

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Menurut Ardianto (2010:37) tinjauan pustaka adalah proses umum yang kita lalui untuk mendapatkan teori lebih dahulu mencari kepustakaan yang terkait dengan tugas, lalu menyusunnya. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian Tinjauan pustaka pada penelitian ini terdiri atas tinjauan mengenai penelitian-penelitian terdahulu serta tinjauan teoritis yang memiliki relevansi dengan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini.

##### **2.1.1 Tinjauan Penelitian Terlebih Dahulu**

Tinjauan pustaka diawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Tujuannya adalah agar peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, pembanding dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang peneliti anggap relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan :

**Tabel 2. 1**  
**Peneliti Terdahulu**

NO.	Judul	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	PENERAPAN KOMUNIKASI KETERBUKAAN DIRI ( <i>SELF-DISCLOSURE</i> ) MUSLIMAH BERCADAR DI FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI	Sri Wahyuningsi ( UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR) 2018	Kualitatif	Penelitian ini diutamakan untuk mengetahui penerapan komunikasi pengungkapan diri muslimah bercadar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta faktor-faktor pendukung dan penghambat penerapan komunikasi pengungkapan diri Muslimah bercadar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, mengingat adanya anggapan bahwa muslimah bercadar terkesan tertutup, lebih eksklusif, dan selektif dalam berkomunikasi.	Penelitian ini berfokus pada komunikasi interpersonal pada cara perilaku keterbukaan diri yang di lakukan oleh mahasiswa di Jakarta dan faktor hambatan yang terjadi dalam melakukan keterbukaan diri pada aplikasi media sosial <i>Tinder</i> .
2.	MEDIA SOSIAL dan <i>SELF-DISCLOSURE</i> ( Keterbukaan diri )	AISYAH ASTRI SUYADI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA 2017	Kualitatif	Penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan diri yang dilakukan wanita lebih tinggi dibandingkan dengan pria. Wanita lebih mudah mengungkapkan isi hatinya melalui media sosial, sedangkan pria lebih sering memberikan informasi daripada mengungkapkan perasaan mereka.	Penelitian ini lebih berfokus pada media sosialnya yaitu <i>Tinder</i> dan cara membuka diri terhadap para pengguna <i>Tinder</i> dan berada pada kalangan mahasiswa di Jakarta.
3.	Keterbukaan diri ( <i>Self-disclosure</i> ) Pengguna Aplikasi Kencan <i>Online (Tinder)</i>	N. Amalia Andara Universitas Sumatera Utara 2019	Kualitatif	mengetahui alasan penggunaan aplikasi <i>Tinder</i> pada pengguna aktif aplikasi <i>Tinder</i> yang telah bekerja, untuk mengetahui keterbukaan diri pengguna aplikasi <i>Tinder</i> , dan untuk mengetahui hambatan pengguna <i>Tinder</i> dalam mencari pasangan	Penelitian ini lebih berfokus pada kalangan mahasiswa dan cara perilaku mereka dalam keterbukaan diri, faktor hambatan yang terjadi dalam melakukan keterbukaan diri dan alasan mahasiswa di Jakarta memilih <i>Tinder</i> sebagai aplikasi dalam mencari pasangan.

## 2.1.2 Tinjauan Komunikasi

### 2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang setiap harinya memerlukan sebuah komunikasi. Manusia bukanlah makhluk hidup yang berdiri sendiri, didalam kehidupannya manusia berhubungan satu sama lainnya. Manusia berhubungan dengan manusia lainnya.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan), pikiran itu dapat berupa gagasan, informasi, opini, dan lainlain, sedangkan perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya.

Menurut Webster New Collegiate Dictionary komunikasi adalah “suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem, lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku”. (Riswandi dalam Rismawaty dan kawan-kawan, 2014 :67).

Definisi yang berbeda juga dikemukakan oleh Carl Hovland dan juga Jannis & Kelley, mereka berpendapat bahwa komunikasi adalah :

“Suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”. (Hovland dalam Rismawaty dan kawan-kawan, 2014 : 67)

Sedangkan Harold D. Lasswell dalam (Mulyana, 2013: 62) mengemukakan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan:

1. Siapa? (*Who?* )
2. Mengatakan apa? (*Says what?*)
3. Dengan saluran apa? (*In which channel?*)
4. Kepada siapa? (*To whom?*)
5. Dengan akibat apa atau hasil apa? (*With what effect?*)

### **2.1.2.2 Komunikasi Verbal**

Dalam komunikasi terdapat beberapa pengiriman pesan baik dengan menggunakan pesan verbal maupun dengan menggunakan pesan non verbal. Pesan verbal adalah suatu pesan yang disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang dilancarkan secara lisan maupun tulisan.

Dalam proses komunikasi, bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan, oleh karena hanya bahasa yang mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal atau peristiwa baik yang kongret maupun yang abstrak, yang terjadi masa kini, masa lalu dan masa yang akan datang. (Effendy, 2003:33) Komunikasi verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti.

Menurut Hafied Cangara dalam bukunya pengantar komunikasi (Cangara, 2012:113) mengatakan bahasa memiliki banyak fungsi, namun sekurang-kurangnya ada tiga fungsi yang erat hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif yaitu :

1. Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita
2. Untuk membina hubungan yang baik diantara sesama manusia
3. Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia.

### 2.1.2.3 Komunikasi Non Verbal

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai pesan verbal (bahasa) juga memakan pesan non verbal. Pesan non verbal biasa disebut bahasa isyarat atau bahasa diem (*silent language*). Mark Knapp (1978) dalam Cangara (2012:118) mengatakan bahwa penggunaan pesan non verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repetition*)
2. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata kata
3. Menunjukkan jatidiri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna.

Stewart dan D'Angelo dalam Mulyana (2005:112-113), berpendapat bahwa bila kita membedakan verbal dan nonverbal, serta vokal dan non vokal, kita mempunyai empat kategori atau jenis komunikasi. Komunikasi verbal/vokal merujuk pada komunikasi melalui kata yang diucapkan.

