

**DAMPAK SELF DISCLOSURE TERHADAP GAYA KOMUNIKASI
GENERASI Z MELALUI INSTAGRAM PADA MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

YANIDA MARBUN

NIM: 2130100011

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**DAMPAK *SELF DISCLOSURE* TERHADAP GAYA KOMUNIKASI
GENERASI Z MELALUI INSTAGRAM PADA MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

YANIDA MARBUN

NIM: 2130100011

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**DAMPAK *SELF DISCLOSURE* TERHADAP GAYA KOMUNIKASI
GENERASI Z MELALUI INSTAGRAM PADA MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS NEGERI ISLAM SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat


Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

dalam Bidang Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Pembimbing I


Dr. Anas Habibi Ritonga M. A
NIP. 1984044032015031024

Pembimbing II


Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I
NIP. 199104172019032007

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

Hal : Skripsi
a.n Yanida Marbun
Lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, Juni 2025
Kepada Yth:
Ibu Dekan FDIK
UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di:
Padangsidimpuan

Assalamualaikum wr. Wb


Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Yanida Marbun** yang berjudul : *"Dampak Self Disclosure Terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan"*, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal diatas, saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.


Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Anas Habibi Ritonga, M. A
NIP. 198404032015031004

Pembimbing II



NurFitriani M. Siregar M. Kom. I
NIP. 199104172019032007




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Yanida Marbun
NIM : 2130100011
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Dampak *Self Disclosure* Terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan


Ketua


Dr. Anas Habibi Ritonga M. A
NIP.198404032015031004


Sekretaris

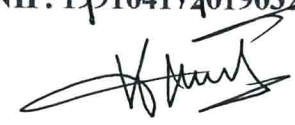

Nurfitriani M. Siregar, M.Kom I
NIP. 199104172019032007

Anggota


Dr. Anas Habibi Ritonga M. A
NIP.198404032015031004


Nurfitriani M. Siregar, M.Kom I
NIP. 199104172019032007


Ali Amran, S Ag, M. Si
NIP. 197601132009011005


Drs. Kamaluddin M.Ag.
NIP. 1965110219911031001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Rabu, 18 Juni 2025
Pukul : 09:00 WIB / selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 80 (A)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.72
Predikat : Cumlaude



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022**

PENGESAHAN

Nomor : 24/In.14/F.4c/PP.00.9/06/2025

NAMA	: Yanida Marbun
NIM	: 2130100011
Program Studi	: Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi	: Dampak <i>Self Disclosure</i> Terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Telah dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas

Dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidimpuan, Juni 2025
a.n Dekan
Plh Dekan


Dr. Anas Habibi Ritonga M. A
NIP.198404032015031004

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Yanida Marbun
NIM : 2130100011
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jenis
Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*No-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Dampak Self Disclosure Terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada Tanggal : 2025

Saya yang menyatakan



Yanida Marbun

NIM. 2130100011

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yanida Marbun

Tempat/Tgl Lahir : Muara Bolak, 02 Oktober 2002

NIM : 2130100011

Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqosyah ini adalah benar dan sah.
2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 2025
Yang Membuat Pernyataan



SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yanida Marbun
NIM : 2130100011
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Dampak Self Disclosure Terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 ayat ke 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 2025
Saya yang Menyatakan



Yanida Marbun
NIM. 2130100011

Nama : Yanida Marbun

Nim : 2130100011

Judul : Dampak *Self Disclosure* Terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

ABSTRAK

Pengungkapan diri melalui media sosial memang menjadi salah satu jalan pintas bagi seorang individu dalam menceritakan tentang dirinya, agar mereka yang melihat dapat merasakan apa yang dituliskan dalam sosial media. Penggunaan media sosial ini umumnya berupa foto, video, ekspresi verbal, obrolan terkait peristiwa yang dialami, dan emosi yang dilihat oleh semua pengguna media sosial. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu bentuk, faktor, dan dampak *self-disclosure*. Kemudian, fenomena ini bertujuan mengetahui bentuk, faktor, dan dampak *self-disclosure* terhadap gaya komunikasi Generasi Z melalui media sosial Instagram khususnya pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan angkatan 2023. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap mahasiswa Generasi Z yang aktif menggunakan Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk *self-disclosure* yang dilakukan ada dua pertama, Area Terbuka (*open Area*) yang cenderung menggunakan gaya komunikasi asertif kedua, Area Tersembunyi (*Hidden Area*) yang cenderung lebih selektif atau pasif. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam melakukan *self-disclosure* di antaranya adalah Afeksi(Perasaan Menyukai), Efek Diadik, Kompetensi, dan Topik. Kemudian ditemukan bahwa *self-disclosure* memiliki dampak positif dan negatif terhadap gaya komunikasi Generasi Z yakni semakin tinggi intensitas dan kedalaman *self-disclosure*, maka semakin terbuka, ekspresif, dan personal gaya komunikasi yang ditampilkan baik secara Asertif dan Pasif dalam interaksi sosial digital maupun dalam membentuk identitas online secara berbeda saat offline.

Kata Kunci : *Self-disclosure, Gaya Komunikasi, Generasi Z, Instagram, komunikasi digital*

Nama : Yanida Marbun
Nim : 2130100011
Judul : The Impact of Self Disclosure on Generation Z's Communication Style Through Instagram on Students of the Faculty of Da'wah and Communication Sciences, Sheikh Ali Hasan Ahmad Addary Islamic State University Padangsidempuan

ABSTRACT

Self-disclosure through social media is indeed one of the shortcuts for an individual in telling about himself, so that those who see can feel what is written on social media. The use of social media is generally in the form of photos, videos, verbal expressions, chats related to events experienced, and emotions that are seen by all social media users. The problem studied in this research is the form, factors, and impact of self-disclosure. Then, this phenomenon aims to find out the forms, factors, and impacts of self-disclosure on Generation Z's communication style through Instagram social media, especially for students of the Faculty of Da'wah and Communication Sciences, State Islamic University Sheikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan class of 2023. This research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques in the form of observation, in-depth interviews, and documentation of Generation Z students who actively use Instagram. The results showed that there are two forms of self-disclosure carried out, first, open areas that tend to use assertive communication styles, second, hidden areas that tend to be more selective or passive. Factors that influence self-disclosure include Affection, Dyadic Effect, Competence, and Topic. It was then found that self-disclosure has a positive and negative impact on Generation Z's communication style, namely the higher the intensity and depth of self-disclosure, the more open, expressive, and personal the communication style displayed both assertively and passively in digital social interactions and in forming a different online identity offline.

Keywords: Self-disclosure, Communication Style, Generation Z, Instagram, digital communication

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu tentang keislaman yang dapat dijadikan bekal hidup bagi umat Islam untuk hidup di dunia maupun di akhirat kelak.

Skripsi ini berjudul: **“Dampak *Self Disclosure* Terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan”**, disusun untuk memenuhi tugas dan syarat wajib untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Bagi penulis, penyusunan skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Ada banyak halangan dan rintangan yang penulis rasakan selama proses penyusunan skripsi i

dikarenakan segala keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Selesainya skripsi ini, tentunya karena dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Prof Dr. Erawadi, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama, Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag. selaku Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama dan seluruh civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
2. Ibu Dr. Magdalena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Bapak Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I. selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu

Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan.

4. Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga M.A selaku pembimbing I dan Ibu Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan serta petunjuk yang tulus dan sangat berharga bagi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Risdawati Siregar, S. Ag., M.Pd selaku Penasehat Akademik penulis, yang telah sabar dalam memberikan pembelajaran, pengarahan serta bimbingan selama perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membimbing, mendidik serta membantu penulis selama perkuliahan.
7. Bapak Kabag dan Kasubbag umum yang ada di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta stafnya yang telah memberikan pelayanan akademik yang baik demi tercapainya tujuan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum. selaku kepala perpustakaan serta seluruh pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh

Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu penulis dalam hal mengadakan buku-buku penunjang skripsi.

9. Para Dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negegri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

10. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2023 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu penulis mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini,

11. Dengan penuh rasa syukur dan cinta saya ingin mengucapkan terima kasih yang paling istimewa kepada orang tua saya Partomuan Marbun (Ayahanda) dan Nesliati Aritonang (Ibunda) yang telah menjadi sumber inspirasi, dukungan, serta pengorbanan dalam mengasuh, mendidik, membimbing, memberikan motivasi, memberikan arti kehidupan yang penuh tantangan ini. Terimakasih atas setiap keringat yang mereka curahkan untuk membesarkan saya dan memberikan hidup dan Pendidikan yang terbaik hingga saya sampai titik ini. Saya juga ingin mengucapkan terimakasih atas kepercayaan yang mereka berikan kepada saya untuk mengejar Impian saya, atas segala kesabaran mereka dalam mendidik saya, dan atas cinta yang diberikan tanpa syarat.

11. Ungkapan Terimakasih kepada saudara-saudara saya tercinta, yang Bernama Kadar Tua Marbun (Abang), Rinaldi Marbun (Abang), Alike Marbun (Adik), dan Hafizd Assoleh Marbun (Adik). Kalian adalah bagian yang penting dalam hidupku yang menjadi abang sebagai panutan, contoh yang baik bagi saya, serta telah mengajarkan banyak hal tentang hidup. Teruntuk adik-adikku, terimakasih kepada kalian yang selalu berikan support dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Terima kasih kepada teman kos saya Yenni Puspita Sari, Yeni Selvia Pardosi, Khotimah Hasibuan, dan Rida Arikita yang telah menjadi keluarga kedua bagi saya di tempat kos atas setiap kebersamaan, canda tawa, suka duka serta semua kenangan yang telah kita ciptakan bersama.
13. Teruntuk teman-teman seperjuangan KPI angkatan 21 yang sangat saya cintai dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak berkorban untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Teruntuk Kak Novi Yanti (kak ciho) yang sudah jadi seperti kaka kandung saya dukungan yang diberikan begitu dekat dan hangat terimakasih atas perhatian, nasehat, serta kekuatan yang diberikan, yang membuat saya mampu melewati berbagai tantangan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Akhirnya penulis mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis. Amin Yaarobbal‘Alamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Juni 2025

Penulis

Yanida Marbun

Nim: 2130100011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DOKUMEN

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQOSYAH

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK ii

KATA PENGANTAR..... iv

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Fokus Masalah..... 10

C. Batasan Masalah..... 10

D. Rumusan Masalah 13

E. Tujuan Penelitian 13

F. Manfaat Pembahasan..... 13

G. Sistematika Pembahasan 15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 16

A. Landasan Teori 16

1. Pengertian Komunikasi Antarpribadi..... 16

a. Komunikasi Antarpribadi Dalam Perspektif Islam..... 18

2. Teori *Self disclosure* (Pengungkapan Diri) 20

a. Pengertian *Self Disclosure*..... 20

b. Dimensi *Self Disclosure* 21

c. Bentuk-bentuk Self Disclosure..... 23

d. Faktor Faktor <i>Self Disclosure</i>	24
e. Manfaat <i>Self Disclosure</i>	27
f. Dampak <i>Self Disclosure</i>	28
g. Self Disclosure dalam Pandangan Islam	30
3. Gaya Komunikasi	31
4. Media Sosial	34
a. Karakteristik Media Sosial	35
5. Instagram	37
a. Fitur- Fitur Instagram	38
6. Defenisi Generasi Z	39
a. Ciri- Ciri Generasi Z	40
B. Penelitian Terdahulu	41
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Lokasi Penelitian	46
B. Waktu Penelitian	46
C. Jenis Penelitian	47
D. Subjek Penelitian	48
E. Sumber Data	49
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	52
H. Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Temuan Umum	56
1. Sejarah Instagram	56
2. Sejarah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi	57
3. Visi dan Misi	59
4. Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi	60
5. Data Informan Penelitian	60
B. Temuan Khusus	62
1. Bentuk <i>Self Disclosure</i> Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi	62

2. Faktor Yang Mempengaruhi Gen Z Melakukan <i>Self Disclosure</i>	69
3. Dampak <i>Self Disclosure</i> Di Instagram Terhadap Gaya Komunikasi	75
C. Pembahasan Hasil Penelitian	81
D. Keterbatasan Istilah	84
BAB V PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan	86
B. Implikasi Hasil Penelitian	87
C. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
Pedoman Wawancara	94
LAMPIRAN LAMPIRAN	
A. Pedoman Observasi	
B. Dokumentasi Wawancara	

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 3. 1 Penelitian Terdahulu

Tabel 4. 1 Jumlah Mahasiswa FDIK angkatan 2023

Tabel 4. 2 Data Informan

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia

Gambar 1. 2 Tangkapan layar dari salah tau mahasiswa yang melakukan self disclosure

Gambar 2. 1 Ilustrasi Teori Johari Windows

Gambar 4. 1 Perubahan Logo Instagram (Sumber: Brilio.net)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengungkapan diri secara langsung pada zaman sekarang sudah jarang terlihat, namun tidak terpungkiri pada penggunaan diri dimedia sosial semakin bervariasi dengan gaya komunikasi yang terkadang tidak sama di dunia nyata, seperti memberi kesempatan untuk menampilkan sisi terbaik dari berbagi pemikiran, perasaan, serta pengalaman hidup, banyak juga membuka peluang untuk menciptakan "persona" yang tidak sepenuhnya mencerminkan diri mereka yang sebenarnya untuk menarik perhatian dan pengakuan *viewers*.

Keberadaan internet saat ini sudah melekat di lini kehidupan manusia. Apalagi manusia sejatinya merupakan makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan sesamanya untuk berbagi rasa, bertukar pikiran, dan kehendak, baik secara langsung maupun tidak, verbal maupun nonverbal.¹ Internet mampu membuat manusia untuk saling berinteraksi tanpa terhalang oleh jarak dan waktu, sehingga menimbulkan jalinan keakraban serta komunikasi yang intens.

Berdasarkan data salah satu lembaga riset *We Are Social*, Indonesia, sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, semakin mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam teknologi digital. Data terbaru yang diterbitkan oleh Datareportal.com pada laporan "Digital 2023 Indonesia" menunjukkan bahwa jumlah

¹ Onong Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 8.

pengguna internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan, dan diperkirakan akan terus berkembang hingga mencapai 215 juta pengguna pada tahun 2023.²

Selanjutnya Data terbaru yang diterbitkan oleh *Datareportal.com* pada laporan “Digital 2024 Indonesia ” dari Lembaga riset *We Are Sosial*, menunjukkan pengguna internet naik 97 juta atau 1,8% dari tahun 2023 dan pengguna media sosial aktif naik 266 juta atau 5,6% dari tahun 2023. Menariknya media sosial yang banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024 berbasis survei ditujukan platform Instagram masuk dalam dua besar media sosial yang paling sering digunakan yaitu mencapai sebanyak 85,3% dari jumlah populasi di Indonesia.³



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia

Mengutip dari Nasrullah⁴, beberapa ahli seperti *Laughey dan Mc Quail* menjelaskan bahwa “media sosial merupakan alat komunikasi.” Dengan begitu dapat diartikan pula bahwa media adalah suatu alat yang digunakan dalam kegiatan komunikasi. Lebih lanjut Nasrullah

² <https://hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023> (diakses pada Jumat, 17 Januari 2025, pukul 10.50)

³ Andi Dwi Riyanto, “Data Digital 2024” <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024> (diakses pada Jumat 17 Januari 2025, pukul 11.32)

⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi)*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 3.

menjelaskan, media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan penggunaanya untuk merepresentasikan dirinya sehingga dirinya mampu berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.⁵ Media Sosial bisa menjadi sebuah tempat untuk mengekspresikan dan mengungkapkan sebuah perasaan ataupun pikiran. Pengungkapan perasaan bisa melalui bentuk pesan personal ataupun bisa juga dengan melibatkan banyak orang. Bentuk pengungkapan inilah yang dikatakan pengungkapan diri atau *Self Disclosure*.⁶

Self Disclosure atau pengungkapan diri menurut Devito merupakan jenis komunikasi yang mana seseorang mengungkapkan suatu informasi mengenai dirinya sendiri yang biasanya di sembunyikan. Dalam kajian komunikasi interpersonal, *Self Disclosure* adalah salah satu pendekatan yang paling penting. *Self Disclosure* melibatkan sedikitnya satu orang lain, karena informasi yang diungkapkan harus diterima dan dimengerti oleh pihak lain yang mendengarkannya. DeVito mengatakan bahwa *Self Disclosure* ini bisa beragam informasinya mulai dari yang tidak signifikan hingga keterbukaan yang paling tinggi dan sangat personal. Jadi pada umumnya dalam melakukan pengungkapan diri seseorang akan memilih dan mempertimbangkan apa, kapan, bagaimana dan kepada siapa ia melakukan pengungkapan diri.⁷ Sedangkan menurut Jourard⁸

⁵ Rulli Nasrullah, hlm. 11.

