

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Berbicara tentang kehidupan sosial, maka tidak akan lepas dengan komunikasi. Komunikasi merupakan kebutuhan primer setiap makhluk hidup untuk mengkomunikasikan apa yang dirasakan, dilihat, diperhatikan oleh setiap makhluk hidup. menurut paradigma Laswell Komunikasi sendiri adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu<sup>1</sup> Manusia sebagai makhluk sosial menggunakan komunikasi sebagai alat penyampai pesan yang diinginkannya terhadap orang lain sehingga orang lain tersebut dapat menanggapinya. Bentuk komunikasi yang disampaikan manusia dapat berupa komunikasi verbal maupun nonverbal dan disampaikan melalui berbagai media, salah satu media komunikasi adalah Sosial Media. Sosial media adalah sebuah media yang digunakan untuk berkomunikasi satu sama lain dan dilakukan secara on line ( menggunakan jaringan internet ) yang memungkinkan manusia untuk saling berkomunikasi atau berinteraksi tanpa adanya batasan ruang

---

<sup>1</sup> Onong uchjana. Ilmu komunikasi teori dan praktek. 2013. Hal 09

dan waktu<sup>2</sup>. Zaman sekarang merupakan era dimana manusia akan selalu bersingungan dengan sosial media, mulai dari sosial media yang tidak membutuhkan jaringan internet untuk mengaksesnya, seperti koran dan majalah serta sosial media yang menggunakan jaringan internet untuk mengaksesnya diantaranya facebook, twitter, youtube, Instagram, dan lain sebagainya, yang dapat di akses dimana saja dengan menggunakan laptop ataupun smartphone. Perkembangana sosial media yang sangat cepat saat ini dikarenakan semua orang sperti bisa memiliki media sendiri. Apabila untuk memeiliki salah satu media tradisional seperti televisi atau koran dibutuhkan biaya yang apabila di akumulasi sangat besar serta membutuhkan keterlibatan banyak orang, maka tidak dengan sosial media. Pengguna sosial media hanya membutuhkan jaringan internet yang memadai, yang tentunya tanpa membutuhkan biaya yang besar, alat – alat yang mahal dan tidak membutuhkan keterlibatan orang banyak. Pengguna sosial media dengan mudah mengedit, menambahkan baik itu tulisan, gambar, video dan konten lainnya.

Sosial media sekarang ini seakan menjadi kebutuhan yang harus terpenuhi bagi manusia apalagi dimudahkan dengan adanya internet, laptop dan smartphone sehingga terkadang batasan – batasan antara kebutuhan umum dan kebutuhan pribadi seakan sangat tidak ada sekat lagi antara manusia satu dengan yang lainnya. Hal ini

---

<sup>2</sup> [Blogspot.com/2015/03/pengertian-sosial-media-dan-contohnya](http://Blogspot.com/2015/03/pengertian-sosial-media-dan-contohnya). 23-08-2016

menimbulkan kecenderungan manusia untuk terus mengikuti perkembangan dari sosial media itu sendiri, mulai dari suatu hal atau peristiwa yang sedang buming di sosial media bisa secara tidak langsung mempengaruhi manusia itu sendiri baik secara pola pikir, bertindak, bersosialisasi dan melakukan aktifitas sehari – hari.

Salah satu sosial media yang banyak digunakan adalah Instagram. Instagram adalah suatu jejaring sosial yang mempunyai tujuan untuk membantu penggunanya membagikan foto kepada pengguna lainnya. Instagram sendiri sekarang ini penggunaannya tidak hanya terbatas pada smartphone atau gadget saja melainkan sudah bisa di gunakan pada laptop dengan spesifikasi tertentu. Instagram pertama kali dibuat oleh perusahaan Burb INC, perusahaan Burb INC adalah sebuah perusahaan yang memproduksi software dan aplikasi untuk gadget atau smartphone yang berkerja sama dengan Mike Krieger dan Kevin system, mereka berdua merupakan dua orang penting di dalam terciptanya Instagram. Instagram di realis pertama kali bersama perusahaan Burb INC di awal tahun 2010 dan selama selang waktu 10 bulan dari perilisian awalnya, Instagram mempunyai lebih dari 7 juta pengguna aktif. Instagram sebagai aplikasi sosial media yang bisa dikatakan masih baru dibandingkan aplikasi yang sudah ada sebelumnya, perkembangan Instagram sangatlah luar biasa hal ini terjadi mungkin di karena fitur dari instagram sendiri yang berbasis foto dan video yang bisa menghubungkan pengguna secara universal

hampir seluruh dunia dengan menggunakan “Tagar” atau “Hastag” dengan tanda “ # “ kemudian dengan *caption* atau judul yang sama atau saling berhubungan maka seluruh pengguna Instagram yang pernah menggunakan *Hashtag* yang sama akan mengetahui apa yang sedang anda postingkan di Instagram. Seiring dengan banyak digunakan *hashtag* – *hashtag* yang sama oleh para pengguna instagram untuk mempostingkan foto atau video yang mereka buat maka akan banyak yang menyukai dan tertarik dengan postingan yang ada di Instagram baik secara umum atau sesuai dengan *hashtag* yang mereka buat.