Dalam komunikasi verbal/nonvokal kata-kata digunakan tapi tidak diucapkan. Dalam komunikasi nonverbal/vokal gerutuan atau vokalisasi. Jenis komunikasi yang keempat komunikasi nonverbal/nonvokal, hanya mencakup sikap dan penampilan. Dalam tayangan iklan ini pun terdapat unsur-unsur non verbal seperti ekspresi muka serta gerakan-gerakan yang membuat makna tersendiri didalamnya.

### **2.1.3 Tinjauan Komunikasi Interpersonal**

Joseph A. Devito mendefinisikan "komunikasi antar pribadi sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika" (Fajar, 2009: 78).

Pola-pola komunikasi antar pribadi mempunyai efek yang berlainan pada hubungan interpersonal. Semakin sering seorang melakukan komunikasi dengan orang lain, semakin baik hubungan. Beberapa faktor lain yang dapat menumbuhkan hubungan interpersonal yaitu percaya, sikap suportif dan sikap terbuka. Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, faktor percaya adalah yang paling penting.

Percaya meningkatkan komunikasi antar pribadi karena membuka saluran komunikasi, memperjelas pengiriman dan penerimaan informasi, serta memperluas peluang komunikasi untuk mencapai maksudnya. Jika seseorang tidak mau mengungkapkan bagaimana perasaan dan pikirannya, maka akan sulit untuk memahami tentang diri orang tersebut (Rakhmat, 2007 :130).

Sikap terbuka sangat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi antar pribadi yang efektif. Lawan dari sikap terbuka adalah dogmatism sehingga untuk memahami sikap terbuka harus mengidentifikasi terlebih dahulu karakteristik orang dogmatis yaitu menilai pesan berdasarkan motif pribadi, berpikir simplistic, berorientasi pada sumber, mencari informasi dari sumber sendiri, secara kaku mempertahankan dan membela sistem kepercayaannya dan tidak mampu membiarkan inkonsistensi (Rakhmat, 2007 :129).

Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan melahirkan hubungan antar pribadi yang efektif, dogmatis harus diganti dengan sikap terbuka. Bersama-sama dengan sikap percaya dan sikap suportif, sikap terbuka mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai dan yang paling penting adalah saling mengembangkan kualitas hubungan antar pribadi (Rakhmat, 2007 :138).

### **2.1.3.1 Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Lima tujuan komunikasi antar pribadi yang dapat dipergunakan untuk berbagai tujuan adalah sebagai berikut (Fajar, 2009: 78) :

#### **1. Mengetahui diri sendiri dan orang lain**

Salah satu cara untuk mengenal diri kita sendiri adalah melalui komunikasi antar pribadi. Komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Melalui komunikasi antar pribadi, kita juga belajar tentang bagaimana dan sejauh mana kita harus membuka diri pada orang lain. Selain itu, komunikasi antar pribadi juga akan membuat kita mengetahui nilai, sikap, dan perilaku orang lain. Kita dapat menanggapi dan memprediksi tindakan orang lain.

#### **2. Mengetahui dunia luar**

Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik, yakni tentang objek dan kejadian-kejadian orang lain. Banyak informasi yang kita miliki sekarang berasal dari interaksi antar pribadi. Meskipun ada yang berpendapat bahwa sebagian besar informasi yang ada berasal dari media massa, tetapi informasi dari media massa tersebut sering dibicarakan dan diinternalisasi melalui komunikasi

antar pribadi. Dalam komunikasi antar pribadi, kita sering membicarakan hal-hal yang telah disajikan media massa. Namun demikian, pada kenyataannya nilai keyakinan, sikap, dan perilaku kita banyak dipengaruhi oleh komunikasi antar pribadi dibandingkan dengan media massa dan pendidikan formal.

### **3. Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna**

Manusia diciptakan sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari, orang ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain. Kita juga tidak ingin hidup sendiri terisolasi dari masyarakat dan kita ingin merasakan dicintai serta disukai maupun mencintai dan menyukai orang lain. Oleh karenanya, kita menggunakan banyak waktu berkomunikasi antar pribadi yang bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Hubungan ini membantu mengurangi kesepian dan ketegangan serta membuat kita merasa lebih positif tentang diri kita sendiri.

### **4. Mengubah sikap dan perilaku**

Dalam komunikasi antar pribadi, sering kita berupaya mengubah sikap dan perilaku orang lain. Singkatnya, kita banyak mempergunakan waktu untuk mempersuasi orang lain melalui komunikasi antar pribadi.

### **5. Bermain dan mencari hiburan**

Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan. Sering kali tujuan ini dianggap tidak penting, tetapi sebenarnya komunikasi yang demikian perlu dilakukan karena bisa memberi suasana yang lepas.

### **2.1.3.2 Kualitas Komunikasi Interpersonal**

Menurut Joseph A. Devito dalam (Fajar, 2009:84), kualitas umum komunikasi antar pribadi dapat dilihat melalui:

#### **1. Keterbukaan**

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi antar pribadi. Pertama, komunikator antar pribadi yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan keterbukaan diri ini patut. Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Aspek ketiga menyangkut "kepemilikan" perasaan dan pikiran. Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang dilontarkan adalah memang milik kita dan kita bertanggung jawab atasnya.

#### **2. Empati**

Empati sebagai kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Secara non verbal, kita dapat mengomunikasikan empati dengan memperlihatkan keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai, konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik, dan sentuhan yang sepantasnya.

### **3. Sikap Mendukung**

Hubungan antar pribadi yang efektif adalah hubungan yang di dalamnya terdapat sikap mendukung. Jack Gibb menyatakan bahwa komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategis, dan provisional bukan sangat yakin.

### **4. Sikap positif**

Sikap positif dapat dikomunikasikan dalam komunikasi antar pribadi dengan dua cara, yaitu menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi antar pribadi. Pertama, komunikasi antar pribadi terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang menikmati interaksi atau bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

### **5. Kesetaraan**

Dalam beberapa situasi terjadi ketidaksetaraan. Terlepas dari ketidaksetaraan, komunikasi antar pribadi akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak samasama bernilai dan berharga serta memandang satu dengan yang lain sebagai sesuatu yang penting. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain dan memberikan penghargaan positif tanpa syarat.