⁶ Dewi and Delliana, —*Self Disclosure Generasi Z Di Twitter*.

⁷ Joseph.A Devito, *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*, (Tanggerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2019) hlm. 64

“pengungkapan diri merupakan proses penyampaian informasi yang berhubungan dengan diri sendiri kepada orang lain.”⁸

Istilah pengungkapan diri yang familiar dalam kehidupan masyarakat ialah curahan hati (curhat). Curhat atau curahan hati merupakan saat di mana satu orang mencoba untuk menceritakan sesuatu kepada orang-orang yang dianggap dekat, dan biasanya yang diceritakan itu masalah personal. Misal tentang pekerjaan, pasangan, keluarga, dan lain sebagainya.⁹

Maraknya penggunaan Instagram membuat interaksi dan komunikasi mulai mengalami pergeseran, tujuan komunikasi mulai beragam. *Jud C Pearson* dan *Paul E Nelson*¹⁰ mengungkapkan bahwa komunikasi bertujuan untuk mempermudah interaksi serta berbagi informasi dan menunjukkan keberadaan diri kepada lingkungan sekitar. *Kim dan Dohee*, dalam Penelitian yang dilakukan di University of Wisconsin Amerika Serikat, dengan jumlah subjek sebanyak 300 mahasiswa sebesar 70% dari subjek penelitian melakukan komunikasi pada Instagram mereka, mengungkapkan hal – hal yang dirasakan agar memperoleh atensi dari sesama pengguna, berdasarkan kajian yang dilakukan tersebut fenomena yang terjadi disebut sebagai *self*

⁸ Dimas Pamuncak, *Pengaruh tipe kepribadian terhadap Self Disclosure pengguna facebook*, Skripsi, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hlm. 21

⁹ Sugeng Widodo, dkk, “*Rendahnya Intensi Anak Untuk Curhat Kepada Orang Tua Pada Siswa Mts Mathlaul Anwar*”, *Jurnal ABDIMAS Vol. 1 ,No. 2, (Mei 2020)*, hlm. 68

¹⁰ Jud C Pearson “*Human Communication*” McGraw-Hill, 2003

*disclosure.*¹¹

Pengungkapan diri melalui media sosial memang menjadi salah satu jalan pintas bagi seorang individu dalam menceritakan tentang dirinya, dengan tujuan agar mereka yang melihat dapat merasakan apa yang dituliskan dalam sosial media. Penggunaan media sosial ini umumnya berupa foto, video, ekspresi verbal, obrolan terkait peristiwa yang dialami, dan emosi yang dilihat oleh semua pengguna media sosial.¹² Oleh karena itu manusia dikatakan sebagai makhluk sosial, manusia yang senantiasa membutuhkan bantuan orang lain untuk pengertian, perasaan, informasi, dukungan, dan berbagai aspek komunikasi lainnya. Adanya pengungkapan diri melalui media sosial ini membuat individu membutuhkan keterampilan dalam berkomunikasi baik secara langsung dan tidak langsung. Dalam menemukan seseorang yang membuatnya nyaman dalam melakukan pengungkapan diri, komunikasi adalah salah satu sarana untuk menemukan seseorang yang dapat berinteraksi dengan kita dengan nyaman dan aman.¹³

Media sosial yang tidak luput menjadi sarana untuk melakukan pengungkapan diri salah satunya di Instagram. Melalui fitur yakni *Instagram Stories* “pengguna dapat berbagi aktivitas terbaru berupa foto,

¹¹ Kim, A.J. and Ko, E. Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*, 65 2012 <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>

¹² Dian Novita Sari Chandra Kusuma “Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok)” *Jurnal* Vol. 4, No. 2, Oktober 2020,

¹³ Zarina Akbar “Pengungkapan Diri di Media Sosial Ditinjau dari Kecemasan Sosial pada Remaja” *Jurnal Irkaith Humaniora* Vol 2, No 2, Juli 2018

video atau tulisan. Sebab fitur ini dibuat sebagai petunjuk *real time* mengenai apa yang sedang dilakukan. Peneliti menarik menggunakan Platform instagram dikarenakan 70% Mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi memiliki akun instagram walau beberapa tidak terlalu aktif dalam penggunaan di kehidupan sehari-hari. Di era digital seperti sekarang, curhat yang mulanya dilakukan secara tatap muka (langsung) dan bersifat privat kini telah bergeser ke dunia maya seperti media sosial. Hal ini dikemukakan oleh Ria Yunita¹⁴ yang dalam penelitiannya menjelaskan, “sosial media ibaratkan menjadi *online diary* bagi sebagian besar penggunanya, di mana pengguna dapat menuliskan aktivitasnya, mengungkapkan perasaannya, dan memberitahu apa yang sedang dilakukan.”

Keterbukaan diri adalah sebuah keahlian seseorang dalam memberikan tanggapan berupa informasi berkaitan dengan dirinya yang biasanya disembunyikan pada situasi yang bertujuan untuk hubungan jarak jauh. Individu yang memiliki keterbukaan diri yang tinggi akan memahami secara mendalam perilakunya. *Self disclosure* dapat terjadi apabila individu telah dekat dengan orang yang dipercayainya. Seseorang yang mengungkapkan diri kepada orang lain yang mendukungnya, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa pihak yang bersangkutan menolak pengungkapan dirinya. *Self disclosure* melibatkan informasi yang dibagikan secara bebas dengan orang lain yang mungkin menjadi

¹⁴ Ria Yunita, “Aktivitas Pengungkapan Diri Remaja Putri Melalui Sosial Media Twitter”, *Jurnal Komunikasi Vol 10, No.1*, (Maret 2019), hlm. 26

informasi baru yang seharusnya disembunyikan atau menjelaskan perasaan seseorang.¹⁵

Generasi Z tumbuh dan berkembang di era teknologi digital yang mengubah cara mereka berinteraksi dan berkomunikasi. Keberadaan platform media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*, dan *YouTube* telah menciptakan ruang baru bagi individu untuk mengungkapkan diri mereka secara terbuka. Media sosial memungkinkan mereka untuk berbagi kehidupan pribadi dengan audiens yang lebih luas, namun juga membawa tantangan terkait dengan keaslian, privasi, dan dampak psikologis.¹⁶

Instagram pada dasarnya berfokus pada gambar dan video, yang membuat gaya komunikasi di platform ini lebih bergantung pada elemen visual. Pengguna Instagram cenderung lebih memilih menyampaikan pesan atau cerita melalui foto dengan potongan lagu grafik, atau video pendek daripada hanya menggunakan teks. Gambar atau video yang menarik dapat menyampaikan pesan lebih efektif dan memikat audiens yang lebih luas. Gaya komunikasi di Instagram mencerminkan gabungan antara estetika visual, interaksi sosial, dan personal branding. Pengguna cenderung membangun identitas mereka melalui konten yang dikurasi dengan hati-hati dan berusaha untuk menonjol di tengah beragam informasi yang terus berkembang. Gaya komunikasi ini terus

¹⁵ Edy Prihantoro "Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram" *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 18, No. 3 Desember 2020

¹⁶ Schreiner "Social Media Use and Perceived Social Isolation among Young Adults in the U.S." *Journal of Social and Clinical Psychology*, 36(10), hlm. 844-859.

berkembang seiring dengan fitur baru yang ditawarkan oleh platform dan perubahan dalam perilaku audiensnya.

Hasil observasi yang saya dapatkan dari Dampak *Self Disclosure* terhadap Gaya komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan sering kali dalam pengungkapan tentang kehidupan pribadi, pemikiran, perasaan, serta identitas diri seseorang, dan cenderung lebih terbuka untuk berbagai aspek kehidupan yang terhubung langsung ke media sosial dengan menggunakan gaya komunikasi. Mahasiswa membagikan foto, video, status, atau cerita yang berkaitan dengan kehidupan pribadi, akademik, liburan atau kegiatan kampus. Mereka bisa jadi lebih memilih untuk berbagi pengalaman mereka yang terkait dengan studi, organisasi kampus, atau bahkan pemikiran pribadi mengenai isu-isu sosial dan budaya.



Gambar. 1. 2 (Tangkapan layar dari salah tau mahasiswa yang

melakukan self disclosure)

Salah satu pernyataan yang saya dapatkan dalam hasil observasi seperti gambar yang diatas yaitu mahasiswa bernama Ahmad Riski sedang melakukan proses mengajar di Yayasan Edusindo Bagas Godang, yang di unggah dalam bentuk reels dengan menambahkan caption/ keterangan tempat. Kemudian cenderung juga berbagi informasi yang bersifat umum, seperti kegiatan sehari-hari atau acara kampus dan pengungkapan mengungkapkan pemikiran atau ide.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun Gen Z cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan informasi pribadi melalui media sosial, terdapat perbedaan dalam intensitas dan jenis informasi yang mereka bagikan dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Faktor-faktor seperti ekspektasi sosial, rasa takut akan penilaian, serta tekanan untuk selalu tampil sempurna di media sosial mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan *self-disclosure*. Selain itu, interaksi online yang bersifat anonim dan sering kali terbatas pada teks juga berperan dalam cara mereka mengungkapkan diri, yang kadang kala berbeda dengan komunikasi *face-to-face* yang lebih autentik.¹⁷

Namun, fenomena ini belum sepenuhnya dipahami. Adanya potensi dampak negatif, seperti kecemasan sosial, depresi, atau penurunan rasa percaya diri akibat perbandingan sosial yang terjadi di

¹⁷ Przybylski, A. K. "Can You Connect with Me Now? How the Presence of Mobile Communication Technology Influences Face-to-Face Conversation Quality." *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(3), hlm. 105-128.

dunia maya, menimbulkan kekhawatiran. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana *self-disclosure* dilakukan oleh Gen Z. Berdasarkan fenomena yang terjadi Peneliti tertarik untuk mengangkat Judul “ **Dampak *Self Disclosure* Terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary Padangsidempuan**”

B. Fokus Masalah

Untuk membahas secara lebih rinci fokus mengenai permasalahan penelitian ini, maka ditetapkan fokus penelitian untuk mempertegas arah dan tujuan utama penelitian. Aspek yang menjadi fokus dalam penelitian adalah Dampak Self disclosure terhadap gaya komunikasi generasi z melalui Instagram pada mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah pada penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan istilah dari judul peneliti yang dimaksud, yaitu :

1. *Self-disclosure* atau pengungkapan diri adalah tindakan membagikan informasi pribadi yang berkaitan dengan pemikiran, perasaan, pengalaman, dan identitas seseorang kepada orang lain. Proses ini melibatkan komunikasi terbuka tentang aspek-aspek diri yang

mungkin belum diketahui oleh orang lain, seperti perasaan emosional, pengalaman hidup, atau pandangan pribadi. *Self-disclosure* bisa terjadi dalam hubungan interpersonal secara langsung maupun melalui media sosial dan platform digital.¹⁸

2. **Gaya Komunikasi** atau *communication style* akan memberikan pengetahuan tentang bagaimana perilaku orang-orang dalam suatu organisasi ketika mereka melaksanakan tindak berbagi informasi dan gagasan. Mengenai pengertian gaya komunikasi Sendjaya menyatakannya sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu (untuk mendapatkan respons/tanggapan tertentu). Dalam gaya komunikasi dapat dilihat proses pengiriman pesan oleh komunikator kepada komunikan, dengan beragam perilaku tertentu yang disesuaikan dengan beragam situasi tertentu serta untuk beragam tujuan tertentu pula.¹⁹
3. **Generasi Z** adalah Generasi ini merupakan orang-orang yang lahir pada kurun waktu sejak tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. disebut juga dengan iGeneration, Generasi Net atau Generasi Internet adalah mereka yang hidup pada masa digital. Seorang Psikolog, Elizabeth T. Santosa dalam bukunya yang berjudul *Raising Children in Digital Era* menyebutkan bahwa banyak dikenal dengan generasi digital merupakan generasi muda yang tumbuh

¹⁸ Maryam *Psikologi Sosial* (Mojopahit: Umsida Press 2018) hlm. 62

¹⁹ Sendjaya “*Teori Komunikasi*” (Tangerang Selatan: UT 2014) hlm. 14

dan berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital.²⁰ Maka tidak mengherankan apabila pada usia muda, orang-orang yang notabene masih berstatus sebagai siswa telah terampil dalam penguasaan teknologi. Generasi Z memiliki karakteristik yang khas dimana internet mulai berkembang dan tumbuh sejalan dengan perkembangan media.²¹

4. **Instagram** adalah platform yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar, video, dan cerita dalam berbagai format. Pengungkapan diri pada Instagram sering kali berbentuk seperti foto atau video yang menunjukkan aktivitas pribadi, caption atau deskripsi yang mengungkapkan perasaan, pemikiran, atau pengalaman, Penggunaan fitur Instagram *Stories* yang memungkinkan berbagi momen dalam waktu nyata.²²
5. **Mahasiswa** Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2023 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan memiliki karakteristik tertentu terkait dengan bagaimana mereka menggunakan media sosial. Khususnya dalam konteks dakwah, mereka mungkin lebih cenderung mengungkapkan diri dalam hal-hal yang berkaitan dengan nilai-nilai agama, sosial, atau komunikasi dengan fokus pada subjek penelitian yang memiliki latar belakang akademis dan

²⁰ Akbar Fariz dkk “Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kegiatan Belajar Dan Mengajar Terhadap Pembentukan Karakter Anak Generasi Z” *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora* Vol.2, No.2 Des 2022

²¹ Berchah Pitoewas “Analisis Kepekaan Sosial Generasi (Z) Di Era Digital Dalam Menyikapi Masalah Sosial” *Jurnal Bhineka Tunggal Ika* Volume 07, No. 1, Mei 2020.