Salah satu fenomena sosial media yang muncul karena adanya Instagram adalah komunitas *Instameet* atau *Igers*. Komunitas ini terbentuk dari adanya salah satu fitur dan kemudahan dari aplikasi Instagram untuk menghubungkan secara langsung pengguna Instagram lainnya dengan menggunakan “*hashtag*” atau “#” untuk saling mengakses atau melihat foto antara pengguna yang tergabung dalam *hashtag* yang sama. *Instameet* merupakan ajang pertemuan antar pengguna instagram yang diselenggarakan di berbagai kota di seluruh dunia. Disini pengguna sebagai peserta bisa saling berkomunikasi dan bersosialisasi dengan peserta lain, atau hunting foto bersama. Foto – foto dari hasil pertemuan atau kegiatan tersebut nantinya akan diunggah di instagram dengan memakai *hashtag* #*instameet* dan # *instameet* (nama kota).

*Hashtag* atau # sendiri adalah kata atau frase tanpa spasi yang diawali dengan simbol “ hash “ ( #)., ini adalah bentuk tag metadata. Kata – kata dalam pesan pada microblogging dan jejaring sosial seperti Twitter, facebook, Google+ dan Instagram dapat ditandai dengan menambahkan atau menempatkan “ # “ di depan mereka. Sebuah hashtag hanya terhubung dan tidak dapat terhubung dengan gambar atau pesan multi platform atau platform yang berbeda. Misalkan hasil sebuah unggahan dengan menggunakan konten hashtag pada sosial media Instagram tentu tidak akan sama dengan konten hashtag dengan sosial media lainnya seperti twitter atau facebook. Hashtag difungsikan untuk mengolongkan tema atau topik yang telah di unggah oleh banyak pengguna sehingga lebih spesifik dan mudah untuk ditemukan dalam sosial media. Di sisi lain hashtag juga mempermudah pengguna sosial media yang sama lainnya untuk mencari topik yang saling berhubungan. Dala dunia digital, khususnya digital konten marketing pada sosial media, hashtag berguna untuk mengelompokkan sebuah tema atau informasi produk agar mempermudah orang lain atau calon customer dapat menemukan informasi yang kita sampaikan pada sebuah unggahan di sosial media dengan hashtag tertentu<sup>3</sup>.

Beberapa orang yang dianggap sebagai penggagas Instameet atau

---

<sup>3</sup> [Organix-digital.com/blog/read/definisi-dan-fungsi-hashtag-pada-sosial-media](http://Organix-digital.com/blog/read/definisi-dan-fungsi-hashtag-pada-sosial-media). 02-09-2016

Igers di Indonesia adalah Ernanda Putra, Jagat Natha, Dicky Iman Nassa dari Jakarta serta Gigit Hartanto, Arie Novwan dari Bandung. Mereka sebelumnya pernah mengadakan photowalk Instameet pertama yang sukses di gelar di TMII, Jakarta. Dalam acara tersebut mereka bisa menghadirkan beberapa pengguna Instagram lainnya namun belum terlalu banyak. Terinspirasi dari acara tersebut, mereka dan beberapa orang pengguna dari Indonesia kembali menggelar acara Instameet kedua. Dengan hanya melalui pengumuman secara singkat di Instagram, mereka berhasil mengumpulkan 23 Instagramer dari 6 kota berbeda seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Makassar, Samarinda hingga yang terjauh adalah Bali. Dalam acara instameet yang kedua ini mereka mengambil lokasi yaitu gunung Bromo sebagai tempat berkumpul. Dan hasilnya, hasil foto-foto instameet tersebut di gunung Bromo banyak mendapatkan feedback positif dari pengguna instagram lainnya, hal itu di buktikan dengan jumlah “like” pada foto-foto hasil unggah Instameet dengan menggunakan konten hashtag “ #InstameetBromo “. Dan yang membuat Instameet ini menjadi sesuatu yang menarik adalah dari keseluruhan acara instameet tersebut mereka menggunakan dana individu masing – masing serta kebanyakan dari instgramer tersebut baru bertemu dan bertatap muka untuk pertama kalinya dalam instameet tersebut, namun hal itu tidak

menjadi masalah bagi mereka untuk saling bersosialisasi.<sup>4</sup> Berawal dari merekalah trend Instameet menjadi populer dikalangan pengguna instagram lain – lainnya. Bahkan sekarang hampir di setiap kota di Indonesia mempunyai komunitas instameet masing - masing.

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai salah satu aplikasi sosial media yaitu Instagram yang bertema “KOMUNIKASI INTRA PERSONAL SEBAGAI SELF DISCLOSURE ANGGOTA KOMUNITAS INSTAMEET PONOROGO TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”. Sehingga dapat diketahui latar belakang anggota komunitas Instagram yaitu instameet Ponorogo bergabung dalam komunitas tersebut .