## 2.2 Self-disclosure

### 2.2.1 Pengertian *Self-disclosure*

Secara bahasa *self* berarti “diri sendiri”, *disclosure* yang diartikan sebagai “penutupan, pengakhiran” sehingga disclosure berarti “terbuka atau keterbukaan”. Dengan demikian, *self-disclosure* adalah keterbukaan diri atau keterbukaan diri. Namun beberapa ahli menyebutnya sebagai penyingkapan diri.

Fungsi komunikasi antar pribadi disebutkan bahwa komunikasi tersebut dapat menjalin suatu hubungan yang lebih bermakna dengan orang lain. Terjalannya suatu hubungan yang bermakna tersebut berkaitan dengan adanya *self-disclosure* atau keterbukaan diri, *self-disclosure* merupakan bentuk komunikasi yang mana kita mengungkapkan sesuatu tentang siapa kita.

Keterbukaan diri (*self-disclosure*) menurut Jourard (1964:24) berarti pembicaraan mengenai diri sendiri kepada orang lain sehingga orang lain mengetahui apa yang dipikirkan, dirasakan dan diinginkan oleh seseorang. Definisi tersebut sejalan bahwa keterbukaan diri melibatkan informasi yang kita komunikasikan kepada orang lain secara bebas atau informasi yang biasanya kita sembunyikan, bisa jadi menjadi sebuah informasi baru atau menjelaskan perasaan kita. Menurut Cozby (1973); Derlega dkk. (1993); Altman & Taylor (1973), keterbukaan diri mengacu pada pemberian informasi melalui komunikasi verbal atau lisan tentang diri sendiri berupa informasi demografis, pikiran, perasaan, dan pengalaman kepada orang lain yang bertujuan untuk mencapai hubungan yang akrab.

### 2.2.2 Fungsi Self-disclosure

*Self-disclosure* setidaknya memiliki lima fungsi keterbukaan diri, yaitu:

1. Ekspresi: kadang-kadang kita mengatakan segala perasaan kita untuk membuang semua itu dari dada kita. Dengan keterbukaan diri semacam ini, kita mendapat kesempatan untuk mengekspresikan perasaan kita.
2. Penjernihan Diri: dengan membicarakan masalah-masalah yang sedang kita hadapi kepada seorang teman, pikiran kita akan lebih jernih sehingga kita dapat melihat duduk persoalannya dengan lebih baik.
3. Keabsahan Sosial: dengan mengamati bagaimana reaksi pendengar sewaktu kita sedang mengungkap diri, kita memperoleh informasi tentang ketepatan pandangan kita.
4. Kendali Sosial: kita dapat mengemukakan atau menyembunyikan informasi tentang diri kita sebagai peranti kendali sosial.
5. Perkembangan Hubungan: saling membagi informasi dan saling mempercayai merupakan saran yang paling penting dalam usaha merintis suatu hubungan dan semakin meningkatkan keakraban.

Eksistensi *self-disclosure* memiliki fungsi yang saling menguntungkan. Artinya, masalah kehidupan menjadi tidak luput sekaligus merata dikalangan manusia. Adanya *self-disclosure* akan mengurangi angka stres minimal dengan cara berbagi perasaan, perasaan baik atau buruk.

Ungkapan perasaan baik yang tujuannya untuk diceritakan akan menular ke rekan komunikasi yang sedang dalam masalah, sebaliknya ungkapan perasaan yang dalam masalah pun akan menular ke rekan komunikasi yang ditemaninya berbagi

sehingga yang terjadi ada dua hal yakni sama-sama bahagia dan atau sama-sama merasakan kegelisahan selanjutnya bersama-sama pula menyelesaikan masalahmasalah di kehidupan sosial.

### **2.2.3 Manfaat Self-disclosure**

Berikut beberapa manfaat *self-disclosure* yang diantaranya ialah

1. Pengetahuan diri, salah satu manfaat dari keterbukaan diri adalah kita mendapatkan perspektif baru tentang diri sendiri dalam pemahaman lebih mendalam mengenai perilaku kita sendiri.
2. Kemampuan mengatasi kesulitan, argumen lain yang berkaitan erat bahwa kita akan lebih mampu menanggulangi masalah atau kesulitan kita, khususnya perasaan bersalah, yakni melalui keterbukaan diri. Dengan mengungkapkan perasaan dan menerima dukungan, bukan penolakan, kita menjadi lebih siap untuk mengatasi perasaan bersalah dan mungkin mengurangi atau 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 keterbukaan 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.

#### 2.2.4 Faktor Mempengaruhi *Self-disclosure*

Tidak semua individu mampu melakukan *self-disclosure* begitu saja, karena tingkat kepribadian yang dimiliki seseorang cenderung berbeda-beda. Untuk itu, Devito mengemukakan bahwa faktor yang memengaruhi *self-disclosure*, yaitu:

1. Besaran kelompok atau ukuran audience, maksimal empat orang. Keterbukaan diri lebih banyak terjadi dalam kelompok kecil dari pada kelompok besar. Diad (kelompok yang terdiri atas dua orang) merupakan lingkungan yang paling cocok untuk mengungkapkan diri. Bila ada lebih dari satu pendengar, pemantauan seperti ini menjadi sulit, karena tanggapan yang muncul pasti berbeda dari pendengar yang berbeda.
2. Perasaan suka, membuka diri kepada orang lain yang kita sukai atau cintai, dan kita tidak akan membuka diri kepada orang yang tidak kita sukai.
3. Efek diadik, seseorang melakukan keterbukaan diri bila bersama orang yang melakukan keterbukaan diri pula. Efek diadik ini mungkin membuat seseorang merasa lebih aman dan nyatanya memperkuat perilaku keterbukaan diri.
4. Kompetensi, individu yang kompeten lebih banyak melakukan dalam keterbukaan diri dari pada orang yang kurang kompeten.
5. Kepribadian, yaitu orang-orang yang pandai bergaul (*sociable*) dan ekstrover melakukan keterbukaan diri lebih banyak dari pada mereka yang kurang bergaul dan lebih introvert. Orang yang kurang berani

bicara pada umumnya juga kurang mengungkapkan diri dari pada mereka yang merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi.