²² Lou, C., & Xu, A. “Understanding the Influence of Social Media on Self-Disclosure.” *Journal of Communication*, 68(4), 2018

keagamaan yang akan mempengaruhi cara dalam melakukan *self disclosure*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah peneliti ini adalah:

1. Apa saja bentuk *self disclosure* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi di Instagram?
2. Apa saja faktor yang memengaruhi generasi z melakukan *self-disclosure*?
3. Bagaimana dampak *self disclosure* di Instagram terhadap gaya komunikasi generasi z

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk *self disclosure* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang ada di Instagram
2. Untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang memengaruhi generasi z melakukan *self-disclosure*
3. Untuk mengetahui bagaimana dampak *self disclosure* di Instagram terhadap gaya komunikasi generasi z.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca baik secara teoritis maupun praktis antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta menjadi referensi bagi para pembaca, khususnya pada bidang komunikasi ilmu bidang ilmu komunikasi termasuk bagaimana mahasiswa menggunakan efektivitas komunikasi, seperti budaya, bahasa, teknologi, serta konteks sosial yang berperan dalam interaksi komunikasi.
- b. Penelitian ini sebagai informasi sewaktu-waktu digunakan untuk bahan kajian kegiatan penelitian lainnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti sendiri sebagai pengembangan dan persyaratan untuk mencapai gelar sarjana sosial (S.Sos) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
- b. Sebagai bahan Perbandingan bagi peneliti yang ingin membahas penelitian yang sama

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dan pemahaman, makna pokok-pokok pembahasan dalam proposal ini disusun dan disistematikan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan untuk memperlihatkan latar belakang, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian

BAB II Tinjauan pustaka yang dimulai dari Landasan teori *self disclosure*, pengertian komunikasi antarpribadi, komunikasi antar pribadi dalam perspektif islam, teori *self disclosure*, dimensi *self disclosure*, bentuk-bentuk *self disclosure*, faktor- faktor *self disclosure*, manfaat *self disclosure*, dampak *self disclosure*, pandangan islam terhadap *self disclosure*, gaya komunikasi, defenisi media sosial, karakteristik media sosial, platform instagram, fitur- fitur instagram, defenisi gen z, ciri-ciri gen z dan penelitian terdahulu.

BAB III Metodologi penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dari penelitian yang terdapat dari *self disclosure* generasi z melalui instagram pada mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan angkatan 2023

BAB V Penutup yang berisikan penutup membahas mengenai kesimpulan serta saran- saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil teori *Social Penetration Theory* pertama kali diperkenalkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor pada tahun 1973. Teori ini menjelaskan bahwa perkembangan hubungan antarpribadi terjadi melalui proses *self-disclosure* atau pengungkapan diri secara bertahap dan sistematis. Hubungan yang semula bersifat permukaan (dangkal) akan menjadi lebih dekat dan intim seiring semakin dalamnya informasi pribadi yang dibagikan antarindividu.²³

1. Pengertian Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi Antarpribadi menurut Effendi, “komunikasi antarpribadi adalah komunikasi secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal maupun non verbal.” Effendi juga mendefinisikan:

Pada hakekatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan, sehingga komunikasi jenis ini dianggap paling berhasil guna untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang karena sifatnya dialogis berupa percakapan serta arus balik bersifat langsung sehingga komunikator mengetahui tanggapan komunikan saat itu juga.²⁴

²³ Altman & Taylor, *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York 2003

²⁴ Effendi, Ilmu teori dan filsafat komunikasi, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003) hlm. 29

Istilah kata komunikasi berasal dari Bahasa Latin “*communicate*” yang berarti “membagi sesuatu dengan orang lain, memberikan sebagian untuk seseorang, tukar menukar, bercakap-cakap, bertukar pikiran, dan lain sebagainya.”²⁵ Sedangkan komunikasi antarpribadi merupakan salah satu bentuk dari sebuah komunikasi.

Komunikasi interpersonal pada dasarnya merupakan proses yang dilakukan dua orang atau lebih secara langsung (tatap muka) dan dialogis. Karena bersifat langsung dan tatap muka maka komunikasi interpersonal respon atau tanggapan dapat dilakukan pada saat itu juga. Selain itu dengan adanya respon yang langsung dan, dapat diamati langsung oleh komunikator, maka bagi komunikator dapat dengan mudah untuk mengetahui situasi komunikasi yang sedang berjalan. Oleh karena itu, dapat segera mengubah strategi komunikasi jika diperlukan. Sebagai contoh, karena lawan bicara tampak kurang berminat saat berkomunikasi, maka komunikator dapat segera mengubah gaya, intonasi, kontak dengan komunikan, dan sebagainya.²⁶

Komunikasi interpersonal dianggap paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis. Seperti yang diungkapkan William F Glueck yang dikutip oleh Widjaja, bahwa komunikasi interpersonal merupakan salah satu komunikasi yang dianggap sebagai komunikasi yang paling efektif

²⁵ Edi Harapan dan Syarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), hlm. 1

²⁶ Suharsono dan Lukas Dwinantara, “*Komunikasi Bisnis (Peran Komunikasi Interpersonal)*” (Jakarta: PT. Buku Seru, 2013), hlm. 28

karena dilakukan secara langsung antara komunikator dan komunikan, sehingga bisa memengaruhi satu sama lain.²⁷

Adapun, komunikasi antarpribadi dianggap efektif apabila meliputi hal-hal berikut:

1. Keterbukaan, yaitu adanya keinginan untuk mengungkapkan perasaan pribadi.
2. Empati, yaitu sebuah perasaan untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain dan memahami suasana hati orang lain.
3. Sikap mendukung, sikap dalam membuat orang lain merasa aman dan tidak tertekan.
4. Sikap positif, mendorong lawan bicara berinteraksi dan melakukan komunikasi dengan lawan bicara.
5. Kesetaraan, menganggap kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga²⁸

Teori komunikasi antarpribadi digunakan dalam penelitian ini karena self-disclosure merupakan konsep inti dalam dinamika komunikasi antarindividu. Meskipun Instagram merupakan media sosial yang bersifat digital, penggunaannya oleh Generasi Z sering kali melibatkan komunikasi yang bersifat pribadi, baik melalui fitur *Direct Message (DM)*, kolom komentar, maupun *story*.

a. Komunikasi Antarpribadi dalam Perspektif Islam

²⁷ H. A. Widjaja, *Ilmu Komunikasi: Pengantar Studi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 8

²⁸ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Group, 2011), hlm. 123-125.

Dakwah merupakan aktivitas menyeru/mengajak manusia kepada Iman, Islam dan Ihsan. Adapun dakwah tidak saja dibebankan Allah kepada Rasul-Nya namun juga kepada manusia. Menurut Armawati Arbi komunikasi antarpribadi bermanfaat “untuk mengenal dan menilai seseorang dengan cermat agar pendakwah dan mitra dakwah mampu menerapkan pendekatan komunikasi antarpribadi.”²⁹

Komunikasi Antarpribadi dalam perspektif Dakwah termasuk dalam dakwah fardiyah. *Shaqr* mendefinisikan dakwah fardiyah “penyampaian ajaran Islam yang ditujukan kepada seseorang secara *face to face* dan bisa terjadi dengan dirancang terlebih dahulu.”³⁰

Adapun ciri-ciri dari dakwah fardiyah adalah sebagai berikut:

1. Adanya *mukhatabah* (berbincang-bincang) dan *muwajabah* (tatap muka) dengan *mad'u* secara dekat dan intens. Hal ini mempermudah terbukanya berbagai macam permasalahan dan problem yang tidak mungkin bisa dilakukan ketika menghadapi orang banyak. Cara ini menmbuahkan terkumpulnya kemauan dan keaktifan.
2. *Istimrajiah*. yaitu terjaganya keberlanjutan dakwah, khususnya di saat-saat sulit dan dalam kesempitan.
3. Berulang-ulang, dapat dilakukan kapanpun tanpa terhalang waktu.

²⁹ Armawati Arbi, M.Si, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*, (Jakarta: Amzah, 2012) hlm. 138.

³⁰ Abdul Basit, “Epistemologi Dakwah Fardiyah Dalam Perspektif Komunikasi Antar Pribadi”, *Jurnal Komunika* Vol. 1 No, 1 (Januari-Juni 2007), hlm. 86

4. Mudah, dapat dilakukan oleh setiap orang dan tanpa keterampilan khusus. Cukup dengan kemauan serta cara berdialog yang baik.
5. Dakwah fardiyah sifatnya tertutup dan terjaga sehingga menjaga da'i dari sifat riya' dan sum'ah.
6. Dalam dakwah fardiyah setiap orang dapat mengungkapkan apa saja yang ada pada dirinya serta kesempatan berbicara bebas³¹

Dakwah Fardiyah memiliki kesamaan dengan jenis komunikasi antarpribadi. Dilihat dari komunikasinya, dakwah fardiyah merupakan komunikasi yang efektif. Sebab dari aspek da'I dengan mad'u bahwa keduanya sama-sama dapat bertemu secara langsung dalam rangka berkomunikasi. Dengan komunikasi secara langsung maka pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.³²

2. Teori *Self Disclosure* dalam Komunikasi Antarpribadi

a. Pengertian *Self Disclosure*

Teori dari *Altman dan Taylor* mengemukakan bahwa *self disclosure* merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menyatakan informasi tentang dirinya kepada orang lain yang tujuannya untuk mencapai hubungan yang akrab, salah satu yang penting dalam keterampilan sosial ialah *self disclosure*. Dalam konteks media sosial seperti Instagram, Generasi Z cenderung mengekspresikan diri melalui foto, caption, emoji

³¹ Muhammad Ivan Alfian, "Dakwah Fardiyah", *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol.3, No.1, (Juni 2015), hlm.. 69.

³² Nelson, "Dakwah Fardiyah Pengantin Baru", *STAIN Curup: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol 3, no 1, (2018), hlm.. 80

story, dan lagu.³³

Secara bahasa, *Self Disclosure* berasal dari dua kata yakni *Self* dan *Disclosure*. *Self* berarti diri sendiri sedangkan *Disclosure* berarti terbuka atau keterbukaan. Itu berarti, *Self Disclosure* memiliki arti keterbukaan diri.³⁴ Terjalannya suatu hubungan yang bermakna tersebut berkaitan dengan adanya self disclosure atau pengungkapan diri. Dimana self disclosure ini merupakan bentuk komunikasi ketika mengungkapkan sesuatu perihal siapa diri individu.³⁵ Menurut Devito, yang dikutip oleh Sihabudin dan Rahmi menjelaskan bahwa *self disclosure* atau pengungkapan diri adalah bentuk komunikasi, dimana informasi tentang diri yang disimpan atau dirahasiakan, dikomunikasikan kepada orang lain³⁶. Pengungkapan diri dapat berupa berbagai topik, seperti informasi perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang sesuai dan terdapat di dalam diri orang yang bersangkutan.

b. Dimensi *Self Disclosure*

Tiap individu memiliki dimensi keterbukaan diri yang berbeda-beda. Berikut lima dimensi *Self Disclosure* menurut Devito.³⁷

1). Ukuran atau Jumlah

Ukuran atau jumlah di sini memiliki artian berapa banyak jumlah

³³ Altman & Taylor, *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York 2003

³⁴ Dimas Pamuncak, *Pengaruh tipe kepribadian terhadap Self Disclosure pengguna facebook*, Skripsi, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hlm. 21

³⁵ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia Edisi Kelima*, (Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Group, 2011), hlm. 58

³⁶ Ahmad Sihabudin & Rahmi Winangsih, *Komunikasi Antarmanusia*, (Serang: Pustaka Getok Tular, 2012), hlm. 114

³⁷ Joseph. A Devito, *Komunikasi Antar Manusia: kuliah dasar, Edisi Kelima*, (Jakarta: Professional Books, 1997), hlm. 40

informasi yang diungkapkan oleh diri kita. Jumlah dan ukuran bisa dilihat berdasarkan frekuensi komunikator dalam menyampaikan atau mengungkapkan pesan. Selain itu, dapat juga diukur menggunakan ukuran waktu, yakni berapa lama komunikator menyampaikan pesan yang mengandung *Self Disclosure* pada kegiatan komunikasi dengan komunikan.

2.) Valensi

Hal ini berkaitan dengan kualitas pengungkapan diri, baik itu positif atau negatif. Ketika komunikator menyampaikan pengungkapan diri dengan rasa yang positif seperti menyenangkan, penuh humor, dan menarik, maka akan berdampak baik juga dengan lawan komunikasinya. Namun sebaliknya, apabila pengungkapan diri dilakukan secara negatif seperti perasaan sedih dan marah maka tanggapan dari lawan komunikasi tentunya akan berbeda.

3.) Kecermatan dan kejujuran

Ketika seseorang melakukan pengungkapan diri/*Self Disclosure* maka yang harus dilakukan adalah mengenal dirinya sendiri. Dengan mengenal diri sendiri, maka seseorang akan mampu melakukan *Self disclosure* dengan cermat. Selain itu, kejujuran adalah hal yang sangat mempengaruhi ketika akan melakukan pengungkapan diri

4.) Maksud dan Tujuan

Dalam melakukan pengungkapan diri, seseorang harus mengerti maksud dan tujuannya. Dengan mengetahui maksud dan tujuan pengungkapan diri, maka seseorang akan lebih bisa mengontrol diri

mereka ketika sedang melakukan pengungkapan diri

5.) Keakraban

Keakraban menjadi hal yang paling utama ketika seseorang akan melakukan pengungkapan diri. Semakin akrab seseorang dengan lawan bicaranya, maka semakin dalam pula pengungkapan dirinya. Kedalaman pengungkapan diri memang ditentukan oleh derajat keakraban dengan lawan komunikasi. Sebab tidak banyak melakukan pengungkapan diri kepada orang yang tidak dikenal atau tidak memiliki rasa akrab dengan lawan komunikasi.

c. Bentuk-bentuk *Self Disclosure*

Teori pengungkapan diri atau *Self Disclosure Theory* sering disebut juga dengan teori “*Johari Window*” atau Jendela Johari. Teori ini oleh Joseph Luft dan Harry Ingham pada tahun 1955. Teori ini menekankan “setiap orang bisa mengetahui dan tidak mengetahui tentang dirinya maupun orang lain.”⁶³ Secara garis besar, teori ini mengungkapkan ada



empat kuadran tingkatan keterbukaan dan kesadaran tentang diri.³⁸

³⁸ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpersonal*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), h. 53

Gambar 2. 1 *Ilustrasi Teori Johari Windows*

1. Bingkai 1 menunjukkan area terbuka (*open area*), di mana diri sendiri dan orang lain mengetahui semua informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, gagasan dan sebagainya.
2. Bingkai 2 area buta (*Blind Area*), area ini menunjukkan semua informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, gagasan dan sebagainya tidak diketahui oleh diri sendiri namun diketahui oleh orang lain.
3. Bingkai 3 menunjukkan area tersembunyi (*Hidden Area*), yang mana semua hal diketahui oleh diri sendiri dan orang lain tidak mengetahui hal tersebut.
4. Bingkai 4 menunjukkan area tidak tahu (*Unknown Area*), yang berarti semua informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, gagasan dan sebagainya tidak diketahui diri sendiri bahkan orang lain.³⁹ Itu berarti ukuran area dalam Jendela Johari tidaklah sama dalam artian berbeda-beda tergantung bagaimana tingkat Self Disclosure tiap individu dengan individu lainnya.

d. Faktor- Faktor *Self Disclosure*

Faktor- faktor yang mempengaruhi *self disclosure* antara lain: ⁴⁰

1.) Besar Kelompok

³⁹ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h. 108.