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Adapun pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa yang melatar belakangi anggota Igers Ponorogo bergabung dengan komunitas tersebut ?

---

<sup>4</sup> M.detik.com/ instameet-jilid-ii-mengabadikan-kecantikan-gunung-bromo. 02-0-2016.

2. Perubahan apa yang terjadi pada anggota setelah bergabung dengan komunitas Igers Ponorogo ?
3. Bagaimana *Self Disclosure* anggota Instameet dalam sosial media sehingga mempengaruhi pengguna sosial media lain untuk bergabung ?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi inrapersonal anggota komunitas Igers ponorogo sehingga melatar belakangi bergabung dengan komunitas tersebut
2. Untuk mengetahui perubahan apa yang terjadi pada anggota setelah bergabung dengan komunitas Igers Ponorogo
3. Untuk mengetahui *Self Disclosure* anggota Instameet dalam sosial media sehingga mempengaruhi pengguna sosial media lain untuk bergabung

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Bagi Peneliti, dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberi tambahan ilmu serta pengetahuan baik dari praktisnya bagi



peneliti, untuk mengetahui lebih jauh mengenai materi dari peneliti itu sendiri serta hal-hal yang berkaitan dengan kajian ilmu yang sesuai dengan bidang ilmu yang peneliti teliti dapatkan selama perkuliahan. Dengan penelitian ini juga memberikan wawasan kepada peneliti, bahwa komunikasi tidak hanya terjadi antara dua orang yang masing – masing sebagai yaitu komunikator dan komunikan melainkan komunikasi juga terjadi didalam diri kita sendiri sebagai seorang komunikator dan komunikan.

2. Bagi Universitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dijadikan literatur dalam mendukung materi-materi perkuliahan bagi Universitas, program studi, dan mahasiswa ataupun mahasiswi ilmu komunikasi lainnya, khususnya studi tentang komunikasi intrapersonal sehingga bisa menjadi bahan penelitian di kemudian hari.

#### **E. DEFINISI KONSEPTUAL**

Definisi konseptual merupakan penjelasan atas istilah yang kita gunakan dengan menggunakan bahasa kita sendiri. Jika masih menyertakan pendapat ahli atau orang lain, maka kita tetap harus menyimpulkan pendapat orang tersebut dengan pendapat kita sehingga diperoleh sebuah arti istilah yang sesuai dengan yang kita maksudkan.

Berdasarkan pada judul penelitian ini maka diuraikan penegasan istilah yang terdapat di dalam judul sebagaimana berikut :

#### 1. Komunikasi

Komunikasi atau dalam bahasa inggris *Cummunication* menurut asal katanya berasal dari bahasa latin *Communicaten*, dalam kata ini bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam suatu komunikasi maka komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang sedang dikomunikasikan, antara penerima dan pengirim sepaham tentang suatu pesan tertentu.<sup>5</sup>

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu<sup>6</sup>

#### 2. Komunikasi Intra Personal

Komunikasi Intra Personal adalah proses yang terjadi didalam individu mulai dari kegiatan menerima pesan atau informasi, mengolah, menyimpan dan menghasilkan tanggapan (*feedback*).<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Onong uchjana. Ilmu komunikasi teori dan praktek. 2001: Ros da. Hal 9

<sup>6</sup> Onong uchjana. Ilmu komunikasi teori dan praktek. 2013. Hal 09

<sup>7</sup> [www.ilmupsikologi.com/2015/08/pengertian-dan-contoh-komunikasi-intrapersonal.html?m=1](http://www.ilmupsikologi.com/2015/08/pengertian-dan-contoh-komunikasi-intrapersonal.html?m=1)

### 3. *Self Disclosure*

*Self Disclosure* (pengungkapan diri) adalah tipe khusus dari percakapan di mana kita berbagi informasi dan perasaan pribadi dengan orang lain (Canary, Cody & Manusov, 2003; Dindia, 2002)

### 4. Instagram

Instagram adalah Instagram adalah suatu jejaring sosial yang mempunyai tujuan untuk membantu penggunanya membagikan foto kepada pengguna lainnya. Instagram pertama kali dibuat oleh perusahaan Burb Inc, perusahaan Burb Inc adalah sebuah perusahaan yang memproduksi software dan aplikasi untuk gadget atau smartphone yang berkerja sama dengan Mike Krieger dan Kevin Systrom, mereka berdua merupakan dua orang penting di dalam terciptanya Instagram.

## F. LANDASAN TEORI

### 1. *Self disclosure*

*Self disclosure* adalah (pengungkapan diri) adalah tipe khusus dari percakapan di mana kita berbagi informasi dan perasaan pribadi dengan orang lain (Canary, Cody & Manusov, 2003; Dindia, 2002).