6. Topik, kecenderungan memilih topik pembicaraan, biasanya seseorang lebih cenderung membuka diri tentang topik pekerjaan atau hobi dari pada tentang kehidupan seks atau situasi keuangan. Umumnya, makin pribadi dan makin negatif suatu topik, maka kecil kita mengungkapkannya.
7. Jenis kelamin, faktor terpenting yang memengaruhi keterbukaan diri adalah jenis kelamin.

### **2.3 New Media**

*New media* atau media baru merupakan media menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara *private* maupun *public* (Mondry, 2008: 13). Media baru merupakan digitalisasi sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Kemunculan media baru memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan manusia. Media baru secara langsung dapat mengubah pola kehidupan bermasyarakat. Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*).

Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan,

memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 2013: 110). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya.

Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29). Salah satu bagian dari new media adalah —*Network Society*—. “*Network society*” adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006: 20).

#### **2.4 Media Sosial**

Media sosial ditelusuri dari asal katanya, media sosial berasal dari dua kata yaitu media yang dapat dimaknai sebagai medium atau wadah dan sosial yang berarti masyarakat. Dari dua kata tersebut, dapat dipahami bahwa media sosial adalah wadah di mana banyak orang yang dapat berinteraksi layaknya di dalam sebuah masyarakat melalui medium internet. Di dalam media sosial, kita bisa menemukan orang-orang saling ngobrol, berbagi informasi atau file, berkomentar, berdebat, mencari pasangan hingga memasarkan produk. Semua hal itu sama seperti aktivitas di masyarakat. Namun, aktivitas masyarakat di media sosial terjadi

dengan perantara internet. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010:59) mendefinisikan media sosial sebagai —sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010: 59-68), ada enam jenis media sosial, yaitu:

1. Proyek Kolaborasi *Website* mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah ataupun menghapus konten-konten yang ada di *website* tersebut. Contohnya Wikipedia.
2. Blog dan *MicroblogUser* lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya *Twitter*.
3. Konten Para user dari pengguna website ini saling meng-share konten-konten media, baik video, *ebook*, gambar dan lain-lain. Contohnya *Youtube*.
4. Situs Jejaring Sosial Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi itu bisa berupa foto-foto. Contohnya *Instagram*.
5. *Virtual Game World*. Dunia virtual, di mana mengreplikasikan lingkungan 3D, di mana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain seayaknya di dunia nyata. Contohnya *game online*.

6. *Virtual Social World*. Dunia virtual yang membuat penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, virtual socialworld lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan. Contohnya *secondlife*. Jenis new media sekaligus media *online* yang paling populer saat ini adalah media sosial (social media) yang juga sering disebut —*social networking*. atau jejaring sosial, antara lain: Blog, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Google Plus* dan *Path* (komunikasipraktis.com). Kemunculan situs jejaring sosial ini diawali dengan adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia.

Media sosial dapat memberi dampak positif maupun negative kepada pengguna, tergantung kebijakan pengguna dalam memanfaatkan media sosial ini. Beberapa manfaat media sosial sebagai berikut:

1. Mendapatkan informasi. Banyak informasi yang dapat kita peroleh lewat media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik, motivasi, maupun hal-hal yang sedang trend dibicarakan banyak orang.
2. Menjalin silaturahmi. melalui media sosial, kita dapat menjalin silaturahmi meski terpisah jarak, baik dengan orang baru, teman lama, maupun teman sekarang. Lewat media sosial, banyak teman-teman dahulu yang hilang kontak, akhirnya bisa bertemu di media sosial, kemudian mengadakan reuni bersama. Ada juga yang sebenarnya di dunia nyata belum saling kenal,

tetapi karena di *online* sudah saling berinteraksi, ketika bertemu pertama kali di dunia nyata, merasa sudah akrab satu sama lain.

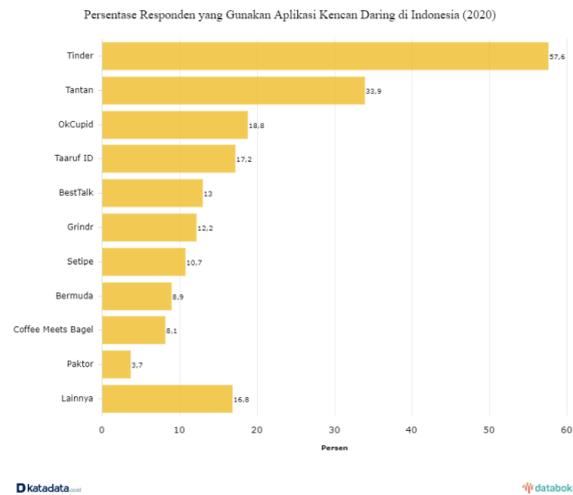
3. Membentuk Komunitas. Bagi yang memiliki kesukaan/hobi yang sama, dapat membentuk perkumpulan/komunitas yang berisi dengan kesukaan/hobi yang sama. Media *online* berperan untuk koordinasi, sharing dan interaksi ketika tidak sedang bersama.

## 2.5 Tinder

*Tinder* adalah aplikasi layanan pencarian sosial berbasis lokasi menggunakan profil dari *Facebook* dan layanan fitur *GPS* di ponsel yang memfasilitasi komunikasi antara pengguna yang saling tertarik, yang memungkinkan kecocokkan (*match*) pengguna untuk mengobrol. Aplikasi ini biasanya digunakan sebagai layanan kencan, dan telah bercabang untuk memberikan layanan yang lebih, sehingga lebih umum dikategorikan sebagai aplikasi media sosial. Awalnya diinkubasi di dalam Palka Labs, aplikasi ini diluncurkan pada tahun 2012, dan pada tahun 2014 terdaftar sekitar satu miliar "gesekan" per hari.

*Tinder* merupakan aplikasi pertama yang "swipe", di mana pengguna menggunakan gesekan gerakan untuk memilih antara foto-foto dari pengguna lain: menggesekkan kanan bagi yang berpotensi kecocokkan yang baik dan menggesekkan kiri pada foto untuk pindah ke yang berikutnya.