⁴⁰ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*, (Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Group, 2011), hlm.66

Self-disclosure lebih banyak terjadi dalam kelompok kecil ketimbang kelompok besar. Dengan satu pendengar (jika berada di kelompok yang terdiri atas dua orang), pihak yang melakukan pengungkapan diri dapat meresapi tanggapan dengan cermat.

2.) Afeksi

Afeksi (Perasaan menyukai) Individu membuka diri kepada orang-orang yang disukai atau dicintainya, dan individu tidak akan membuka diri kepada orang yang tidak disukai. Hal ini dikarenakan orang yg disukai (dan mungkin menyukai balik) akan mendukung dan memberikan respon positif.

3.) Efek Diadik

Individu melakukan *self-disclosure* bila orang yang mengetahuinya juga melakukan *self-disclosure*. Pengungkapan diri menjadi lebih akrab bila itu dilakukan sebagai tanggapan atas pengungkapan diri orang lain.

4.) Kompetensi

Individu yang kompeten lebih banyak melakukan pengungkapan diri daripada individu yang kurang kompeten. Hal ini dikarenakan individu yang kompeten memiliki rasa percaya diri dan memiliki banyak hal yang positif untuk diungkapkan.

5.) Kepribadian

Individu yang pandai bergaul dan ekstrovert melakukan pengungkapan diri lebih banyak dibandingkan dengan individu yang

kurang pandai bergaul dan lebih introvert. Demikian juga individu yang kurang berani bicara pada umumnya juga kurang mengungkapkan diri dibandingkan individu yang merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi.

6.) Topik

Pada umumnya informasi yang lebih pribadi seperti seks atau keadaan keuangan serta topik-topik negatif lebih kecil kemungkinannya untuk diungkapkan sehingga individu cenderung membuka diri tentang topik tertentu.

7.) Jenis Kelamin

Jenis kelamin menjadi faktor terpenting yang mempengaruhi pengungkapan diri. Namun perbedaan jenis kelamin ini bukan dari segi biologis tetapi dari perbedaan gender. Contohnya, wanita yang maskulin kurang membuka diri ketimbang wanita yang memiliki skala maskulinitas rendah dan pria feminim melakukan pengungkapan diri yang lebih besar daripada pria yang memiliki skala femininitas yang lebih rendah.

Kemudian, Teori Maslow mengemukakan lima tingkatan kebutuhan manusia yang disusun secara hierarkis. Dalam konteks self-disclosure, terutama pada Gen Z atau komunikasi interpersonal, yang paling berpengaruh adalah tiga tingkat terata.⁴¹

1. Kebutuhan Cinta dan Rasa Memiliki (*Love and Belongingness Needs*)
yaitu Orang akan membuka diri (*self-disclosure*) untuk membangun

⁴¹ Maslow, A. H. . *A Theory of Human Motivation*. Psychological Review, 50(4), 1943
hlm370–39

kedekatan emosional dengan orang lain.

2. Kebutuhan Harga Diri (*Esteem Needs*) Individu mengungkapkan diri untuk memperoleh pengakuan, penghargaan, dan respek dari orang lain. Dengan *Self-disclosure* bisa menjadi bentuk ekspresi diri untuk menunjukkan identitas, kemampuan, atau nilai pribadi.
3. Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self-Actualization Needs*) Pada tingkat ini, self-disclosure dilakukan sebagai bagian dari proses pemenuhan diri. Orang membuka diri bukan lagi untuk pengakuan eksternal, tetapi untuk mewujudkan potensi diri, refleksi, atau penerimaan diri.

e. Manfaat *Self Disclosure*

Ada beberapa manfaat yang didapat ketika seseorang melakukan pengungkapan diri. Manfaat pengungkapan diri adalah sebagai berikut:⁴²

1.) Informasi Tentang Diri Sendiri

Ketika seseorang melakukan pengungkapan diri dan terbuka pada orang lain, maka orang tersebut akan mendapatkan perspektif baru tentang dirinya sendiri. Hal tersebut berdampak dengan semakin mengertinya kita tentang diri kita sendiri.

2.) Kemampuan mengatasi masalah

Satu ketakutan manusia adalah takut terbongkarnya masa lalu yang kelam. Namun dengan melakukan pengungkapan diri maka kita akan mendapatkan dukungan untuk mengatasi masalah tersebut.

⁴² Sugiyo, *Komunikasi AntarPribadi*, (Semarang: UNNES PRESS, 2005), hlm. 89-90.

3.) Komunikasi Efektif

Melalui pengungkapan diri, maka seseorang akan lebih mengerti dan memahami topik pembicaraan. Dengan begitu, komunikasi akan menjadi lebih efektif karena antara pembicara dan lawan bicara sudah saling mengenal dengan baik.

4.) Hubungan Penuh Makna

Hubungan yang terjalin dengan adanya pengungkapan diri membuat kita percaya pada orang lain, saling menghargai dan tumbuh rasa peduli. Sehingga pengungkapan diri dapat membawa hubungan penuh makna.

5.) Kesehatan mental

Yang paling terpenting dengan melakukan pengungkapan diri maka seseorang akan terhindar dari penyakit yang disebabkan oleh stress. Sebab jika seseorang bercerita tentang masalah yang dikeluarkan melalui pengungkapan diri, maka ada perasaan lega dan merasa semua persoalan hidup terpecahkan. Dengan begitu seseorang akan menjadi rileks dalam menjalankan kehidupan.

f. Dampak *Self Disclosure*

Ketika seseorang melakukan *Self Disclosure*, maka akan mendapat dampak baik dampak positif maupun negatif. Berikut merupakan dampak *self disclosure*:

1. Dampak Positif

Menurut Johnson “pengungkapan diri menjadi dasar bagi hubungan yang sehat antara dua orang. Membuka diri juga juga menjadi dasar

relasi yang memungkinkan komunikasi terjadi secara intim baik dengan diri kita maupun dengan orang lain.” Maka dari itu, orang yang memiliki sikap terbuka terbukti cenderung memiliki sifat kompeten, terbuka, *ekstrovert*, fleksibel dan inteligen di mana Sebagian ciri tersebut termasuk ke dalam kategori orang yang masak dan bahagia.⁴³

2. Dampak Negatif

Selain berdampak positif, *Self Disclosure* juga memiliki risiko. Seperti berikut: **Pertama**, penolakan pribadi dan sosial. Dalam hal ini terjadi apabila seseorang melakukan pengungkapan diri kepada orang yang dipercaya, dan orang yang dipercaya tersebut dianggap mendukung pengungkapan dirinya. Sebaliknya akan terjadi penolakan pribadi apabila hal yang diungkapkan bertentangan dengan pendengar. **Kedua**, terkadang ketika seseorang melakukan pengungkapan diri akan mengakibatkan kerugian material. Sebagai contoh orang yang mengaku pernah melakukan hal criminal di masa lalu bukan tidak mungkin akan dijauhi oleh teman. **Ketiga**, kesulitan intrapribadi. Maksudnya adalah seseorang akan mendapat kesulitan intrapribadi apabila ketika melakukan pengungkapan diri ternyata ditolak dan bukan didukung atau bahkan orang yang dikenal malah menghindar, disitulah pengungkapan diri berada di jalur kesulitan intrapribadi.⁴⁴

⁴³ Supratiknya, *Komunikasi Antarpribadi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1995), hlm. 15

⁴⁴ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*, (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2011), hlm. 69-70.

g. Self Disclosure dalam Pandangan Islam

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dalam melangsungkan hidupnya. Hal ini membuat manusia pasti melakukan interaksi antarindividu, tentu saja proses interaksi ini menuntut keduanya untuk membuka diri dengan menyampaikan informasi tentang dirinya masing-masing, agar terjalin hubungan yang baik, yang disertai rasa nyaman dan percaya.⁴⁵

Saat ini pengungkapan diri tidak hanya terjadi secara langsung, namun dilakukan juga melalui media sosial. Individu bisa berbagi bersifat personal maupun pendapat, ide, sikap, pemikiran bahkan perasaan, agar orang lain mengetahuinya melalui media sosial. Pengungkapan diri di media sosial menjadi bentuk penghindaran dari respon yang tidak menyenangkan dari komunikasi secara langsung atau tatap muka.⁴⁶

Dalam Al-Qur'an Allah Berfirman :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

"Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah

⁴⁵ Anya Cahyaning Tiyaestu & Rudi Cahyono, Perbedaan Communication Privacy Management di Media Sosial Twitter pada Remaja dengan Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert, *Jurnal Psikologi dan Pendidikan Universitas Airlangga*, Vol. 4 No.01, (April 2015), hlm .66

⁴⁶ Irbithul Fikriyah, *Pengaruh Kepribadian Terhadap Pengungkapan Diri Melalui Whatsapp Status Dikalangan Siswa MAN 02 Kota Serang*, Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), hlm. 18

Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal."(Q.S. Al-Hujurat:13)⁴⁷

Ayat ini menjelaskan bahwa sesama manusia harus saling mengenal satu sama lain. Perintah Allah dalam ayat ini sejalan dengan pengungkapan diri yakni berbagi informasi kepada sesama dengan tujuan untuk lebih mengenal dan mengetahui satu sama lain. Serta tidak mengumbar aib diri sendiri dan orang lain ketika melakukan pengungkapan diri. Proses pengungkapan diri juga harus dilakukan dengan kejujuran sebagai salah satu prinsip komunikasi dalam islam.⁴⁸

3. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi dapat diartikan sebagai citra diri yang berguna sebagai jendela untuk memahami kepribadian seseorang dalam bersosialisasi. Gaya komunikasi memiliki pengaruh yang besar terhadap individu, bahkan dapat mempengaruhi karir dan kehidupan sosialnya. Individu yang memiliki kemampuan untuk mengolah gaya komunikasi biasanya lebih cepat berkembang ketika berkarir. Cara atau gaya berkomunikasi lebih mudah diterima daripada pesan atau informasi yang disampaikan. Sebagai contoh, biasanya orang akan lebih mudah menangkap gaya komunikasi yang digunakan dari pada pesannya, hal itu dikarenakan ketidakmampuan komunikator dalam menyampaikan pesannya.

Heffner membuat penjelasan serta klasifikasi berdasarkan karya Mc Callister mengenai empat gaya umum komunikasi pada buku Gaya

⁴⁷ Al-Quran Terjemahan Alwasim, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2013), hlm. 517.

⁴⁸ Herjani Hefni, *Komunikasi Islam*, Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 239

Komunikasi Antarpersonal. Ada empat tipe dasar untuk menggambarkan gaya komunikasi seseorang, yakni pertama gaya komunikasi asertif adalah cara berkomunikasi di mana seseorang menyampaikan pikiran, perasaan, dan kebutuhannya secara jujur, langsung, dan sopan, sambil tetap menghargai hak dan perasaan orang lain. Orang yang asertif tidak takut menyatakan pendapat, tetapi juga tidak memaksakan kehendaknya. Kedua, komunikasi pasif dalam tipe ini komunikator cenderung memberikan celah yang luas bagi lawan bicaranya, seseorang dengan tipe seperti ini akan merasa cemas, terjebak, dan putus asa karena tidak bisa mengendalikan dirinya. Sehingga komunikator harus berusaha lebih kuat agar dapat menegaskan dirinya. Ketiga, tipe komunikasi agresif, seseorang dalam tipe ini dapat mempertahankan dirinya meskipun terkadang melakukan hal yang kurang pantas. Sebagai komunikator yang agresif mereka cenderung mendominasi dan mengancam lawan bicaranya bahkan mengkritik, komunikasi agresif menghasilkan manipulasi sebagai ancaman agar orang lain dapat terpengaruh. Keempat, tipe pasif agresif cenderung menghindari pertentangan secara langsung, namun memiliki cara untuk mendapat apa yang diinginkan walaupun harus memanipulasi. Komunikator pada tipe ini sering sarkatis dan bermuka dua. Ada pula gaya komunikasi campuran, yaitu gaya komunikasi agresif-pasif yang tampil menggunakan gaya komunikasi pasif namun pada bagian dalamnya adalah seorang agresif. Seperti pemaarah dan kasar namun

menggunakan pengungkapan yang halus.⁴⁹

Agar dapat lebih dalam lagi memahami tentang pengertian gaya komunikasi, peneliti akan membantu menjelaskan pengertian gaya komunikasi menurut ahli . Diantaranya Menurut *Norton*, gaya komunikasi didefinisikan sebagai *a cognitive process which accumulates 'micro behavior' form-giving of literal content, and apps up to 'macro judgement'.* When a person communicates, it is considered an attempt of *getting literal meaning across.* Yang artinya proses kognitif yang mengakumulasikan bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika dia berinteraksi dengan orang lain

Selanjutnya Menurut *Gudykunst* dan *Ting Toomey*, gaya komunikasi juga dapat dipandang sebagai *meta-messages* yang mengkontekstualisasikan bagaimana pesan-pesan verbal dapat diakui dan diinterpretasi (*communication styles can also be viewed as a meta-messages which contextualizes how verbal messages should be acknowledged and interpreted*). Pada definisi ini menjelaskan alasan orang melakukan komunikasi, yakni berkomunikasi adalah sebagai upaya untuk merefleksikan identitas pribadinya yang dapat memengaruhi persepsi orang atas identitas tersebut.

Kemudian Gaya komunikasi menurut *Raynes* dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan

⁴⁹ Alo Liliweri, *Gaya Komunikasi Antarpersonal*, ed. by Satucabayapro, Edisi Pertama, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 261-265.

verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Termasuk nada, volume ketika menyampaikan pesan, dan semua pesan yang diucapkan.⁵⁰

4. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bukti dari adanya perkembangan teknologi komunikasi media baru. Keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja computer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerjasama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem di antara lapisan individu atau masyarakat.⁵¹

Menurut *Chris Brogan* media sosial merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan untuk melakukan banyak interaksi yang sebelumnya tidak tersedia di masyarakat.⁵² Media sosial didefinisikan sebagai sebuah media online dimana penggunanya dapat saling berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi. Sosial media menurut *Andreas Kaplan dan Michael Haenlein* ialah “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran

⁵⁰ Alo Liliweri, *Gaya Komunikasi Antarpersonal*, ed. by Satucahayapro, Edisi Pertama, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 255

⁵¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 10

⁵² Suardi, Antara Media Sosial Dalam Komunikasi Politik, *Jurnal Risalah*, Vol. 27, No. 2, (Desember 2016), hlm. 8

*user-generated content.*⁵³

Media sosial adalah sebuah *platform* media yang dapat digunakan dalam beraktivitas dan berkolaborasi dalam melakukan interaksi sosial. Media ini juga memfokuskan pada penggunaanya dalam melakukan eksistensi di dunia maya. Media sosial dapat dikatakan sebuah medium bagi pengguna dalam menguatkan hubungan dengan pengguna lainnya. Hal tersebut dikatakan sebuah ikatan sosial. Terdapat karakteristik pada media sosial yaitu jaringan (*network*), informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial dan konten oleh pengguna.⁵⁴

Sedangkan menurut Shirky:⁵⁵

“Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan berbagi, bekerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.”

Adapun beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain “*Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path dan Wikipedia.*”⁵⁶

a. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik yang khusus dibandingkan media lainnya. Tentu ada batasan-batasan dan ciri khusus media sosial yang tidak dimiliki media lain, diantaranya “jaringan (*network*), informasi

⁵³ Andres Kaplan & Michael Haenlein, *Users of The World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, (Business Horizons 53, 2010), hlm. 59- 68

⁵⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 11

⁵⁵ Rulli Nasrullah, hlm. 11.