Rasa suka dan pengungkapan diri cenderung berjalan

beriringan, seperti yang di tunjukan dalam meta-analisis terhadap banyak studi tentang pengungkapan diri (collin & miller, 1994). Rasa suka adalah penyebab penting dalam pengungkapan diri. Kita mengungkapkan lebih banyak kepada orang yang kita sukai dan kita percayai ketimbang kepada orang asing atau kepada orang yang tidak kita sukai. Pengungkapan diri juga dapat menimbulkan rasa suka. Kita cenderung menyukai orang yang mengungkapkan informasi tentang dirinya kepada kita, mungkin karena kita menggap hali itu sebagai tanda kehangatan, persahabatan dan rasa percaya. Terahir, mengungkapkan informasi personal kepada orang lain dapat memperkuat rasa suka kepada orang itu.

faktor penting dalam hubungan rasa suka – pengungkapan diri adalah resiprositas. Pengungkapan diri cenderung di balas dengan pengungkapan diri (dindia, 2002). Jika berbagi informasi pribadi dengan orang lain, dia mungkin akan merespon dengan cara yang sama. Salah satu penjelasan efek ini adalah karena adanya norma resiprositas : jika seseorang memberi tahu kita sesuatu hal yang bersifat pribadi, kita diharapkan merespon dengan pengungkapan yang sama. Secara umum, kita menyukai orang yang mau berbagi pengungkapan diri (altman & taylor, 1973)

Berbicara tentang pengungkapan diri (self disclosure) diri

maka kita akan membahas tentang sensasi, persepsi, memori dan berfikir.

a. Sensasi

Sensasi adalah tahap paling awal penerimaan informasi ialah sensasi. Sensasi berasal dari kata “*sense*” yang artinya alat pengindraan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. “bila alat – alat indera mengubah informasi menjadi impuls-impuls saraf – dengan “bahasa” yang dipahami (komputer) otak – maka terjadilah proses sensasi,” kata Dennis Coon (1977: 79).

Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera,” tulis Benjamin B. Wolman (1973: 3443)<sup>8</sup>.

b. Persepsi

Persepsi adalah Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan – hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus atau inderawi ( sensory stimuli ). Hubungan sensasi dan persepsi

---

<sup>8</sup> Jalaluddin rahmat. Psikologi komunikasi remaja ros dakarya 2013 Hal. 48

sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori<sup>9</sup>.

### c. Memori

Dalam komunikasi Intrapersonal, memori memegang peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi baik persepsi (dengan kerangka rujukan) maupun berfikir (yang akan kita uraikan nantinya). Mempelajari memori akan membawa kita pada psikologi kognitif terutama sekali, pada model manusia pengolah informasi. Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Itu tadi adalah definisi dari Schlessinger dan Groves (1976: 352). Setiap saat stimuli mengenai indra kita, setiap saat pula stimuli itu direkam manusia sadar atau tidak sadar. Menurut John Graffith ahli matematika, kemampuan rata – rata manusia menyimpan informasi adalah  $10^{11}$  (seratus triliun) bit.

---

<sup>9</sup> Jalaluddin rahmat. Psikologi komunikasi remaja ros dakarya 2013 Hal. 54

Secara singkat memori melewati tiga proses: perekaman, penyimpanan dan pemanggilan. Perekaman (disebut *Encoding*) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkuit saraf internal. Penyimpanan (disebut *storage*), proses kedua merupakan penentuan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa, dan dimana. Penyimpanan bisa aktif atau pasif. Kita Menyimpan secara aktif bila menambahkan informasi tambahan. Kita mengisi informasi yang tidak lengkap dengan kesimpulan kita sendiri. Penyimpanan pasif terjadi tanpa adanya penambahan informasi. Pemanggilan (*retrieval*), dalam bahasa sehari – hari mengingat lagi, adalah menggunakan informasi yang sudah disimpan (Mussen dan //rosenzweig, 1973: 499).<sup>10</sup>

d. Berfikir

Secara garis besar ada macam berfikir diantaranya berfikir *autistik* dan berfikir *realistik*. Yang pertama mungkin lebih tepat disebut melamun. Fantasi, menghayal, wishful thinking, adalah beberapa contoh berfikir *autistik*. Dengan berfikiran *autistik* orang melarikan diri dari kenyataan, dan melihat hidup sebagai gambar – gambar fantastis. Berfikir *realistik*, disebut juga nalar (*reasoning*), ialah berfikir dalam

---

<sup>10</sup> Jalaluddin rahmat. Psikologi komunikasi remaja ros dakarya 2013 Hal. 62 - 63

rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata. Floyd L. Ruch menyebut tiga macam berfikir realistik yaitu deduktif, induktif dan evaluatif (Ruch, 1967: 336)<sup>11</sup>.

- a. Berfikir *deduktif*, ialah mengambil kesimpulan dari dua pernyataan: yang pertama merupakan pernyataan umum. Dalam logika, ini disebut *silogisme*. Berfikir deduktif dapat dirumuskan “jika A benar, dan B benar, maka akan terjadi C.”
- b. Berfikir *Induktif*, mengambil kesimpulan dari hal – hal yang khusus menjadi hal – hal yang umum.
- c. Berfikir *Evaluatif*, ialah berfikir kritis, menilai baik buruknya, tepat atau tidaknya suatu gagasan. Dalam berfikir evaluatif, kita tidak menambah atau mengurangi gagasan. Kita menilainya menurut kriteria tertentu.