**Gambar 2. 1**  
**Data pengguna aplikasi *Tinder***



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Dilansir dari situs [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/). Hasil survei Rakuten Insight pada September 2021 menunjukkan sebanyak 57,6% responden di Indonesia menggunakan aplikasi kencan daring *Tinder*. Persentase itu menjadi yang paling tinggi dibandingkan aplikasi serupa lainnya. Pengguna tertarik dengan aplikasi ini karena memudahkan mereka menemukan pasangan yang sesuai. Mereka bertemu dengan lebih banyak orang, lalu algoritma aplikasi akan menentukan tingkat kecocokan berdasarkan tes kepribadian masing-masing pengguna.

### 2.5.1 Sejarah *Tinder*

*Tinder* didirikan oleh Sean Rad, Jonathan Badeen, Justin Mateen, Joe Munoz,, Dinesh Moorjani, Chris Gylczynski, dan Whitney Wolfe, yang kemudian meninggalkan *Tinder* untuk memulai Bumble. Sumber Lain menyatakan bahwa daftar pendiri dibatasi untuk Mateen, Rad, dan Badeen, meskipun hal ini telah diperdebatkan. Rad dan Mateen telah mengenal satu sama lain sejak mereka masih empat belas tahun.

Mereka kemudian menghadiri *USC* bersama-sama dan masuk pada Internet bidang kewirausahaan. Rad telah menyatakan bahwa dorongan untuk aplikasi adalah pengamatan bahwa "tidak peduli siapa anda, anda merasa lebih nyaman mendekati seseorang jika anda tahu mereka ingin anda untuk mendekati mereka." Ia percaya bahwa "di operasi ganda" sistem bisa dibuat untuk berpotensi mengurangi stres. Rad juga telah menyatakan bahwa *Tinder* mengisi kesenjangan sosial situs untuk bertemu dengan orang asing, bukan menghubungkan dengan orang-orang pengguna yang sudah tahu.

*Tinder* kemudian unggulan di berbagai kampus-kampus, dan diperluas ke kampus-kampus lain. Aplikasi memenangkan Penghargaan *TechCrunch's* untuk "Teknologi baru terbaik tahun 2013". Pada Maret 2013, ketika aplikasi itu masih digunakan hanya di daerah tertentu, direktur media sosial Alexa Mateen menyatakan bahwa aplikasi ini dimaksudkan untuk menjadi "kesempatan untuk bertemu orang-orang yang anda biasanya tidak akan bertemu". pada Mei 2013, *Tinder* adalah salah satu dari top 25 aplikasi jejaring sosial yang tersedia di web didasarkan pada frekuensi penggunaan dan jumlah pengguna. Awalnya, bukannya menggesekkan gerakan, pengguna akan klik pada hijau "jantung" atau merah "oXo" untuk memilih atau move on dari foto-foto yang ditampilkan. *Tinder* menjadi aplikasi baru pertama layanan kencan daring untuk menjadi salah satu dari lima yang memanfaatkan layanan di web dalam waktu sekitar sepuluh tahun. (sumber: wikipedia.org) Per Oktober 2014, aplikasi ini memproses lebih dari satu miliar gesekan per hari, yang memproduksi sekitar dua belas juta kecocokkan per hari.

Rata-rata pengguna umumnya akan menghabiskan waktu sekitar satu setengah jam di aplikasi setiap hari. Setelah transisi dari mengklik fungsi *Tinder* awal yang digunakan, *Tinder* menjadi yang pertama "aplikasi menggesek", sekarang istilah untuk menggambarkan berbagai aplikasi yang menggunakan menggesekkan kiri atau kanan untuk mengontrol konten apa yang dilihat pengguna dalam mode pencarian. fungsi gesek ini sekarang di gunakan oleh beberapa perusahaan lain dan perangkat lunak.

Pada tahun 2015, *Tinder* memperkenalkan kemampuan untuk kembali ke profil yang ditolak, "memutar" jika pengguna merasa mereka membuat kesalahan—sesuatu yang sebelumnya tidak mungkin terjadi pada aplikasi. Aplikasi pendamping yang sedang dikembangkan oleh perusahaan yang berbeda yang memungkinkan pengguna untuk, misalnya, menggunakan denyut jantung pengguna untuk menentukan arah mana yang harus menggesek bukan pengguna menggesekkan dengan tangan mereka. pendamping utama situs untuk *Tinder* ialah Facebook, pengguna *Tinder* menghubungkan profil Facebook untuk memverifikasi akun *Tinder* mereka dan rincian profil.

Mengobrol di *Tinder* ini hanya tersedia antara dua pengguna yang telah digeser kanan pada salah satu foto. Pilihan pengguna yang tidak dikenal ke pengguna lain, kecuali dua individu geser ke kanan pada profil masing-masing. Namun, setelah anda memiliki kecocokkan pada aplikasi, anda dapat mengirim "Momen *Tinder*" untuk masingmasing pengguna yang cocok sekaligus, yang memungkinkan setiap kecocokkan untuk suka atau tidak suka pada foto. Situs ini

juga memiliki profil terverifikasi untuk tokoh masyarakat, sehingga selebriti dan tokoh publik lainnya dapat memverifikasi bahwa mereka adalah pengguna aplikasi.

Pada 1 Oktober 2015, *Tinder* merilis sebuah fitur baru yang disebut *Super Like* secara global. Bukannya menunjukkan anonim anda tertarik pada seseorang dengan menggesekkan kanan, anda sekarang dapat menggunakan *Super Like*, mereka yang memberitahu bahwa anda tertarik pada mereka. *Tinder* mengatakan bahwa dengan menggunakan *Super Like*, pengguna tiga kali lebih mungkin untuk menemukan sebuah kecocokkan. Pada 11 November 2015, "Saat-saat" fitur *Tinder* pensiun. Pada bulan September 2016, *Tinder* diinvestasikan dalam Vina, jaringan sosial di mana anak-anak dapat bertemu dan memelihara persahabatan baru. Kemudian pada bulan September 2016, *Tinder* mengumumkan tambahan – fitur premium yang artifisial mempromosikan pengguna lain di dekat profil.