⁵⁶ Rulli Nasrullah, hlm. 11

(*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), dan konten oleh pengguna (*user-generated conten.*)”⁵⁷

5. Pengertian Instagram

Dalam bukunya, Suranto mengungkapkan bahwa: “Keberadaan teknologi internet saat ini mengubah cara orang berkomunikasi. Maka dari itu, di era teknologi seperti sekarang berkomunikasi tidak hanya mengandalkan sebuah komunikasi secara tatap muka atau *face to face* melainkan bisa juga melalui perantara aplikasi *chatting*. Dengan begitu, tak dapat dipungkiri kemajuan teknologi menjadi cara baru untuk berkomunikasi dan bersosial”.⁵⁸

Salah satunya aplikasi yang berfungsi untuk berkomunikasi yakni Instagram. Instagram berasal dari kata *insta* yang berarti instan. Nama tersebut diambil dari istilah kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan foto instan.⁵⁹

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi satu sama lain. selain itu, Instagram memungkinkan pengguna dapat membidik, meng-edit dan mem-posting foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi follower Anda.

⁵⁷ Rulli Nasrullah, hlm. 15.

⁵⁸ Suranto AW, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 141.

⁵⁹ Neng Dewi Kurnia, dkk, “Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan ITENAS”, *Jurnal* Vol. 8 No.1, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2018), hlm. 6.

Instagram awalnya dikembangkan oleh startup bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh *Kevin Systrom dan Mike Krieger*. Di tangan keduanya Instagram sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012.⁶⁰

a. Fitur-Fitur Utama *Instagram*

Instagram tentu memiliki beragam fitur yang menarik. Seiring berjalannya waktu fitur-fitur yang dimiliki oleh *Instagram* kian menarik pengguna. Berikut beberapa fitur paling utama di *Instagram*.

1. *Stories*

Fitur *Instagram Stories* ini memungkinkan pengguna untuk berbagi momen sehari-hari. Melalui *Instagram Stories*, pengguna dapat berbagi kegiatan keseharian berupa foto, video maupun teks. Uniknya, foto atau video yang ditampilkan di *Instagram Stories* hanya bertahan selama 24 jam.

2. *Messenger*

Fitur *Messenger* digunakan untuk memulai percakapan sesama pengguna *Instagram*. Pengguna juga bisa saling mengirim pesan, foto dan video secara privasi.

3. *Feed Post*

Feed post adalah konten yang kamu unggah ke halaman utama profil *Instagram*-mu dan muncul di timeline (beranda) pengikutmu. Ini

⁶⁰ <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, diakses pada Senin, 20 Januari 2024 pukul 12.32

adalah jenis postingan paling tradisional dan permanen di Instagram. Seperti foto yang bisa di edit untuk memiliki ke estetikaan, video yang sering ditambahkan musik, caption, dan filter.⁶¹

4. Reels

Reels adalah fitur yang saat ini didorong oleh Instagram untuk digunakan. Konten video pendek yang dibuat melalui *Reels* biasanya mendapatkan jangkauan yang lebih luas dibanding konten berupa foto. *Reels* merupakan salah satu pilihan ideal bagi pengguna yang ingin meningkatkan visibilitas dan jangkauan akun bisnis. Dengan membuat konten *Reels* yang menarik, hal ini dapat menarik perhatian lebih banyak audiens.⁶²

6. Defenisi Generasi Z

Generasi Z disebut dengan *iGeneration*, Generasi Net, atau Generasi Internet. Sebutan tersebut melekat oleh karena dalam kesehariannya generasi ini selalu bersentuhan dengan gadget dan mendominasi komunikasi khususnya dalam media sosial. Generasi Z adalah *digital native* murni yang sejak dini terbiasa dengan segala kemudahan teknologi.⁶³ Generasi Milenial di Indonesia adalah orang-orang yang lahir mulai tahun 1981 sampai 1996 dengan populasi terbanyak setelah Generasi Z, berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia pada Sensus Penduduk 2020 berjumlah 25,87% dari

⁶¹ <https://about.instagram.com/features>, diakses pada Senin, 20 Januari 2025 pukul 12. 40

⁶² <https://whello.id/tips-digital-marketing/fitur-instagram-terbaru/> diakses pada Senin, 20 Januari 2025 pukul 13.56

⁶³ Joy Roesma & Nadia Mulya, *Media Sosialita Eksis Narasi Jadi Daring Darling*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), hlm. 44

keseluruhan penduduk Indonesia.⁶⁴ Generasi Z atau generasi pasca milenial adalah kelompok manusia termuda di dunia saat ini. Mereka lahir dalam rentang 1996 hingga 2010. Di Indonesia, pada 2010 saja jumlah mereka sudah lebih dari 68 juta orang, nyaris dua kali lipat dari Generasi X (kelahiran 1965-1976). Dan kini ada sekitar 2,5 miliar orang Generasi Z di seluruh dunia.⁶⁵

Menurut studi yang dilakukan oleh *McKinsey*, perilaku Gen Z dapat dikelompokkan ke dalam empat komponen besar yang berlandas pada satu fondasi yang kuat bahwa Gen Z adalah generasi yang mencari akan suatu kebenaran.⁶⁶

- a.) Gen Z disebut sebagai “*the undefined ID*”, dimana generasi ini menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberi label tertentu. Pencarian akan jati diri, membuat Gen Z memiliki keterbukaan yang besar untuk memahami keunikan tiap individu.
- b.) Gen Z diidentifikasi sebagai “*the communaholic*”, generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk terlibat dalam berbagai komunitas dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi guna memperluas manfaat yang ingin mereka berikan.
- c.) Gen Z dikenal sebagai “*the dialoguer*”, generasi yang percaya akan pentingnya komunikasi dalam penyelesaian konflik dan

⁶⁴ <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-sp2020-pada-september-2020-mencatat-jumlah-penduduk-sebesar-270-20-juta-jiwa-.html>

⁶⁵ <https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM> Tirto Visual Report, diakses pada Senin, 20 Januari 2025 pukul 23.27

⁶⁶ Galih Sakitri, Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!, *Jurnal Manajemen Prasetya Mulya*, Vol.35, No. 02 (Juli 2021), hlm. 2

perubahan datang melalui adanya dialog. Selain itu, Gen Z terbuka akan pemikiran tiap individu yang berbeda-beda dan gemar berinteraksi dengan individu maupun kelompok yang beragam.

d.) Gen Z disebut sebagai “*the realistic*”, generasi yang cenderung lebih realistis dan analitis dalam pengambilan keputusan, dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Gen Z merupakan generasi yang menikmati kemandirian dalam proses belajar dan mencari informasi, sehingga membuat mereka senang untuk memegang kendali akan keputusan yang mereka pilih.

Menurut survei yang dilakukan oleh Harris Poll, sebanyak 63% Gen Z tertarik untuk melakukan beragam hal kreatif setiap harinya. Kreatifitas tersebut turut dibentuk dari keaktifan Gen Z dalam komunitas dan sosial media.⁶⁷ Hal ini selaras dengan survei yang dilakukan oleh Tirto.id yang menunjukkan bahwa secara umum, media sosial menjadi sumber utama Generasi Z mendapatkan berita atau informasi.⁶⁸

a. Ciri- Ciri Generasi Z⁶⁹

1. *Digital Native* Istilah yang pertama kali dipopulerkan oleh Marc Prensky pada tahun 2001 yang artinya: Orang yang lahir dan tumbuh di era digital, sehingga menggunakan teknologi sudah menjadi bagian alami dari hidup mereka.

⁶⁷ Galih Sakitri, Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!, *Jurnal Manajemen Prasetya Mulya*, Vol.35, No. 02 (Juli 2021), hlm. 2-3

⁶⁸ Tirto Visual Report, diakses pada Senin 20 Januari 2025, pukul 14.35 WIB, <https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM>

⁶⁹ Prensky, M Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, 9(5), 2001 hlm.1-6

2. Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang unik, orisinal, dan bernilai, baik dalam bentuk karya seni, solusi masalah, inovasi produk, atau cara berpikir.
3. Diversitas Gen Z dikenal sangat menghargai keberagaman dan inklusivitas dengan lebih vokal menolak diskriminasi dan stereotip, serta cenderung memilih *brand*, tempat kerja, atau komunitas yang terbuka dan menghargai perbedaan.
4. *Multi Stalking* dalam bahasa sehari-hari (khususnya di kalangan Gen Z) sering merujuk pada kemampuan mencari dan menemukan informasi tentang seseorang di internet atau media sosial, tanpa si target tahu. Meskipun istilah ini punya konotasi negatif, dalam konteks ringan, sering dianggap sebagai skill lucu atau “bakat alami” anak-anak digital.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian ini, antara lain: dalam penelitian ini merujuk kepada buku- buku dan skripsi dan sebelumnya sudah membahas mengenai *Self Disclosure* Generasi Z Melalui Instagram, yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun penelitian terkait hal tersebut, diantaranya yaitu :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021	Rizki Dewi Ayu Self Disclosure Melalui Fitur Instagram Stories (Studi Pada Mahasiswa Kpi UIN Jakarta)
Tujuan	Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak Self Disclosure mahasiswa KPI UIN Jakarta di Instagram Stories.
Metode	Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode Penelitian Kualitatif
Hail Penelitian	Hasil penelitian ini yaitu dapat memberikan pemahaman baru bagi masyarakat bahwa tidak semua hal yang termasuk dalam kehidupan pribadi boleh diunggah dalam media sosial. Self Disclosure dalam media sosial harus betujuan sebaik mungkin hingga menghasilkan dampak yang baik bagi diri sendiri dan orang lain
Perbedaan	Perbedaan pada peneliti Rizki Dewi Ayu ini adalah mengamati pada fitur yang hanya satu yaitu stories sedangkan peneliti mengamati dari semua fitur
Persamaan	Persamaan adalah sama fokus terhadap Self Disclosure di Media Sosial

Penelitian 2

Nama dan Judul (UIN Syarif Hidatullah Jakarta, 2020	Irbithul Fikriyah Al-auhi Pengaruh Kepribadian Terhadap Pengungkapan Diri Melalui Whatsapp Status Dikalangan Siswa MAN 02 Kota Serang
Tujuan	Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kepribadian terhadap pengungkapan diri melalui whastapp status di kalangan siswa MAN 02 Kota Serang dan seberapa besar pengaruhnya
Metode	Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dengan tingkat korelasi yang kuat sebesar 0,650 dan kepribadian berpengaruh sebesar 42,3 % terhadap pengungkapan diri siswa MAN 02 kota Serang di whatsapp status.
Perbedaan	Perbedaan pada metode penelitian, subjek dan media sosial yang digunakan.

Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini variabel yang sama yaitu Pengungkapan diri
-----------	---

Penelitian 3.

Nama dan Judul (Universitas Sam Ratulangi)	Mutiara Zaskya, Antonius Boham, dan Leviane Jackelin Hera Lotulung Twitter Sebagai media mengungkapkan diri pada kalangan milenial
Tujuan	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk pengungkapan diri yang dilontarkan di media sosial Twitter oleh kalangan milenial
Metode	Penelitian ini menggunakan Metode penelitian Kualitatif
Hasil Penelitian	Hasil penelitian yang di dapatkan yaitu jendela tersembunyi memiliki ruang yang lebih besar dan memperkecil bingkai-bingkai yang lainnya. Para informan mengatakan bahwa apapun yang mereka unggah dalam bentuk cuitan memiliki batas dan kurang aman jika ingin mengungkapkan

	hal yang tidak seharusnya diungkapkan karena mengingat media sosial Twitter merupakan platform yang sangat terbuka
Perbedaan	Perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek dan media sosial yang digunakan sebagai acuan peneliti
Persamaan	Persamaannya yaitu Bentuk pengungkapan diri yang sering dilakukan di media sosial

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Adapun Lokasi penelitian ini adalah lingkungan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary Padangsidempuan. Adapun alasan memilih Lokasi penelitian karena aksesnya lebih mudah di capai sehingga penelitian yang dilakukan peneliti dapat berjalan dengan lancar, menghemat biaya pengeluaran seperti ongkos dan Lokasi tersebut terdapat objek dan karakter subjek sesuai dengan permasalahan yang peneliti angkat.

B. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian mengenai Dampak *Self Disclosure* terhadap gaya komunikasi Generasi Z Melalui Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary Padangsidempuan, dimulai dari bulan November 2024, dari Pengajuan Judul Proposal, Pengesahan Judul, Bimbingan dengan Pembimbing 1 dan 2 sampai April 2025.

Tabel 3. 1 (Waktu Kegiatan Penelitian)

No	Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Penyusunan Proposal						
2	Bimbingan Proposal dengan Pembimbing II						

3	Bimbingan Proposal dengan Pembimbing I						
4	Seminar Proposal						
5	Revisi Proposal						
6	Penelitian Lapangan						
7	Menyusun Skripsi						
8	Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing II						
9	Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing I						
10	Ujian Komprehensif (Kompren)						
10	Seminar Hasil Penelitian						
11	Revisi hasil Penelitian						
12	Sidang Munaqasyah						
13	Revisi Skripsi						

C. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif, pengumpulan datanya menggunakan metode deskriptif dan menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif yaitu suatu

penelitian kontekstual yang menjadikan manusia sebagai instrumen, dan disesuaikan dengan pengumpulan data yang pada umumnya bersifat kualitatif.⁷⁰

Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang menekankan objek penelitiannya terhadap keunikan manusia atau gejala sosial yang tidak dapat dianalisis dengan metode statistik. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alami, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna pada generalisasi. Metode Penelitian kualitatif berupa kata- kata tertulis atau lisan dari orang- orang dan perilaku yang dapat diamati.⁷¹

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu, kelompok, objek, atau identitas yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian adalah pihak yang memberikan data atau informasi yang akan dianalisis untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai subjek penelitian adalah Mahasiswa yang terdaftar di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan yang termasuk dalam Generasi Z dan menggunakan Instagram sebagai media sosial dengan menggunakan

⁷⁰ Lexy. J. Meleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2021) hlm.3

⁷¹ Siti mania, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Social* (Makassar: Alauddin University Press 2023) hlm. 38

metode Snowball sampling yaitu pemilihan subjek berdasarkan rekomendasi dari subjek lain yang telah dipilih sebelumnya.

E. Sumber Data

Untuk menunjang kelengkapan dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data yang bersumber dari:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari sumber pertama di lapangan yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama, yaitu subjek penelitian (mahasiswa).

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berfungsi sebagai pendukung bagi data primer yang diperoleh peneliti dan sekunder di peroleh dari dokumen-dokumen bersumber dari penelitian yang berupa literatur, artikel, jurnal, atau situs internet, data-data yang terkumpul dan lain-lain.⁷²

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni segala sesuatu yang menyangkut bagaimana metode pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik yaitu: Observasi, wawancara, dokumentasi.

a. Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan yang disertai dengan adanya berbagai

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), hlm137

pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Metode observasi juga dapat diartikan sebagai sebuah aktivitas terhadap suatu proses atau objek yang dimaksud dengan merasakan dan memahami pengetahuan dari fenomena.⁷³ Metode pengumpulan dengan mengamati langsung bagaimana mahasiswa menampilkan diri mereka dan berbagi informasi pribadi melalui Instagram, serta untuk melihat kecenderungan atau pola tertentu dalam self-disclosure mereka. Jadi untuk metode observasi penelitian yang saya gunakan pada penelitian saya ini yaitu **Observasi Partisipatif**.

