tentang pengungkapan diri sendiri, seseorang dapat mengarahkan cara orang lain memandang mereka.

Ini berguna dalam membentuk kesan dan citra diri yang diinginkan dalam interaksi sosial.

2.2.7.4 Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Diri

Menurut DeVito (DeVito, 2018), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri (*self-disclosure*). Pengungkapan diri adalah proses di mana seseorang berbagi informasi pribadi tentang dirinya kepada orang lain. Faktor-faktor ini mempengaruhi seberapa banyak, bagaimana, dan kapan seseorang memilih untuk mengungkapkan dirinya. Berikut adalah faktor-faktor tersebut:

1. Karakteristik pribadi

Orang yang sangat mudah bersosialisasi dan ekstrovert lebih banyak mengungkapkan diri dibandingkan mereka yang kurang mudah bersosialisasi dan lebih introvert. Orang-orang yang khawatir berbicara secara umum juga lebih sedikit melakukan pengungkapan diri dibandingkan mereka yang lebih nyaman dalam berkomunikasi. Orang yang kompeten dan mereka yang memiliki harga diri tinggi lebih banyak melakukan keterbukaan diri dibandingkan orang yang kurang kompeten dan mereka yang memiliki harga diri rendah.

2. Budaya

Budaya sangat mempengaruhi bagaimana pengungkapan diri dilakukan. Dalam budaya yang lebih kolektivis (misalnya, budaya Asia), pengungkapan diri mungkin lebih terbatas dibandingkan dengan budaya individualis (seperti Amerika Serikat), di mana ekspresi diri lebih didorong.

3. Jenis kelamin

Terdapat perbedaan dalam pengungkapan diri berdasarkan gender. Misalnya, perempuan cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan diri dibandingkan laki-laki, terutama dalam hal perasaan dan emosi.

4. Topik

Seseorang mungkin lebih bersedia mengungkapkan informasi yang dianggap tidak terlalu pribadi atau sensitif. Informasi yang lebih pribadi, seperti masalah keuangan atau kehidupan pribadi yang sangat intim, mungkin lebih jarang diungkapkan.

5. Media

Media atau saluran yang Anda gunakan untuk berkomunikasi juga memengaruhi pengungkapan Anda. Beberapa orang mengungkapkan lebih banyak dalam situasi tatap muka, sementara yang lain mengungkapkan lebih banyak melalui, misalnya, email, surat, atau mungkin melalui telepon. Tampaknya banyak orang yang mengungkapkan banyak hal, beberapa di antaranya mengatakan bahwa mereka terlalu banyak berbagi di media sosial (Grant, 2013). Media sosial tampaknya telah menciptakan budaya di mana berbagi (dan berbagi berlebihan) adalah hal yang normal dan dalam beberapa kasus memang diharapkan. Sifat permanen dan sifat publik dari pesan-pesan ini tampaknya tidak memberikan penghalang terhadap pengungkapan tersebut.

2.2.7.5 Bahaya Yang Dihadapi Dalam Pengungkapan Diri

Menurut DeVito (DeVito, 2018), pengungkapan diri (*self-disclosure*) memiliki berbagai manfaat, namun juga bisa menimbulkan risiko atau bahaya tertentu. Berikut adalah beberapa bahaya atau risiko yang dihadapi dalam pengungkapan diri:

1. Risiko penolakan atau penghakiman

Pengungkapan diri dapat membuat seseorang rentan terhadap penolakan atau penghakiman dari orang lain. Jika informasi yang dibagikan tidak diterima dengan baik, individu tersebut bisa merasa ditolak, dihakimi, atau tidak diakui, yang dapat berdampak negatif pada harga diri.

2. Kehilangan kendali atas informasi pribadi

Setelah mengungkapkan informasi pribadi, seseorang kehilangan kendali atas bagaimana informasi itu digunakan, dapat disebarluaskan tanpa izin atau disalahgunakan, mengakibatkan masalah privasi.