### **2.5.2 Fitur Tinder**

Aplikasi *Tinder* memiliki fitur-fitur unggulan, seperti fitur *swipe left* dan *swipe right*. Aplikasi ini juga bisa mendeteksi berdasarkan jarak dan lokasi. Tampilan dan cara kerja *Tinder* terbilang sederhana jika dibanding aplikasi atau situs kencan lainnya. Di *Tinder* sendiri, foto adalah senjata utama. Hanya butuh beberapa detik yang dibutuhkan untuk menilai tampilan lewat foto, lalu memutuskan lanjut atau tidak. Berikut beberapa fitur yang terdapat di *Tinder* :

#### **1. Fitur Selektif *Swipe Right* dan *Swipe Left***

Sebagai fitur unggulan *Tinder*, fitur selektif *Swipe Right* digunakan untuk menyukai dan *Swipe Left* digunakan jika tidak suka, yang dapat digunakan untuk menentukan sendiri pilihan pasangan yang sesuai. Apabila *Match*

atau seseorang juga menyukai, maka secara otomatis dapat menggunakan fitur chatting atau percakapan untuk memulai berkenalan satu sama lain.

## 2. Fitur Super Like

Selain menggunakan Swipe, pengguna juga bisa mengandalkan fitur “Super Like” yang memungkinkan penerima mendapatkan notifikasi khusus mengenai akunya. Melalui fitur ini biasanya profil pengguna akan muncul di tampilan akun penerima dengan notifikasi “Super Like” yang langsung bisa direspons.

Tinder sendiri menawarkan paket-paket yang bisa dipilih, yaitu Tinder Plus dan Tinder Gold. Keduanya merupakan layanan berlangganan Tinder yang menawarkan fitur premium.

### 1. Tinder Plus

Layanan ini merupakan paket premium berlangganan yang ditawarkan Tinder. Ditawarkan dengan biaya mulai dari Rp. 40.000/ bulan. Berikut fitur-fitur premium yang ditawarkan.

- a. Unlimited Likes, yaitu Pengguna tidak memiliki batasan untuk swipe right orang lain.
- b. Rewind Last Swipe, yaitu Pengguna bisa kembali menggeser profil yang tidak sengaja tergeser.
- c. 5 Super Likes, yaitu Pengguna mendapatkan lebih banyak Super Like dibanding akun biasa dalam sehari.
- d. Boost, yaitu Pengguna mendapatkan 1 Boost per bulan yang digunakan untuk menjadi salah satu profil terbaik di wilayahnya selama 30 menit.

- e. Passport, yaitu Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berkenalan dan mengobrol dengan para pengguna lainnya di berbagai penjuru dunia.

## 2. Tinder Gold,

Layanan berlangganan Tinder Gold juga memiliki sejumlah fitur yang sama dengan Tinder Plus, yaitu Unlimited Likes, Rewind, 5 Super Likes, 1 Boost, dan Passport. dikenakan biaya sebesar Rp. 400 ribu/ 6 bulan, paket premium ini memberikan satu akses eksklusif yaitu “See who Likes You”, yang memungkinkan penggunanya untuk mengetahui orang-orang yang menyukai profil Tinder miliknya.

Selain fitur di atas, Tinder kini menambahkan fitur tombol “panic” di aplikasi kencannya. Tujuannya untuk membuat penggunanya merasa aman dan nyaman. Dalam upaya mereka memprioritaskan keselamatan pengguna.

Bekerjasama dengan aplikasi bernama Moonlight, Tinder dapat melacak lokasi pengguna dan menghubungi polisi jika terjadi keadaan darurat pada penggunanya. Selain itu, Aplikasi ini menyertakan verifikasi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengautentikasi identitas menggunakan foto terbaru.

Cara kerja tombol ‘panic’ mengharuskan pengguna untuk memasukkan informasi tentang tanggal tertentu. Mulai dari kapan pergi, kemana tujuan pergi dan dengan siapa pergi. Ketika pengguna membagikan lokasinya, memungkinkan Moonlight untuk melacaknya secara real-time. kemudian Jika pengguna menekan

tombol panic, Moonlight akan memberitahu polisi setempat atau pihak berwenang untuk menyelamatkannya.

## **2.6 Mahasiswa di Jakarta**

Jakarta adalah nama terakhir yang di resmi kan menjadi nama kota, sebelumnya masih ada nama lain sebelum kota Jakarta, seperti Batavia dan Jayakarta, kota Jakarta adalah perpaduan dari berbagai unsur negara karena Jakarta adalah kota perdagangan dan kota persinggahan para pedagang barat pada masa colonial, maka nya sekarang Jakarta mempunyai banyak etnis yang berkumpul di Jakarta.

DKI Jakarta yang biasa di sebut Jakarta, Jakarta adalah kota metropolitan yang mampu menarik orang dari daerah ke ibu kota, Jakarta adalah ibukota dari Indonesia, Jakarta juga sebagai pusat kebudayaan yang di lihat dunia, karena sebagai jantung dari ibukota Indonesia<sup>1</sup>.

Mahasiswa adalah anggota masyarakat berada pada tatanan elit karena yang pendidikan intelektual yang dimilikinya. mahasiswa juga berperan sebagai Social Control, harus mampu mengontrol sosial yang ada di lingkungan sekitar atau lingkungan masyarakat, selain pintar di bidang akademis, mahasiswa juga harus pintar dalam bersosialisasi dengan lingkungan. (Rosyadi 2021:77)

Pengertian Mahasiswa dalam peraturan pemerintah RI No. 30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Selanjutnya menurut Sarwono (1978) dalam Gafur (2017:15) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan

---

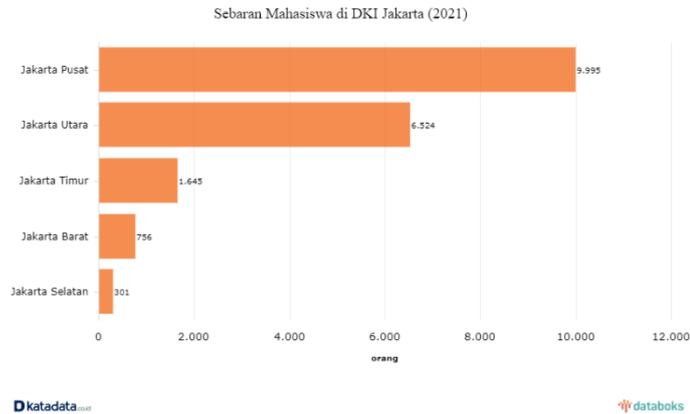
<sup>1</sup> T. Nam, T. A. Pardo, "Smart City as Urban Innovation: Focusing on Management, Policy, and Context", ICEGOV2011, September 26–28, 2011, Tallinn, Estonia.

tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun. Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan calon intelektual atau cendekiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat yang sering kali syarat dengan berbagai predikat.