1. Observasi Partisipatif

Metode observasi partisipatif ini sering kali dianggap sebagai bagian dari teknik naturalistik, karena memiliki sejumlah persamaan. Hanya saja, pada teknik ini, peneliti bukan lagi sebagai pengamat jarak jauh, karena ia sudah bergabung dengan partisipan dan menjadi bagian dari kelompok. Hal inilah yang membuat peneliti bisa mendapatkan wawasan yang lebih mendalam dan kompleks. Sebab, peneliti bisa berinteraksi dengan anggota lain dalam kelompok secara bebas sekaligus berpartisipasi dalam seluruh aktivitas mereka. Namun, dalam prosesnya, teknik pengamatan ini bisa peneliti lakukan secara terbuka maupun terselubung. Adapun teknik pengamatan terbuka adalah peneliti sudah meminta izin serta mengatakan tujuan dan identitas sebenarnya kepada

⁷³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung PT. Remaja Rosdakarya 2016) hlm. 174

kelompok partisipan.⁷⁴

F. Wawancara

Metode wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk menggali informasi lebih dalam mengenai topik atau fenomena yang sedang diteliti. Dalam metode ini, peneliti mengajukan serangkaian pertanyaan kepada responden, dan responden memberikan jawaban atau penjelasan berdasarkan pengalaman, pengetahuan, atau pandangan mereka.⁷⁵

1. Wawancara Terstruktur adalah jenis wawancara yang menggunakan daftar pertanyaan yang sudah dirancang sebelumnya. Pertanyaan-pertanyaan tersebut ditanyakan pada setiap responden dengan cara yang sama. Wawancara terstruktur lebih mudah dilakukan dan dapat memberikan data yang konsisten.

2. Wawancara Tidak Terstruktur adalah jenis wawancara yang tidak memiliki daftar pertanyaan yang sudah dirancang sebelumnya. Peneliti hanya memiliki topik atau area yang ingin diteliti dan membiarkan responden memberikan informasi yang relevan. Wawancara tidak terstruktur lebih fleksibel namun sulit untuk memberikan data yang konsisten.

3. Wawancara Semi Terstruktur adalah jenis wawancara yang menggabungkan kedua jenis wawancara sebelumnya. Peneliti memiliki

⁷⁴ Riyanto, *Konstruksi Realitas Perilaku Pemilih pada Pemilu 2010* hlm.98-100

⁷⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 64.

daftar pertanyaan namun tetap memberikan ruang bagi responden untuk memberikan informasi tambahan. Wawancara semi terstruktur memberikan fleksibilitas dan juga memberikan data yang konsisten.

4. Wawancara Mendalam adalah jenis wawancara yang menggali informasi secara rinci tentang pengalaman, sikap, dan pandangan responden. Wawancara ini membutuhkan waktu yang lebih lama dan lebih mendalam dalam mengumpulkan data. Wawancara mendalam umumnya dilakukan pada subjek yang memiliki pengalaman atau pengetahuan yang spesifik.

Jadi untuk metode wawancara penelitian yang saya gunakan pada penelitian saya ini yaitu wawancara Terstruktur.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam konteks penelitian merujuk pada proses pengumpulan, pencatatan, dan analisis data yang sudah ada sebelumnya dalam bentuk dokumen atau materi tertulis. Dokumen ini bisa berupa teks, gambar, rekaman suara, atau jenis materi lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mendalami atau memberikan bukti pendukung terhadap topik yang sedang diteliti. Jadi untuk penelitian ini bentuk dokumentasi yang saya pake adalah dokumen teks dan gambar.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif, setelah melakukan penarikan kesimpulan selanjutnya adalah keabsahan data. Dalam buku metode

penelitian Kualitatif karya *Lexy J. Moleong* mengungkapkan bahwa keabsahan data sangatlah penting bagi peneliti kualitatif, karena yang pertama dengan keabsahan data peneliti kualitatif dapat melakukan penyanggahan balik kepada pihak yang menuduhkan bahwa Pada data penelitian kualitatif terdapat kecurangan data. Ada empat kriteria yang digunakan yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).⁷⁶

Dalam hal ini, peneliti menggunakan Kreadibilitas (Derajat Kepercayaan) dengan :

1. Perpanjangan Keikutsertaan, peneliti dalam penelitian kualitatif adalah instrument itu sendiri. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data.
2. Melakukan perpanjangan pengamatan, hal tersebut bertujuan agar peneliti dapat lebih mendapatkan informasi secara mendalam dan akurat.
3. Meningkatkan Ketekunan, dalam hal ini dengan meningkatkan ketekunan dapat membuat pemikiran peneliti lebih jauh terhadap sebuah kondisi, disisi lain dengan dilakukannya peningkatan ketekunan
4. Triangulasi, terigulasi dalam penelitian kualitatif merupakan suatu keadaan dimana peneliti, melakukan pengecekan data secara akurat terhadap berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

⁷⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,(Bandung PT. Remaja Rosdakarya 2016) hlm. 324-337

5. Analisis Kasus Negatif, analisis kasus negatif merupakan suatu informasi yang tidak sesuai dengan hasil dari pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Data dapat dipercaya
6. Pemeriksaan Sejawat melalui Diskusi, Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan- rekan sejawat
7. Pengecekan anggota, merupakan keadaan dimana peneliti melakukan pengecekan informasi atau data terhadap pemberi data. Bila data yang didapatkan peneliti disetujui oleh pemberi data. Maka data tersebut valid atau data tersebut telah kredibel.

H. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis *Miles dan Huberman* yang menjelaskan bahwa metode atau teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan melalui tiga tahap, yakni *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/Verification*, berikut penjelasannya:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya tentu cukup banyak dan dalam bentuk yang tidak semutlak data kuantitatif. Oleh karena itu dapat dilakukan reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak diperlukan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah direduksi, maka tahap selanjutnya adalah menampilkan

atau menyajikan data agar memiliki visibilitas yang lebih jelas. Penyajian data yang dimaksud di sini dapat sesederhana tabel dengan format yang rapi, grafik, chart, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga semakin mudah untuk dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion*

Drawing/Verification)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan sifatnya masih sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BAB IV

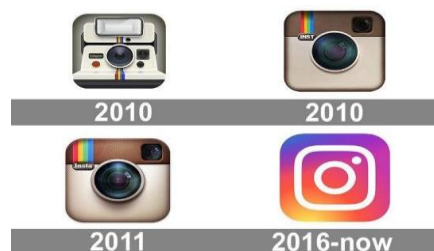
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Sejarah *Instagram*

Instagram berawal dari gagasan Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini juga menjabat sebagai CEO *Instagram*. Pada awalnya, Kevin dan Mike mendirikan sebuah *Burbn, Inc* di tahun 2010 yang merupakan sebuah proyek pengembangan aplikasi berbasis lokasi yang dipadukan dengan fotografi mobile. Dengan aplikasi ini, pengguna bisa berbagi foto dan *check-in* di suatu lokasi yang dikunjungi.⁷⁷

Meskipun merupakan aplikasi baru, di awal peluncurannya *Instagram* disebut sebagai aplikasi paling banyak diminati. Terbukti belum genap satu tahun peluncurannya, pada Juni 2011 mereka mengumumkan telah memiliki 5 juta pengguna dan pada Agustus 2011 tercatat sebanyak 150 juta foto diunggah ke *Instagram*.⁷⁸



Gambar 4. 1 Perubahan Logo *Instagram* (Sumber: Brilio.net)⁷⁹

⁷⁷ <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada Senin, 10 maret 2025, pukul 10.20

⁷⁸ Muhammad Rizal Ardiansah Putra, “*Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar*”, Tesis, Program Pasca Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, (Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar, 2017), h. 76-77.

⁷⁹ <https://www.brilio.net/gadget/cerita-di-balik-logo-lama-instagram-cuma-dibuat-dalam-waktu-45-menit>, diakses pada Selasa, 11 Maret 2025 pukul 14.25

Logo Instagram di desain pertama kali oleh pendiri *Instagram*, Kevin Systrom yang merupakan *Chief Executive Officer* (CEO) *Instagram*. Desain pertama *Instagram* mirip dengan sebuah produk kamera instan yakni polaroid OneStep. Dikarenakan desain logo *Instagram* mirip dengan merek dagang, maka Kevin Systrom berencana untuk mengubahnya. Dirinya pun menghubungi Cole Rise yang merupakan seorang desainer dan fotografer profesional serta mengajukan ide perubahan logo.⁸⁰ Namun juga seiring berjalannya waktu logo *Instagram* berubah kembali. *Instagram* seakan hendak menunjukkan produknya memiliki tampilan lebih modern dan relevan. Saat ini logo *Instagram* terlihat lebih simple dan mengandung warna ungu, jingga, dan merah muda.

2. Sejarah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) adalah satu dari empat fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Sejarah singkat Fakultas ini diawali dengan didirikannya IAIN Sumatera Utara Medan pada tahun 1973 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 97 Tahun 1973 tanggal 1 November 1973 tentang peresmian IAIN Sumatera Utara, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Cabang Imam Bonjol Padang, Sumatera Barat menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di

⁸⁰ <https://www.liputan6.com/tekno/read/2504962/kisah-inspiratif-perjalanan- logo-instagram> diakses pada Selasa, 11 Maret 2025 pukul 14.40 WIB.

Padangsidempuan. Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidempuan ini berjalan lebih kurang 24 (dua puluh empat) tahun (1973- 1997) dibawah pimpinan (Dekan), Prof. Syeikh Ali Hasan Ahmad al-Dary (1973-1977), Drs. Rusman Hasibuan (1977 -1982), Drs. Anwar Saleh Daulay (1982-1988), Drs. Abbas Pulungan (1988 -1991), dan Prof. Dr. Haidar Putra Daulay, M.A (1991 – 1997).⁸¹

Berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 tahun 1997 tanggal 21 Maret 1997 dan Keputusan Menteri Agama RI Nomor 300 tahun 1997 dan No. 504 tahun 2003, tentang Pendirian STAIN dikeluarkan, maka setelah kurang lebih 24 tahun berjalan, Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara. di Padangsidempuan diubah statusnya menjadi STAIN Padangsidempuan yang otonom dan berhak mengasuh beberapa jurusan sebagaimana layaknya IAIN di seluruh Indonesia. Berdasarkan peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidempuan Menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan dan selanjutnya Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor B.II/3/9978 tentang Penetapan Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan pada tanggal 6

⁸¹ Rencana Induk Pengembangan Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Tahun 2020-2044, Padangsidempuan, IAIN PSP, 2020, hlm. 15

Januari 2014 STAIN Padangsidimpuan beralih secara resmi menjadi IAIN Padangsidimpuan, yang diresmikan oleh Menteri Agama RI Surya Dharma Ali, dan dilantik sebagai Rektor pertamanya adalah Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL. Tahun 2013 ini, IAIN Padangsidimpuan dalam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sudah membina empat Program Studi yaitu : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada tahun 2013, Bimbingan Konseling Islam (BKI) pada tahun 2014, Manajemen Dakwah (MD) pada tahun 2015, Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) pada tahun 2015 dan Program Studi baru Desain Komunikasi Visual (DKV) pada tahun 2024.

82

3. Visi dan Misi

Visi : Menjadi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Bertaraf Internasional dengan Paradigma Keilmuan *Teo-antropo-eko-sentris* dalam Membangun Masyarakat yang Saleh, Moderat, dan Cerdas.

Misi:

1. Menyelenggarakan Pendidikan dan Pembelajaran dalam Ilmu-Ilmu Dakwah, Komunikasi, Sosial, dan Humaniora dengan Paradigma Teoantropoekosentris Berbasis ICT.

2. Melakukan dan mengembangkan Penelitian dalam Ilmu-Ilmu Dakwah, Komunikasi, Sosial , dan Humaniora dengan Paradigma Teoantropoekosentris melalui Pendekatan integrasi keilmuan.

3. Melakukan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat dengan menginternalisasikan Nilai-Nilai Keislaman, Kemodrenan, Keindonesian,

⁸² Situs Web Resmi Uin Syahada Padangsidimpuan, Sejarah Singkat <https://www.uinsyahada.ac.id/sejarah-iain-padangsidimpuan> diakses pada tanggal 14 Mei 2025
Pkl. 16: 50

dan Kearifan Lokal.

4. Melakukan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat dengan menginternalisasikan Nilai-Nilai Keislaman, Kemodrenan, Keindonesian, dan Kearifan Lokal.

5. Mengimplementasikan kerjasama (*Networking*) dengan Lembaga-Lembaga Pendidikan, Penelitian, Sosial Keagamaan, Sosial Kemasyarakatan, dan Pemangku Kepentingan (*Stakeholders*) di Tingkat Regional, Nasional dan Internasional.

6. Melakukan Transformasi Terencana Menuju Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Bertaraf Internasional dalam Membangun Masyarakat yang Saleh, Moderat, dan Cerdas.⁸³

4. Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Angkatan 2023

Tabel 4. 1 (Jumlah Mahasiswa)

No.	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1	Komunikasi dan Penyiaran Islam	42
2	Bimbingan Konseling Islam	36
3	Manajemen Dakwah	30
4	Pengembangan Masyarakat Islam	9
JUMLAH		117

5. Data Informan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Desember 2024 hingga bulan

⁸³ Situs Web Resmi Uin Syahada Padangsidempuan, Sejarah Singkat <https://www.uinsyahada.ac.id/sejarah-iain-padangsidempuan> diakses pada tanggal 14 Mei 2025
Pkl. 16: 50

April 2025 terhitung sejak pembuatan proposal hingga pelaksanaan riset di lingkungan. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Angkatan 2023. Dari 117 Mahasiswa, Penulis memilih ada 20 mahasiswa untuk diwawancarai. Adapun nama-nama informan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 2 (Nama Informan Penelitian)

No	Nama Mahasiswa	Nim	Jurusan	User Instagram
1.	Ahmad Riski S Nasution	2330100041	KPI	Iky_05.05
2.	Andreansyah Marpaung	2330100026	KPI	Andre mpr.
3.	Fatimah Zahro	2330100033	KPI	Fatimah0731_
4.	Nurul Aini	2330100031	KPI	nurullaini_
5.	Reski Sara Dita	2330100028	KPI	reski_sara_dita
6.	Taufik Rahman Ruki	2330100032	KPI	Ruki_Nasution
7.	Frydowna	2330200029	BKI	frydownaaa_
8.	Hafiz Alfansuri	2330200022	BKI	Hafiz Alfansuri
9.	Ilman Junaidi Hutasuhut	2330200005	BKI	hrenia_
10.	Letti Suriani	2330200031	BKI	letti_suriani
11.	Zainal Arifin	2330200025	BKI	z.arifin0807
12.	Aifa Ulfa	2330400018	MD	Aifa ulfa padang

13.	Husni Khotimah	2330400008	MD	husniharahap1
14.	Intan Oktaviani	2330400004	MD	13intan_oktaviani
15.	Restia Ananda	2330400031	MD	restiaanandha
16	Restina Marbun	2330400008	MD	Restimarbun09
17	Habnida Sari Harahap	2330300009	PMI	Habnida_Harahap
18	Masbulan Dalimunte	2330300006	PMI	Dalimunte_05
19	Ubay Khairunnisa H	2330300010	PMI	Ubayharah4p_25
20	Putri Herlina	2330300003	PMI	Putrihrln_

B. Temuan Khusus

1. Bentuk Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) yang dilakukan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi di Platform *Instagram*.