Meskipun pengungkapan diri dapat memperkuat rasa suka dan mengembangkan hubungan, ia juga mengandung resiko (derlega, 1984). Mengungkapkan informasi personal akan menempatkan kita dalam posisi rawan (beresiko), resiko tersebut antara lain :

1. Pengabaian. Terkadang orang lain tidak peduli dengan pengungkapan diri kita dan sama sekali tidak tertarik untuk mengenal kita.

---

<sup>11</sup> J alaluddin rahmat. Psikologi komunikasi remaja ros dakarya 2013 Hal. 69



2. Penolakan. Informasi diri yang kita ungkapkan terkadang menimbulkan penolakan sosial. Misal kita tidak memberi tahu teman kita bahwa kita menderita epilepsi, karena khawatir informasi ini akan membuat kita tidak diterima sebagai teman.
  3. Hilangnya kontrol. Terkadang orang memanfaatkan informasi yang kita berikan kepadanya sebagai alat untuk menyakiti kita atau untuk mengontrol perilaku kita.
  4. Penghianatan. Bila kita mengungkapkan informasi personal kepada orang lain maka kita berharap agar menjadi informasi untuk dia sendiri bahkan dengan tegas meminta untuk merahasiakannya. Tetapi terkadang orang itu berkhianat.
- Secara sederhana, mungkin ada ketegangan antara ingin mengungkapkan dan ingin melindungi privasi. Tujuan kita seringkali adalah untuk mengontrol informasi yang dimiliki orang lain tentang kita – kita ingin berbagi hal-hal yang memang ingin kita bagikan saja.

## 2. Proskemik

Proskemik adalah studi tentang penggunaan jarak dalam penyampaian pesan. Istilah ini dilahirkan oleh seorang antropolog interkultural Edward T. Hall. Hal ini dibagi menjadi 4 macam jarak yaitu jarak publik, jarak sosial, jarak personal dan jarak akrab. Dikatakan bahwa jarak yang dibuat individu dalam hubungannya dengan orang lain menunjukkan tingkat keakraban

diantara mereka. Kita menganggap orang lain berdasarkan jarak yang dibuat orang itu dengan orang lain lagi, atau jarak yang dibuat orang itu dengan kita. Kita juga dapat menetapkan persepsi dengan cara melihat caranya orang itu mengatur ruang<sup>12</sup>.

### 3. Teori Atribusi

Manusia selalu cenderung ingin mengetahui sikap atau tingkah lakunya sendiri atau tingkah laku orang lain. Teori Atribusi memberikan gambaran yang menarik mengenai tingkah laku manusia. Teori ini memberikan perhatian pada bagaimana seseorang sesungguhnya bertingkah laku. Teori Atribusi menjelaskan bagaimana orang menyimpulkan penyebab tingkah laku yang dilakukan diri sendiri atau orang lain.

Teori ini menjelaskan proses yang terjadi dalam diri kita sehingga kita memahami tingkah laku kita dan orang lain.<sup>13</sup>

Fritz Heider, pendiri teori atribusi, mengemukakan beberapa penyebab yang mendorong orang memiliki tingkah laku tertentu:

- a. Penyebab situasional (orang dipengaruhi oleh lingkungannya)

---

<sup>12</sup> Jalaludin. Psikologi Komunikasi. 1985. Hal 83.

<sup>13</sup> Morissan. Teori Komunikasi individu hingga massa. 2013. Kharisma Putra Utama : hal. 75