Gafur (2017: 26) Sebagai mahasiswa berbagai macam label pun disandang, ada beberapa macam label yang melekat pada diri mahasiswa, misalnya:

1. *Direct Of Change*, mahasiswa bisa melakukan perubahan langsung karena SDM-nya yang banyak.
2. *Agent Of Change*, mahasiswa adalah agen perubahan, maksudnya sumber untuk melakukan perubahan.
3. *Iron Stock*, sumber daya manusia dari mahasiswa itu tidak akan pernah habis.
4. *Moral Force*, mahasiswa itu kumpulan orang yang memiliki moral yang baik.
5. *Social Control*, mahasiswa itu pengontrol kehidupan sosial, contoh mengontrol kehidupan sosial yang dilakukan masyarakat.

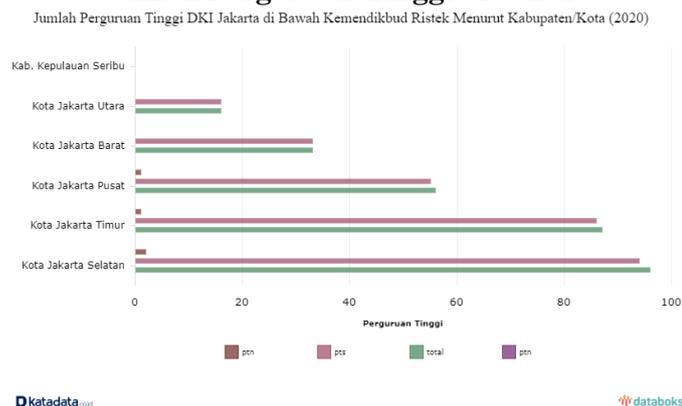
**Gambar 2. 2**  
**Data Mahasiswa di Jakarta**



Sumber : *databoks.katadata.co.id*

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), ada 19.221 mahasiswa tercatat di DKI Jakarta pada 2021. Sebaran terbanyaknya berada di Jakarta Pusat, yakni 9.995 mahasiswa. Kemudian sebanyak 6.524 mahasiswa terdapat di Jakarta Utara, sedangkan Jakarta Timur memiliki 1.645 mahasiswa. Sebanyak 756 mahasiswa terdapat di Jakarta Barat, dan 301 mahasiswa di Jakarta Selatan.

**Gambar 2. 3**  
**Jumlah Perguruan Tinggi di Jakarta**



Sumber : *databoks.katadata.co.id*

Sebanyak 288 perguruan tinggi berada di DKI Jakarta pada 2021. Rinciannya, ada 284 perguruan tinggi swasta (PTS) dan empat perguruan tinggi negeri (PTN).

## **2.7 Teori Johari Window**

Teori Johari Window atau jendela Johari merupakan sebuah teori yang digunakan untuk membantu orang dalam memahami hubungan antara dirinya sendiri dan orang lain. Teori ini digagas oleh dua orang psikolog Amerika, yaitu Joseph Luft dan Harrington Ingham pada tahun 1955. Teori Johari window disebut juga teori kesadaran diri mengenai perilaku maupun pikiran yang ada di dalam diri sendiri maupun di dalam diri orang lain.

Teori jendela Johari berkaitan dengan Emotional Intelligence Theory yang berhubungan dengan kesadaran dan perasaan manusia. Window atau jendela merupakan suatu hal yang menggambarkan bahwa teori ini memiliki empat bagian seperti jendela. Johari merupakan singkatan dari dua orang yang menciptakan teori tersebut, yaitu “Jo” berarti Joseph dan “Hari” berarti Harrington. Komunikasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan dari komunikator kepada komunikan untuk mencapai makna yang sama.

Komunikasi membutuhkan umpan balik dari seseorang yang artinya bahwa komunikasi tersebut dapat berjalan dengan baik. Komunikasi yang baik membutuhkan penerapan teori jendela Johari yang berfungsi untuk memahami perasaan, kesadaran, dan tingkah laku lawan bicara agar terjalin komunikasi yang efektif. Johari window adalah jendela dengan empat bagian yang menggambarkan

bahwa manusia terdiri atas empat *self* (diri). Konsep teori Johari window digunakan untuk menciptakan hubungan intrapersonal dan interpersonal, yaitu hubungan pada diri sendiri dan hubungan antara diri sendiri dan orang lain. Konsep teori jendela Johari ini memiliki empat kamar atau empat perspektif yang masing-masing memiliki istilah dan makna yang berbeda, dimana setiap makna mengandung pemahaman-pemahaman yang mempengaruhi pandangan seseorang. Apakah perilaku, perasaan, dan kesadaran yang dimiliki hanya dapat dipahami oleh dirinya sendiri, hanya dipahami oleh orang lain, atau keduanya dapat memahaminya.

**Gambar 2. 4**  
**Model teori jendela Johari dalam proses *Self-disclosure***



*Sumber Gambar : Pakarkomunikasi.com*

Adapun konsep teori jendela Johari ini terbagi menjadi empat bagian di antaranya sebagai berikut (Desayu dan Dr. Rismawaty, 2021:282) :

#### 1. *Open Self*

Daerah terbuka (*open self*) berisikan semua informasi perilaku, sikap, perasaan keinginan, motivasi, gagasan, dan sebagainya yang diketahui oleh diri sendiri dan oleh orang lain. Macam informasi yang termasuk di sini dapat beragam mulai dari nama, warna kulit, dan jenis

kelamin seseorang sampai pada usia, keyakinan politik, dan agama. Daerah terbuka masing-masing orang akan berbeda-beda besarnya bergantung pada dengan siapa orang ini berkomunikasi. Ada orang yang membuat kita merasa nyaman dan mendukung kita; terhadap mereka, kita membuka diri kita lebar-lebar. Terhadap orang yang lain, kita lebih suka menutup sebagian besar diri kita.