3. Kerusakan hubungan

Pengungkapan diri yang tidak tepat atau berlebihan dapat merusak hubungan. Jika informasi yang diungkapkan terlalu pribadi atau sensitif, atau tidak sesuai dengan dinamika hubungan, hal ini bisa menyebabkan ketidaknyamanan, konflik, atau bahkan mengakhiri hubungan.

4. Penyalahgunaan informasi

Ada risiko bahwa informasi yang diungkapkan bisa disalahgunakan oleh pihak lain, seperti dalam kasus cyberbullying, penyebaran rumor, atau bahkan pencurian identitas.

5. Kebingungan dalam identitas diri

Pengungkapan diri yang terlalu terbuka bisa membuat seseorang kehilangan batasan atau identitas diri yang jelas, terutama jika mereka terlalu banyak menyesuaikan diri dengan ekspektasi orang lain.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar pemikiran untuk memperkuat latar belakang penelitian ini. dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang di angkat dalam penelitian ini.

Adapun sudut pandang pemikiran yang memberikan arahan dan patokan bagi peneliti untuk dapat memahami serta mendeskripsikan perilaku komunikasi remaja pengguna media sosial dalam mengelola pengungkapan diri pada media sosial. Membahas perilaku komunikasi remaja tidak bisa terlepas dari lambang verbal dan nonverbal yang menjadi inti dari komunikasi. Karena komunikasi tidak akan pernah berlangsung bila tidak adanya lambang-lambang yang saling dipertukarkan dari seseorang tersebut. Perilaku komunikasi yang menggunakan komunikasi verbal dapat dilihat ketika remaja sedang melakukan interaksi komunikasi dengan orang lain. Komunikasi verbal yang dilakukan meliputi bahasa yang mereka gunakan dalam berinteraksi. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Mulyana, 2005).

Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami. Sedangkan menurut DeVito dalam buku Komunikasi Antar Manusia, komunikasi verbal adalah bahasa yang dibayangkan sebagai kode, atau sistem simbol, yang digunakan untuk membentuk pesan-pesan verbal (DeVito, 2011). Bahasa yang biasanya remaja gunakan sehari-hari yakni bahasa nasional yakni bahasa Indonesia dan bahasa daerah.

Selain itu, remaja juga menggunakan bahasa nonverbal yang dapat dilihat ketika berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi nonverbal seperti isyarat, gerakan tubuh, ekspresi, dll mereka gunakan dalam menunjang pesan nonverbal yang mereka sampaikan. Suranto mengemukakan bahwa:

“Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan berupa kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya”(Suranto, 2010).

Komunikasi verbal dan nonverbal juga tidak terlepas dari hambatan komunikasi. Hambatan komunikasi memiliki pengertian bahwa segala sesuatu yang dapat mendistorsi pesan, hal apapun yang menghalangi penerima menerima pesan (DeVito, 2009). Hambatan komunikasi adalah segala bentuk gangguan yang terjadi di dalam proses penyampaian dan penerimaan suatu pesan dari individu kepada individu yang lain yang disebabkan oleh faktor lingkungan maupun faktor fisik dan psikis dari individu itu sendiri.

Inti pada penelitian ini adalah mengungkap bagaimana cara remaja menggunakan simbol-simbol verbal, nonverbal maupun hambatan yang akan

mereka jelaskan dalam proses komunikasi. Pada penelitian ini, peneliti mencoba mendeskripsikan dan menganalisis perilaku komunikasi remaja yang menggunakan komunikasi verbal, komunikasi nonverbal dan hambatan komunikasi yang mereka gunakan dalam mengelola pengungkapan diri pada media sosial.

1. Komunikasi verbal

Tindakan verbal merupakan bahasa, ujaran, ucapan dan kata-kata yang lazim dimengerti (Mulyana, 2009:83). Melihat perilaku komunikasi remaja dalam berkomunikasi secara verbal, dapat dilihat pada saat dia berbicara dengan orang-orang yang sedang melakukan interaksi dengannya di media sosial, bagaimana cara mereka berinteraksi demi melakukan pengungkapan diri, terlihat pula bagaimana dia mencoba memahami maksud pembicaraan dari orang lain yang mengajaknya berinteraksi. dalam hal konteks komunikasi verbal, penelitian ini ingin lebih mengkaji lebih dalam mengenai seperti apa komunikasi verbal yang digunakan remaja sehari-hari khususnya dalam konteks mengelola pengungkapan diri pada media sosial.