Platform Instagram merupakan salah satu media yang bisa di jadikan sebagai sarana *Self Disclosure* (pengungkapan diri) dengan berbagai cara, baik secara sadar maupun tidak sadar. sendiri merujuk pada proses di mana seseorang membagikan informasi pribadi, pikiran, perasaan, atau pengalaman hidup kepada orang lain. Dalam konteks Instagram, sebagai media ekspresi dengan proses terjadi melalui unggahan foto, caption, *story*, atau bahkan komentar dan DM. Kebutuhan seperti ini yang membuat penulis ingin mengetahui lebih

dalam apa saja bentuk *self disclosure* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Angkatan 2023.

Adapun hasil observasi dan wawancara langsung dengan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan ilmu Komunikasi Angkatan 2023 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang bentuk *self disclosure* yang dilakukan di Platform Instagram sebagai berikut:

Hasil Wawancara dengan Ahmad Riski (KPI) menjelaskan bahwa ia melakukan *self disclosure* di mana diri sendiri dan orang lain mengetahui semua informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, gagasan yang sering ia lakukan dalam aktivitasnya. Sebagaimana Hal ini terungkap dalam wawancara berikut:

Iya kak semenjak saya menggunakan platform instagram saya sering membagikan kegiatan saya melalui fitur stories, postingan, dan reels seperti aktivitas, pengalaman, gagasan(diskusi), dan ide motivasi yang bertema “1 menit makin tau” dengan itu juga perlahan-lahan bisa meningkatkan personal branding saya kak.⁸⁴

Sependapat dari pernyataan di atas, Ilman Junaidi Hutasuhut (BKI) menjelaskan bahwa ia sering juga membagikan tentang dirinya sendiri dan kutipan motivasi yang ia dapatkan untuk dibagikan melalui fitur Postingan dan *Stories*. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara berikut:

Ketika saya membaca buku ada kutipan motivasi atau bahasanya indah saya share kak di stories dan postingan agar

⁸⁴ Riski, Mahasiswa KPI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April 2025

oranglain atau kawan terdekat saya juga melihatnya, saya juga mengekspresikan perasaan melalui hobby main gitar kak dengan bernyanyi dan menikmati alam.⁸⁵

Penggunaan Instagram pada gen z telah mengubah gaya komunikasi yang memiliki perbedaan pengungkapan kata-kata yang dibagikan di akun instagramnya, seperti dalam pengungkapan perasaan atau suasana hatinya ada yang memilih membagikan melalui stories bentuk foto dan menambahkan lirik lagu sesuai yang dirasakan. Hal ini terungkap dalam wawancara, Zainal Arifin(BKI) Menjelaskan:

Kalo saya kak lebih sering membagikan foto saat lagi jalan-jalan, kampus, cafe dan lain-lain di stories dengan menambahkan lagu, dengan cara itu saya membagikan pada followers bahwa saya menikmati kegiatan yang saya lakukan. Dan ada juga beberapa postingan saya dengan menambahkan quotes dan keterangan tempat.⁸⁶

Informan berikutnya Reski Sara(KPI) juga memiliki persamaan dengan membagikan kegiatan organisasi dan kuliah dalam bentuk foto dan video di unggahan stories, walau begitu tidak semua kehidupan pribadinya di umbar. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara:

Sejak saya menggunakan Instagram jika ada kegiatan saya pasti di bagikan di stories seperti ketika mengikuti organisasi, kuliah, pencapaian, jalan-jalan, namun kak kalo pengungkapan perasaan ketika lagi sedih dan kecewa atau ada masalah baik itu lingkungan pertemanan, dan keluarga saya tidak bagikan kak itu lebih baik di privasikan ga harus semua orang tau bagaimana kita gitu.⁸⁷

⁸⁵ Ilman Mahasiswa BKI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April 2025

⁸⁶ Zainal, Mahasiswa BKI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April 2025

⁸⁷ Reski Sara, Mahasiswa KPI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April 2025

Beberapa informan lainnya juga memiliki jawaban yang sama diantaranya, Nurul Aini(KPI) menjelaskan bahwa dalam pengungkapan diri di Instagram jauh berbeda di kehidupan nyata, seperti dalam penyampain gaya komunikasi yang digunakan lebih keren. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara :

Saya senang kak berbagi cerita atau pengalaman melalui stories dan postingan seperti membagikan hobi saya, kegiatan tentang lingkungan untuk mengedukasi, menambah wawasan yang bagi pembaca.⁸⁸

Informan berikutnya Aifa Ulfa(MD) menjelaskan bahwa dalam self disclosure yang sering di lakukan oleh Mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi itu bukan untuk pamer/ riya, melainkan membangun semangat dalam meningkatkan prestasi dan memperbanyak jalinan ukhuwah di instagram. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara:

Pengungkapan diri pada saya di instagram itu kak untuk membangun semangat dalam diri saya sendiri dan teman-teman followers bukan untuk riya ketika saya mendapatkan suatu pencapaian. Perasaan sedih dan bahagia terkadang saya juga bagikan kak, untuk sekedar mendapat respon dan saran baik dari teman-teman.⁸⁹

Dari beberapa informan yang sering membagikan kegiatan umum, Seperti Hafiz Alfansuri (BKI) yang hanya sekedarnya saja, Andreansyah (KPI) dan Ubay Khairunnisa (PMI) memilih untuk tidak

⁸⁸ Nurul Aini, Mahasiswa KPI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 29 April 2025

⁸⁹ Aifa Ulfa, Mahasiswa MD nim 23 UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 11 Mei 2025

melakukan pengungkapan diri di instagram, namun masih aktif menggunakannya hanya untuk sekedar mencari informasi. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara: “Kalau kami kak di instagram kurang dalam pengungkapan diri, kami lebih nyaman cerita pada teman-teman langsung. Kami menggunakan instagram pun hanya sekedar melihat informasi yang sedang viral.”⁹⁰

Kemudian hasil observasi yang penulis amati pada setiap akun instagram informan Resti Ananda (MD) penulis mendapati 22 postingan dan 7 kolom sorotan stories yang menunjukkan pengungkapan diri dalam bentuk foto dan video yang berupa kegiatan umum, dan tugas perkuliahan,⁹¹ sama halnya Fatimah Zahro (KPI) dan Taufik Rahman Ruki (KPI) peneliti mendapati 9 postingan dan 6 kolom sorotan stories pada akun Fatimah, 4 postingan dan 10 kolom sorotan stories pada akun Taufik yang sama halnya menunjukkan pengungkapan dirinya dalam kegiatan mengikuti event organisasi dan aktif sebagai mahasiswa dalam foto dan video film pendek yang memberikan wawasan pembelajaran bagi *viewers*nya dan tidak terlalu mengekspresikan soal perasaan yang sedang di alami.⁹²

Setelah itu peneliti mengamati dari beberapa informan pada akun instagram yang lain, penulis menyimpulkan Mahasiswa Fakultas

⁹⁰ Hafiz i dkk, Mahasiswa FDIK UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 29 April 2025

⁹¹ Hasil Observasi dari akun instagram Resti Ananda, Mahasiswa MD nim 23 UIN SYAHADAPadangsidimpuan, <https://www.instagram.com/restimarbun09?igsh=OXVhbnU1amFtb2d3> 17 Mei 2025)

⁹² Hasil observasi dari akun Instagram Fatimah dan Taufik, Mahasiswa KPI nim 23 UIN SYAHADAPadangsidimpuan, (https://www.instagram.com/fatimah0731_?igsh=MWpiNmWzM3VibnNt, https://www.instagram.com/ruki_nasution?igsh=MTRrbWd6eDkwMG1zNA==

Dakwah dan Ilmu Komunikasi sering melakukan pengungkapan diri yang hanya sekedar tidak mencolok sehingga Mahasiswa memilih apa saja hal yang nyaman secara positif di bagikan. Namun, beberapa Informan mengaku ingin mengembangkan potensi dan kekreatifan pada bidang Foto dan Vidio di era daya saing yang semakin kuat ini.

Dari wawancara dan observasi yang di atas, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Angkatan 2023 semua memiliki Akun Instagram yang aktif untuk melakukan komunikasi dalam bentuk self disclosure. Gen Z sepakat bahwa penyebaran informasi lebih cepat di media instagram dan mudah di jangkau dengan melakukan seperti instastories, dan Siaran Langsung(live). Namun, tidak semua informan mengungkapkan yang bersifat pribadi secara keseluruhan unggahan gen z di instagram itu seperti, pendidikan, Hobi(minat),opini,aktivitas,fisik, motivasi, dan pencapaian.

Setelah peneliti melakukan analisis wawancara dan observasi pada Bentuk self Disclosure yang dilakukan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan ilmu Komunikasi angkatan 2023 di Instagram dengan menggunakan Teori Johari Windows⁹³ dan ditambah dengan hasil penelitian di temukan bahwa terdapat dua sisi bentuk seperti Area Terbuka (*open Area*), dan Area Tersembunyi (*hidden area*). Untuk lebih jelasnya berikut pemaparan dari hasil pengamatan yang penulis

⁹³ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpersonal*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), h. 53

lakukan:

a. Area Terbuka (*Open Area*)

Area Terbuka atau disebut dengan open area merupakan Area terbuka atau *Open Area* merupakan area di mana apa yang kita ketahui, orang lain juga mengetahuinya. Dalam artian, segala aspek dalam kehidupan kita baik itu perasaan, tingkah laku maupun pikiran dapat diketahui oleh diri sendiri dan orang lain. Pada area ini beberapa informan tidak segan memberikan informasi tentang dirinya seperti mengungkapkan perasaan, kegiatan yang dilakukan, tempat yang dikunjungi, hobi atau selera, dan lainnya. Tidak jarang pula informan mencantumkan lokasi atau jam ketika menguploadnya di *Instastories* dan postingan.

Komunikasi yang Digunakan dalam Area Terbuka Komunikasi Verbal dan non verbal. Seperti komunikasi verbal digunakan untuk menyampaikan hal-hal yang sudah diketahui bersama, baik secara langsung maupun tidak langsung. Contoh: “*Aku suka banget baca buku motivasi.*” dengan mengaploud kutipan buku yang dibaca di *stories* akun pribadi atau menyampaikan langsung secara visual di *reels* postingan. Kemudian komunikasi non verbal karena informasi ini sudah jelas terlihat, orang lain bisa mengetahuinya lewat bahasa tubuh, ekspresi, dan kebiasaan yang tampak. Contoh: Sering tersenyum atau dikenal sebagai pribadi ramah, gaya komunikasi yang cenderung digunakan dalam area ini yaitu pada gaya terbuka atau

asertif yang transparan.

b. Area Tersembunyi (*hidden area*)

Area Tersembunyi (*hidden area*) merupakan Area tersembunyi yang menunjukkan keadaan dimana berbagai hal diketahui dirinya, namun orang lain tidak mengetahuinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, hampir semua informan memiliki area ini. Sebab, tidak semua yang dilakukan atau dirasakan harus diungkapkan pada media sosial. Sebagai contoh yang tersirat ketika melakukan pengungkapan diri (*Self Disclosure*) dengan lirik lagu untuk mengungkapkan apa yang sedang dirasakan, dan ada juga menuangkan secara tidak langsung dengan menggunakan quotes atau kutipan buku.

Komunikasi ini melibatkan kata-kata atau bahasa lisan/tulisan atau komunikasi verbal untuk mengungkapkan bagian dari diri yang tersembunyi, contoh mengungkapkan perasaan dan pengalaman hidup di stories atau di postingan. Dengan menggunakan gaya bahasa yang cenderung tertutup dan selektif atau disebut pasif, *self disclosure* ini terkontrol, dengan membagikan informasi hanya pada orang yang mereka percayai.

2. Faktor yang mempengaruhi Gen Z Melakukan self disclosure.

Pengungkapan diri(*self disclosure*) di platform instagram

tentunya memiliki faktor atau ada hal-hal yang mempengaruhi Gen Z untuk membagikan informasi pribadi, perasaan, hobi, pengalaman atau kegiatan sehari-hari kepada orang lain maupun orang terdekat di media sosial. Peneliti sudah merangkum beberapa hasil wawancara dari informan perihal faktor yang mempengaruhi gen z melakukan self disclosur diantaranya sebagai berikut:

Hasil wawancara dari Aifa Ulfa (MD) yang termasuk Ge Z menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhinya melakukan self disclosure yaitu untuk mengekspresikan diri dan identitas sebagai mahasiswa di Jurusan Manajemen Dakwah. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara berikut:

Faktor saya sendiri kak melakukan self disclosure sebagai kebutuhan publik untuk memperkenalkan saya, agar orang dapat menanyakan saya mahasiswa kampus mana?, mengambil jurusan apa ? nah kan orang jadi tertarik gitu kak pada jurusan yang saya ambil dengan saya membagikan kegiatan HMPS seperti pengajian. Di sisi lain juga untuk membangun citra dan kebiasaan baik agar bisa menarik orang-orang yang melihat postingan saya.⁹⁴

Hasil wawancara dari Zainal Arifin (BKI) menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhinya yaitu terjadi karena adanya aktivitas trend dari teman- teman yang melakukan keterbukaan diri sehingga cenderung ikut terdorong ingin terbuka juga. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara berikut:

⁹⁴ Aifa Ulfa, Mahasiswa MD nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 11 Mei 2025

Salah satu faktor yang membuat saya melakukan *self disclosure* karena lingkungan, saat berada di bangku SMA saya tidak terlalu aktif kak walaupun saya memiliki akun Instagram. Namun setelah di bangku kuliah yang terjadi saya lihat di kelas semua memiliki akun instagram dan cukup aktif dalam melakukan keterbukaan diri sehingga akhirnya saya ikutan kak.⁹⁵

Informan selanjutnya Ahmad Riski (KPI) menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhinya yaitu Kepercayaan diri dalam membangun personal branding sehingga sangat terdorong untuk membagikan secara online dan meningkatkan strateginya membangun identitas sosial menjadi *Content creator(Influencer)*. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara berikut:

Kalo dari diri saya sendiri kak udah ada rasa percaya diri karena udah terbiasa terbuka di instagram yang awalnya tidak terlalu, dan sekarang juga sudah banyak yang lihat serta mendapat respon positif dari motivasi yang saya bagikan ke publik.⁹⁶

Kemudian hasil wawancara dan observasi dari Putri Herlina (PMI) menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhinya yaitu koneksi era digital yang semakin bebas mengekspresikan dan mengeksplorasi identitas diri. Hal ini sebagaimana terdapat dalam wawancara berikut:

Saya merasa senang aja kak untuk melakukan *self disclosure* yang menurut saya tidak berlebihan dalam mengaplikasikannya, sehingga apabila followers (pengikut) saya mengetahui tentang diri saya kak.⁹⁷

Beberapa informan lainnya menjelaskan tentang faktor yang

⁹⁵ Zainal , Mahasiswa BKI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April 2025

⁹⁶ Riski, Mahasiswa KPI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April 2025

⁹⁷ Putri , Mahasiswa PMI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 24 Mei 2025

mempengaruhi mereka melakukan self disclosure kebanyakan dari mereka memang mengikuti tren dan perkembangan zaman yang semakin maju sehingga merasa terhubung dan butuh validasi, terutama di lingkungan digital. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara dari Fatimah Zahro(KPI) dan Husni (MD) berikut:

Faktor yang mempengaruhi kami sebagai Gen Z melakukan Self Disclosure yaitu Teknologi dan media sosial yang bersifat anonim kak, namun tidak di semua platform di gunakan untuk sekarang lebih nyaman menggunakan Instagram di banding platform yang lain.⁹⁸

Selanjutnya informan lainnya mengungkapkan faktor yang mempengaruhinya adanya tujuan yang mendorong menginspirasi, mengedukasi, atau mencari solusi bersama juga mempengaruhi seseorang untuk berbagi, Hal ini terungkap sebagaimana terdapat dalam wawancara dari Ilman Junaidi Hutasuhut (BKI) berikut:

Ada moment ketika saya kak melihat suatu inspirasi atau hal yang lagi panas sekarang di reels Instagram kemudian saya bagikan kak melalui DM terkadang juga bikin stories agar menyeluruh ke publik, contohnya kak seperti peristiwa perang di Gaza yang belum ada hentinya.⁹⁹

Setelah itu peneliti mendapat jawaban yang sama dari informan lainnya dan menyimpulkan bahwa Perilaku *self-disclosure* pada Gen Z dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi. Media sosial dan kemajuan teknologi digital memberikan

⁹⁸ Fatimah dan Husni, Mahasiswa FDIK UIN SYAHADA Padangsidempuan 29 April 2025

⁹⁹ Ilman, Mahasiswa BKI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April 2025

ruang baru bagi Gen Z untuk mengekspresikan diri secara terbuka, sering kali didorong oleh kebutuhan akan koneksi sosial, validasi, dan penerimaan. Selain itu, motivasi pribadi, seperti ingin membantu orang lain melalui pengalaman mereka sendiri, juga menjadi alasan penting dalam melakukan self-disclosure.