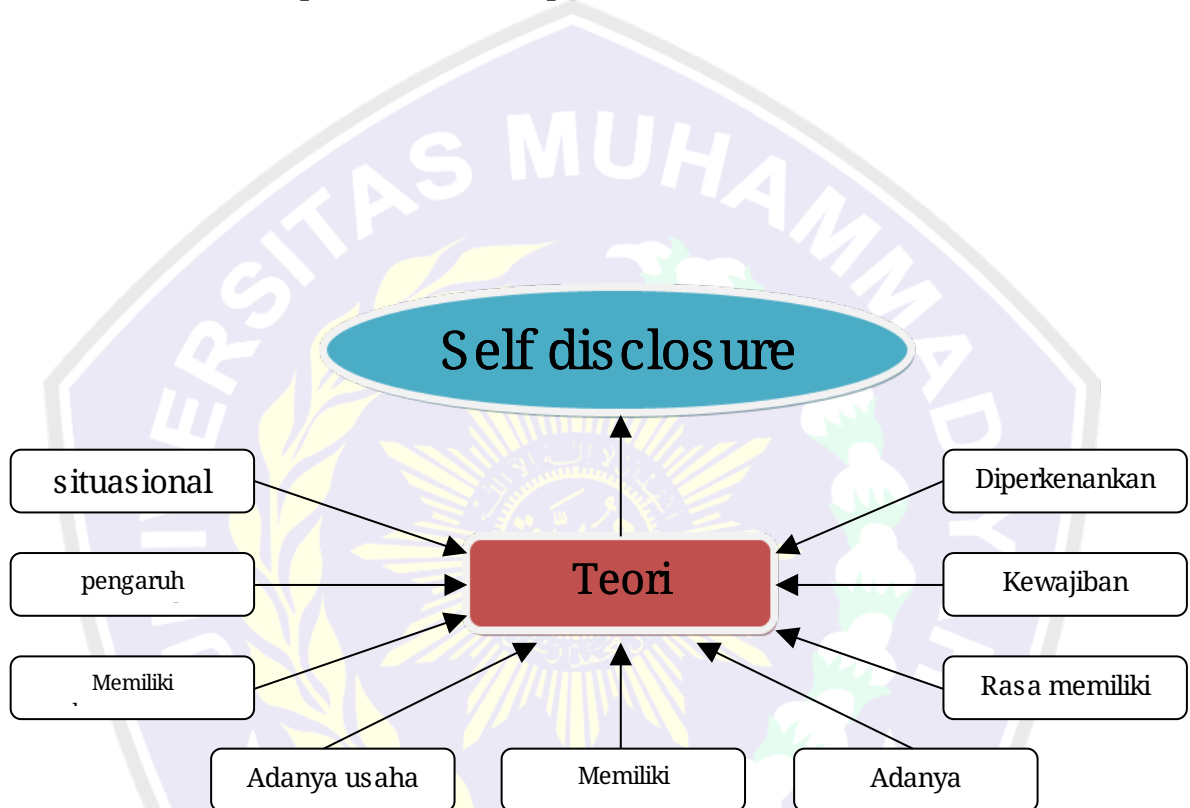
- b. Adanya pengaruh personal ( ingin memengaruhi sesuatu secara pribadi )
- c. Memiliki kemampuan ( mampu melakukan sesuatu )
- d. Adanya usaha ( mencoba melakukan sesuatu )
- e. Memiliki keinginan ( ingin melakukan sesuatu )
- f. Adanya perasaan ( perasaan menyukai sesuatu )
- g. Rasa memiliki ( ingin memiliki sesuatu )
- h. Kewajiban ( perasaan harus melakukan sesuatu )
- i. Diperkenankan ( di perbolehkan melakukan sesuatu )

#### **G. Kerangka Pemikiran Konseptual**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan salah satu Teori Komunikasi Intrapersonal yaitu Teori Atribusi untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi individu untuk pengungkapan diri (self disclosure), teori ini di kemukakan oleh Fritz Heider. Teori ini membahas tentang bagaimana tingkah laku dari diri sendiri ataupun orang lain di tentukan oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Penyebab situasional ( orang dipengaruhi oleh lingkungannya)
- b. Adanya pengaruh personal ( ingin memengaruhi sesuatu secara pribadi )
- c. Memiliki kemampuan ( mampu melakukan sesuatu )
- d. Adanya usaha ( mencoba melakukan sesuatu )

- e. Memiliki keinginan ( ingin melakukan sesuatu )
- f. Adanya perasaan ( perasaan menyukai sesuatu )
- g. Rasa memiliki ( ingin memiliki sesuatu )
- h. Kewajiban ( perasaan harus melakukan sesuatu )
- i. Diperkenankan ( di perbolehkan melakukan sesuatu )



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

## H. METODE PENELITIAN

Metode berasal dari bahasa Yunani “ *Methodos*” yang berarti cara atau jalan yang ditempuh. Jika dihubungkan dengan suatu penelitian ilmiah, maka metode menyangkut masalah – masalah dan cara kerja untuk dapat memahami suatu objek yang menjadi bahan penelitian ilmu yang bersangkutan. Fungsi metode adalah sebagai

alat untuk mencapai tujuan.

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang dipergunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif deskriptif fenomenologi. Fenomenologi diartikan sebagai: 1) pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologis; 2) suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang (Husserl). Istilah 'fenomenologi' sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjuk pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis dan tipe subjek yang ditemui. Dalam arti yang lebih khusus, istilah ini mengacu pada penelitian terdisiplin tentang kesadaran dari perspektif pertama seseorang<sup>14</sup>.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis fenomenologi Komunitas Instameet Ponorogo berdasarkan komunikasi Intrapersonal self disclosure anggota komunitas tersebut. Dengan

---

<sup>14</sup> Moleong. Metodologi Penelitian Kualitatif. 1989. Remaja Rosdakarya : hal. 14 - 15

menggunakan model teori Atribusi Fritz Heider, dengan menghubungkan self disclosure dengan beberapa aspek, diantaranya:

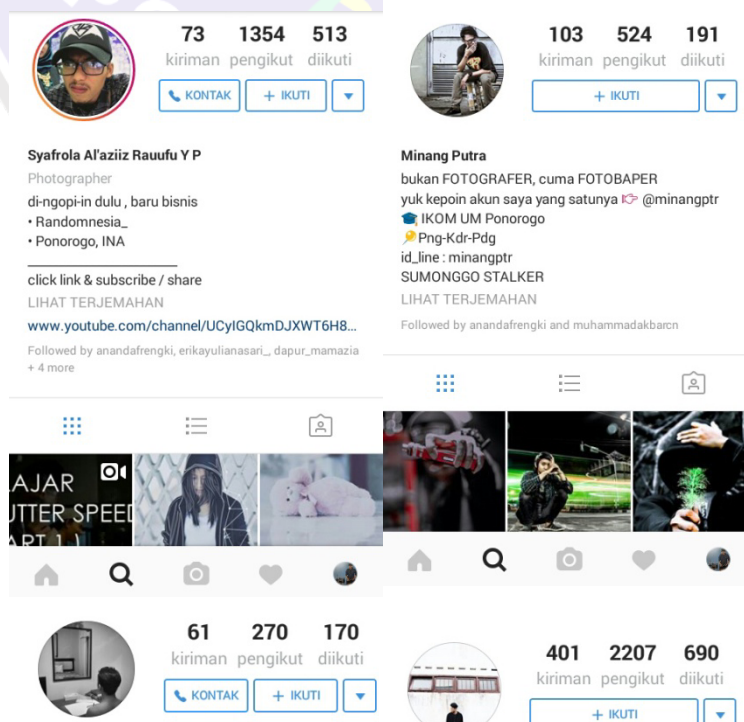
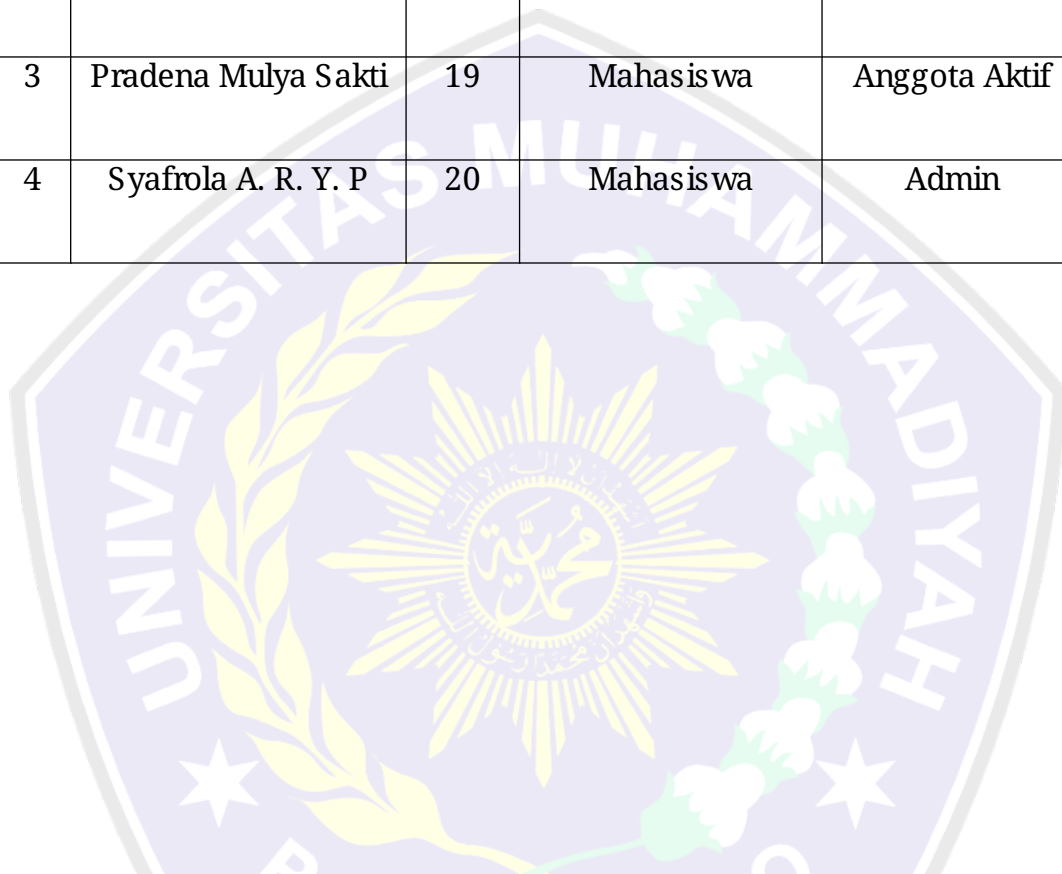
- a. Penyebab situasional ( orang dipengaruhi oleh lingkungannya)
  - b. Adanya pengaruh personal ( ingin memengaruhi sesuatu secara pribadi )
  - c. Memiliki kemampuan ( mampu melakukan sesuatu )
  - d. Adanya usaha ( mencoba melakukan sesuatu )
  - e. Memiliki keinginan ( ingin melakukan sesuatu )
  - f. Adanya perasaan ( perasaan menyukai sesuatu )
  - g. Rasa memiliki ( ingin memiliki sesuatu )
  - h. Kewajiban ( perasaan harus melakukan sesuatu )
  - i. Diperkenankan ( di perbolehkan melakukan sesuatu )
2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan adalah komunitas Instameet Ponorogo yang aktif memlakukan kegiatan dengan memanfaatkan media sosial Instagram.