2. Komunikasi nonverbal

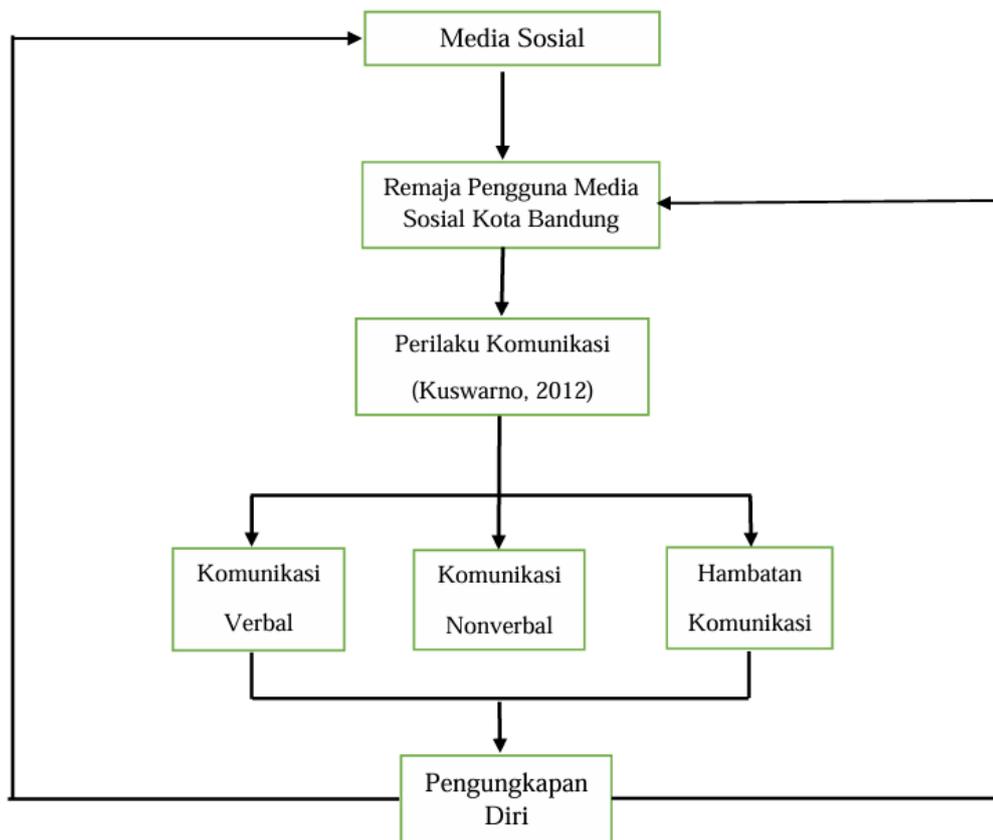
Sedangkan tindakan nonverbal meliputi isyarat, ekspresi wajah, kontak mata, ungghahanur dan gerakan tubuh, sentuhan, pakaian dan diam (Mulyana, 2009:79). Perilaku komunikasi remaja dalam berkomunikasi secara nonverbal, dapat dilihat melalui bagaimana cara mereka melakukan pengungkapan diri selain menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada media sosial.

3. Hambatan komunikasi

Segala bentuk gangguan yang terjadi di dalam proses penyampaian dan penerimaan suatu pesan dari individu kepada individu yang lain yang disebabkan oleh faktor lingkungan maupun faktor fisik dan psikis dari individu itu sendiri. Seperti hambatan dari pengirim pesan, hambatan dalam penyandian/symbol, hambatan media, hambatan dalam bahasa sandi, hambatan dari penerima pesan.

Gambar berikut ini mengilustrasikan kerangka berpikir peneliti:

Gambar 2. 2
Alur Pikir Peneliti



Sumber: Peneliti, 2024