Besarnya daerah terbuka juga berbeda-beda dari satu orang ke orang lain. Sebagian orang cenderung mengungkapkan keinginan dan perasaan mereka yang paling dalam. Lainnya lebih suka berdiam diri baik dalam hal yang penting maupun tak penting. Tetapi kebanyakan di antara kita membuka diri kepada orang-orang tertentu pada waktu-waktu tertentu.

Makin kecil kuadran pertama", menurut Luft (1970). "makin buruk komunikasi." Komunikasi bergantung pada sejauh mana kita membuka diri kepada orang lain dan kepada kita sendiri. Jika kita tidak membiarkan orang lain mengenal kita, komunikasi menjadi sangat sukar. Jika malah tidak mungkin, kita dapat berkomunikasi secara bermakna hanya bila kita saling mengenal dan juga mengenal diri sendiri. Untuk meningkatkan komunikasi, kita terlebih dulu harus berusaha memperbesar daerah terbuka ini.

Perubahan pada daerah terbuka atau pada sebaran daerah atau kuadran akan mengakibatkan perubahan pada kuadran yang lain. Bayangkanlah, sebuah jendela yang besarnya tetap, dengan besar setiap kotak dapat berubah-ubah, adakalanya kecil, adakalanya besar. Jika salah satu kotak menjadi lebih kecil, kotak lain akan menjadi lebih besar. Begitu

juga, jika salah satu kotak menjadi lebih besar, kota lain pasti menjadi lebih kecil. Daerah-daerah diri ini, dengan demikian, tidaklah saling terpisah sendiri. Mereka masing-masing bergantung pada yang lain.

## 2. *Blind Self*

Daerah buta berisikan informasi tentang diri kita yang diketahui orang lain tetapi kita sendiri tidak mengetahuinya. Ini dapat berupa kebiasaan-kebiasaan kecil mengatakan "tahu kan" atau memegang megang hidung bila Anda marah atau hal-hal lain yang lebih berarti seperti sikap defensif, atau pengalaman terpendam. Sebagian orang mempunyai daerah buta yang luas dan tampaknya tidak menyadari berbagai kekeliruan yang dibuatnya. Orang lain kelihatannya sangat cemas jika memiliki sedikit saja daerah buta. Mereka berusaha melakukan terapi dan mengikuti semua kegiatan kelompok penyadaran diri. Sementara orang yang lain mengira mereka tahu segalanya tentang diri mereka sendiri, percaya bahwa mereka telah menghilangkan daerah buta ini sampai nol.

Masih ada lagi orang yang hanya berpura-pura ingin mengurangi daerah buta mereka. Mereka menunjukkan kesediaan untuk mendengar tentang diri mereka, tetapi baru saja komentar bernada negatif muncul, mereka bersikap defensif dan membela diri. Kebanyakan dari kita terletak di antara ekstrem-ekstrem ini. Komunikasi menuntut keterbukaan pihak-pihak yang terlibat. Bila ada daerah buta, komunikasi menjadi sulit. Tetapi, daerah seperti ini akan selalu ada pada diri kita masing-masing. Walaupun

kita dapat menciutkan daerah ini, menghilangkannya sama sekali tidaklah mungkin.

### 3. *Hidden Self*

Daerah tertutup (*hidden self*) mengandung semua hal yang Anda ketahui tentang diri sendiri dan tentang orang lain tetapi anda simpan hanya untuk anda sendiri. Ini adalah daerah tempat anda merahasiakan segala sesuatu tentang diri sendiri dan tentang orang lain. Pada ujung ujung ekstrem, terdapat mereka yang terlalu terbuka (*overdisclosers*) dan mereka yang terlalu tertutup (*underdisclosers*). Mereka yang terlalu terbuka menceritakan segalanya. Mereka tidak menyimpan rahasia tentang diri sendiri dan tentang orang lain. Mereka akan menceritakan kepada Anda kisah keluarga, masalah seksual, masalah perkawinan, keadaan keuangan, tujuan, kesuksesan dan kegagalan, pokoknya segala macam. Masalah dengan mereka yang terlalu terbuka ini adalah bahwa mereka tidak membedakan antara orang-orang yang boleh dan seharusnya tidak boleh mendengar pengungkapan ini. Selanjutnya, mereka juga tidak membedakan berbagai informasi yang boleh mereka ungkapkan dan informasi yang seharusnya mereka rahasiakan.

Mereka yang terlalu tertutup tidak mau mengatakan apa-apa. Mereka akan berbicara tentang Anda tetapi tidak tentang mereka sendiri. Anda mungkin merasa bahwa mereka takut ditolak. Anda mungkin merasa ditolak karena mereka tidak mau mempercayai Anda. Bila Anda menolak mengungkapkan segala sesuatu tentang diri Anda kepada orang lain

#### 4. *Unknown Self*

Daerah gelap (*unknown self*) adalah bagian dari diri kita yang tidak diketahui baik oleh kita sendiri maupun oleh orang lain. Ini adalah informasi yang tenggelam di alam bawah sadar atau sesuatu yang dari perhatian.

Kira memperoleh gambaran mengenai daerah gelap ini dari sejumlah sumber. Ada kalanya, daerah ini terungkap melalui perubahan temporer akibat minum obat, melalui kondisi eksperimen khusus seperti hipnotis atau deprivasi mimpi. Eksplorasi daerah gelap melalui interaksi yang terbuka, jujur, empatik, dan saling percaya dengan orang lain, orang tua, sahabat, konselor, anak-anak, kekasih merupakan cara efektif untuk mendapatkan gambaran ini.

### **2.8 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah hasil pemikiran yang rasional merupakan uraian yang bersifat kritis dan memperkirakan hasil penelitian yang dicapai dan dapat mengantarkan penelitian pada rumusan hipotesa (Nawawi, 2001:40). Peneliti akan menjelaskan kerangka pemikirannya sebagai berikut :

**Gambar 2.5**  
**Kerangka Pemikiran**