3. Data Informan Peneliti

**Tabel 1.1 Daftar Nama Informan**

No	Nama lengkap	Usia	Status (pekerjaan)	Keterangan
1	Minang Putra	20	Mahasiswa	Anggota Aktif
2	Ifunk Farindra	21	Freelance	Anggota Aktif
3	Pradena Mulya Sakti	19	Mahasiswa	Anggota Aktif
4	Syafrola A. R. Y. P	20	Mahasiswa	Admin





**Gambar 1.2 Akun Instagram Informan**

**4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang paling penting dalam penelitian ini, karena tujuan utama penelitian ini adalah mendapatkan data sebanyak-banyaknya sesuai dengan kebutuhan permasalahan yang menjadi objek penelitian. Berikut adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian ini :

**a. Studi Pustaka**

Dalam suatu penelitian tidak terlepas dari perolehan data melalui referensi buku-buku atau literatur. Studi kepustakaan ini dilakukan untuk memenuhi atau mempelajari serta mengutip pendapat-pendapat para ahli yang



ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti.

#### **b. Wawancara**

Andi Prastowo (2010 : 146) menyatakan bahwa wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data yang berupa pertemuan 2 orang atau lebih secara langsung untuk bertukar informasi dan ide dengan tanya jawab secara lisan sehingga dapat dibangun makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara terdiri dari pewawancara (*interviewer*) dan orang yang diwawancarai (*interviewee*).

#### **c. Penelusuran Data Online**

Metode penelusuran data online adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data-informasi online yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. (Bungin, 2007:125).

### **5. Teknik Analisis Data**

Analisis data bertujuan untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dipahami dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini teknik analisis deskriptif yang

digunakan untuk menggambarkan seperti apa komunikasi intrapersonal self disclosure anggota komunitas Instameet Ponorogo sehingga berpartisipasi dengan komunitas tersebut .

Seperti yang di katakan dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif, Baswori dan Suwandi :

**“Analisis data deskriptif yakni data yang dikumpulkan dalam penelitian berupa kata-kata, gambar dan bukan angkaangka.”(Baswori, 2008:28)”**

Analisis yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah dengan menggunakan model teori Atribusi Fritz Heider, dengan menghubungkan self disclosure dengan beberapa aspek, diantaranya:

- a. Penyebab situasional ( orang dipengaruhi oleh lingkungannya)
- b. Adanya pengaruh personal ( ingin memengaruhi sesuatu secara pribadi )
- c. Memiliki kemampuan ( mampu melakukan sesuatu )
- d. Adanya usaha ( mencoba melakukan sesuatu )

- e. Memiliki keinginan ( ingin melakukan sesuatu )
- f. Adanya perasaan ( perasaan menyukai sesuatu )
- g. Rasa memiliki ( ingin memiliki sesuatu )
- h. Kewajiban ( perasaan harus melakukan sesuatu )
- i. Diperkenankan ( di perbolehkan melakukan sesuatu )

Teknik analisis penelitian ini adalah teknik analisis data induktif yaitu dari hal-hal yang khusus lalu di perluas ke hal-hal yang umum. Teknik ini biasa di gunakan dalam penelitian kualitatif karena beberapa alasan, Berikut alasan mengapa analisis data induktif dipakai dalam penelitian kualitatif :

- a. Proses induktif lebih dapat menemukan kenyataan-kenyataan ganda yang terdapat dalam data.
- b. Analisis induktif lebih dapat membuat hubungan peneliti responden menjadi eksplisit, dikenal dan akuntabel.
- c. Dapat mengurai latar secara penuh dan dapat membuat keputusan-keputusan tentang dapat tidaknya pengalihan pada suatu latar lainnya.
- d. Lebih dapat menemukan pengaruh bersama yang mempertajam hubungan-hubungan.
- e. Dapat memperhitungkan nilai-nilai secara eksplisit sebagai bagian dari struktur analitik (Baswori,

2008:27)

Dalam penelitian kualitatif digunakan logika induktif atraktif yaitu suatu logika yang bertitik tolak dari “khusus ke umum”. Konseptualisasi, kategorisasi dan deskripsi dikembangkan atas dasar kejadian yang terjadi ketika kegiatan lapangan berlangsung. Antara kegiatan pengumpulan data dan analisis data tak bisa dipisahkan satu dengan yang lain dalam penelitian kualitatif.