Self-disclosure pada generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, psikologis, dan teknologi yang membentuk pola komunikasi mereka di era digital. Dengan mengacu pada teori komunikasi interpersonal seperti yang dijelaskan oleh Joseph DeVito¹⁰⁰ dan didukung oleh wawancara dan observasi terhadap perilaku Gen Z, berikut adalah analisis dari masing-masing faktor yang telah dijelaskan :

a. Afeksi

Individu membuka diri kepada orang-orang yang disukai atau dicintainya, dan individu tidak akan membuka diri kepada orang yang tidak disukai. Hal ini dikarenakan orang yg disukai (dan mungkin menyukai balik) akan mendukung dan memberikan respon positif. Faktor ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2023 cenderung menyukai orang yang memiliki kesamaan dengan mereka, baik dari segi nilai, minat, gaya hidup, maupun pandangan serta kesamaan menciptakan rasa nyaman dan

¹⁰⁰ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelimia*, (Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Group, 2011), hlm.66

pemahaman yang lebih dalam dan mendapatkan respon positif. Seperti yang disampaikan oleh Aifa Ulfa (MD) bahwa adanya mengekspresikan dan memperkenalkan identitas diri dengan perasaan suka membagikan kegiatan positif sebagai mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah melalui fitur stories dan post.

b. Efek Diadik

Individu melakukan *self-disclosure* bila orang yang mengetahuinya juga melakukan *self-disclosure*. Pengungkapan diri menjadi lebih akrab bila itu dilakukan sebagai tanggapan atas pengungkapan diri orang lain. Faktor ini konsep dalam komunikasi interpersonal yang menjelaskan kecenderungan seseorang untuk membuka diri (*self disclosure*) sebagai respons terhadap keterbukaan orang lain dalam konteks komunikasi dua arah (*dyadic communication*), yaitu komunikasi antara dua orang. Sehingga Apabila seseorang membagikan tentang dirinya yang melihat cenderung ingin juga mengikuti hal ini sering disebut Koneksi era digital dan aktivitas trend.

c. Kompetensi

Individu yang kompeten lebih banyak melakukan pengungkapan diri daripada individu yang kurang kompeten. Hal ini dikarenakan individu yang kompeten memiliki rasa percaya diri dan memiliki banyak hal yang positif untuk diungkapkan. Faktor ini sering

di temukan di era digital sekarang beberapa dari Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2023 yakni penulis menemukan informan Ahmad Riski (KPI) dan Ilman Junaidi (BKI) mengungkapkan bahwa dapat membangun kepercayaan dalam diri dan membangun personal branding dari apa yang telah di bagikan di stories dan di feed post.

d. Topik

Informasi yang dibagikan merupakan informasi yang berkaitan tentang diri sendiri, pekerjaan, hobi, pengalaman, minat/bakat daripada masalah kehidupan dan kondisi ekonomi. Faktor ini merujuk pada jenis atau isi informasi yang dibicarakan dalam *self-disclosure*. Beberapa topik lebih sensitif atau pribadi, sehingga memerlukan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi agar seseorang mau membicarakannya. Jadi yang penulis temukan dari Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Angkatan 2023 mereka lebih nyaman membagikan pesan singkat berupa quotes dengan menambah elemen lagu sebagai pengungkapan perasaan atau yang gen z sebut *mood*.

3. Dampak Self Disclosure di Intagram terhadap Gaya Komunikasi

Ketika seseorang melakukan *Self Disclosure*, maka akan mendapat dampak positif maupun negatif yang signifikan terhadap gaya komunikasi terutama di era media sosial seperti Instagram. Hal

ini menciptakan komunikasi yang lebih bersifat personal dan relasional, karena audiens merasa terhubung dengan pengalaman nyata yang dibagikan. Hal inilah yang peneliti ingin mengetahui lebih dalam dampak *self disclosure* di instagram terhadap gaya komunikasi gen z pada Mahasiswa Fakultas dakwah dan ilmu komunikasi Angkatan 2023. Adapun hasil wawancara dengan Ubay Khoirunnisah (PMI) menjelaskan bahwa cenderung ingin mengungkapkan pikiran, perasaan dari pengalaman sehingga terjadi penyampaian dengan pesan yang singkat berupa penambahan emoji, filter foto dan lainnya. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara berikut:

Dampaknya kak saya menjadi lebih terbuka dan ekspresif dalam berkomunikasi di media sosial, sementara di kehidupan nyata kak saya cenderung lebih selektif dalam berbagi informasi tentang saya.¹⁰¹

Hasil wawancara dengan intan oktaviani (MD) menjelaskan bahwa dampak yang telah di rasakan itu seperti dapat membangun rasa percaya diri dan dukungan sosial. Namun, terkadang merasa kurang nyaman jika ada yang kritik. Hal ini sebagaimana terungkap dalam hasil wawancara berikut:

Gen z termasuk penggunaan gaya komunikasinya banyak kak yang signifikan pada kehidupan nyata. Tapi dampak positif yang saya alami kak memperkuat hubungan interpersonal untuk membangun kedekatan dan penerimaan walaupun terkadang juga ada dampak negative yang saya terima yaitu soal privasi

¹⁰¹ Ubay, Mahasiswa PMI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 23 Mei 2025

yang harusnya saya simpan sendiri aja tapi berujung terbagikan kak.¹⁰²

Kemudian hasil wawancara dengan Taufik Ruki (KPI) menjelaskan bahwa dampak *self disclosure* yang dilakukan sering mengundang partisipasi dan respon yang terlibat dalam komunikasi secara daring terutama reaksi melalui dm atau reaksi stories. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara berikut:

Dampak yang saya dapatkan salah satunya kak, setiap saya membagikan foto dan video di fitur stories dan postingan pasti ada aja menanggapi dengan baik, terkadang juga respon konyol. Namun saya tidak terlalu berlebihan menanggapi secara biasa-biasa aja kak.¹⁰³

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ilman Junaidi (BKI) menjelaskan bahwa dapat menciptakan gaya komunikasi yang bersifat emosional dari perasaan dan memicu banyak juga interaksi interpersonal karena dalam pengungkapan diri secara nyata dan media sosial berbeda. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara berikut: Menurut saya kak sesuai yang terjadi setiap saya membagikan di reels dan stories memiliki dampak positif banyak seperti banyak yang like dan memberi tanggapan yang membangun.¹⁰⁴

Beberapa informan lainnya juga merasakan hal yang sama dari pernyataan di atas tentang dampak *self disclosure* di Instagram

¹⁰² Intan, Mahasiswa MD nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 23 Mei 2025

¹⁰³ Taufik Ruki, Mahasiswa KPI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April

¹⁰⁴ Ilman Junaidi, Mahasiswa BKI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April

terhadap gaya komunikasi yang terjadi pada Mahasiswa Angkatan 2023. Terkadang memilih secara selektif apa yang ingin mereka tampilkan untuk membentuk citra diri tertentu. Hal ini menyebabkan gaya komunikasi menjadi lebih strategis dan terkadang tidak sepenuhnya mencerminkan kenyataan yang terjadi, karena adanya tekanan untuk tampil sempurna atau sesuai ekspektasi publik.

Kemudian hasil wawancara dengan Reski Dita (KPI) dan Nurul Aini (KPI) mengaku bahwa takut terlalu banyak atau sering melakukan pengungkapan diri di instagram yang menimbulkan kesalahpahaman atau persepsi yang tidak baik jadi memilih lebih hati-hati untuk membagikan. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara berikut:

Saya khawatir kak di nilai alay jika gaya komunikasi saya berubah dari biasanya yang saya pakai di kehidupan nyata, maka untuk menghindari hal tersebut saya lebih memilih-milih yang penting aja untuk di bagikan, tidak semua seperti bagaimana suasana hati,kebiasaan, kepribadian dan gaya hidup saya kak.¹⁰⁵

Selanjutnya sebagaimana terungkap dalam wawancara dari Nurul Aini (KPI) berikut:

Sama sih kak, saya juga merasakan seperti itu takut di katain sok pandai, kepedean banget oleh followers(pengikut) saya kak, apalagi pas saya membagikan hobi make up kak khawatir di nilai gak baik yang menimbulkan koneksi yang emosional.”¹⁰⁶

Beberapa informan lainnya juga merasakan hal yang sama

¹⁰⁵ Reski Sara, Mahasiswa KPI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidempuan, 29 April 2025

¹⁰⁶ Nurul Aini, Mahasiswa KPI nim 23 UIN SYAHADA Padangsidimpua, 29 April 2025

seperti pernyataan di atas diantaranya Restia Ananda(MD), Frydowna (BKI), Fatimah Zahro (KPI), Andreansyah (KPI) dan Habnida Sari (PMI) mengungkapkan bahwa memahami pentingnya konteks dalam penyampaian pesan. Apabila ketika *self disclosure* dilakukan secara impulsif (misalnya lewat story atau caption emosional), informasi bisa disalahpahami atau bahkan menimbulkan konflik komunikasi, baik dengan teman sekelas, dosen, atau audiens dakwahnya. Maka perlu untuk berhati-hati agar hal tersebut tidak terjadi.

Setelah melakukan pengungkapan diri di *platform Instagram*, maka para Informan akan menerima efek atau dampak yang diterima. Salah satu dampak yang paling sering dirasakan adalah munculnya perasaan puas atau lega. Kenyataanya, dibalik perasaan lega terkadang dampak negatif lainnya seperti penolakan atau komentar negatif lainnya cenderung di khawatirkan pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Angkatan 2023 karena ketika gaya komunikasi digunakan dapat diartikan sebagai citra diri yang berguna sebagai jendela untuk memahami kepribadian seseorang dalam bersosialisasi. Gaya komunikasi memiliki pengaruh yang besar terhadap individu, bahkan dapat mempengaruhi karir dan kehidupan sosialnya. Sebagai contoh, biasanya orang akan lebih mudah menangkap gaya komunikasi yang digunakan dari pada pesannya, hal itu dikarenakan ketidakmampuan komunikator dalam menyampaikan pesannya. Adapun analisis dampak *self disclosure* di instagram terhadap gaya komunikasi Gen Z Mahasiswa Fakultas

Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2023 akan dijabarkan berikut:

a. Dampak Positif

Dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan terdapat beberapa dampak positif yang muncul setelah melakukan *Self Disclosure* terhadap gaya komunikasi di media sosial. Salah satunya adalah lebih mengenal diri sendiri. Dengan menulis caption(bio) tentang pengalaman pribadi mendorong pengguna merenungkan dan mengomunikasikan isi pikirannya dengan lebih baik selanjutnya jika sering di asah dalam pengungkapan diri dengan kemampuan digital maka akan menambah skill menyampaikan pesan secara visual seperti ilustrasi foto, video yang di edit dari kontras Cahaya, warna, dan volume dapat mempengaruhi gaya komunikasi lebih bermakna.

Kemudian Mendorong Gaya Komunikasi yang Lebih Reflektif *Self-disclosure* membuat pengguna lebih sadar akan isi pesan dan dampaknya. Komunikasi jadi lebih terstruktur, bermakna, dan penuh pertimbangan. Dalam dampak ini gaya komunikasi yang di gunakan yaitu Asertif, gaya komunikasi yang sehat dan seimbang dengan mengungkapkan pikiran dan perasaan secara jujur tanpa menyakiti orang lain, percaya diri, tapi tetap menghargai orang lain, mampu mengatakan “tidak” tanpa merasa bersalah.

b. Dampak Negatif

Selain positif, beberapa informan merasakan dampak negatif

dari Self disclosure terhadap gaya komunikasi gen z seperti penolakan sosial dan kekhawatiran informan. Kemudian peneliti menemukan dari observasi dan wawancara dari Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yaitu menggunakan gaya komunikasi yang tidak otentik karena ingin diterima atau mendapatkan validasi sosial (likes, komentar), banyak pengguna melakukan self-disclosure yang telah dipoles atau direkayasa seperti penggunaan filter dan emoji yang berubah-ubah.

Ada juga gaya komunikasi bisa menjadi selektif dan sering muncul perbedaan gaya komunikasi secara online dan offline. Dalam dampak ini peneliti mendapatkan gaya komunikasi yang digunakan dari teori karya Mc Callister¹⁰⁷ tergolong tipe komunikasi pasif, dalam tipe ini komunikator cenderung memberikan celah yang luas bagi lawan bicaranya, seseorang dengan tipe seperti ini akan merasa cemas, terjebak, dan putus asa karena tidak bisa mengendalikan dirinya. Sehingga komunikator harus berusaha lebih kuat agar dapat menegaskan dirinya.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Penelitian ini melibatkan Mahasiswa

¹⁰⁷ Alo Liliweri, *Gaya Komunikasi Antarpersonal*, ed. by Satucabayapuro, Edisi Pertama, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 261-265.

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2023 yaitu 4 Program Studi 1.) Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2.) Bimbingan dan Konseling Islam, 3.) Manajemen Dakwah, 4.) Pengembangan Masyarakat Islam dengan jumlah informan 20 Mahasiswa. Penelitian ini bertajuk pada Dampak *Self Disclosure* terhadap gaya komunikasi generasi z melalui instagram yang mana Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2023 sebagai subjek.

Teori dari *Social Penetration Theory* mengemukakan bahwa *self disclosure* merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menyatakan informasi tentang dirinya kepada orang lain yang tujuannya untuk mencapai hubungan yang akrab, salah satu yang penting dalam keterampilan sosial ialah *self disclosure*. Orang membangun hubungan sosial lewat Instagram, terutama melalui self-disclosure yang bertahap. Instagram bukan hanya platform visual, tapi juga wadah bagi orang untuk membuka diri dan membangun koneksi interpersonal secara mendalam.

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi menggunakan Instagram sebagai ruang ekspresi diri. Self-disclosure ini tidak hanya terbatas pada hal-hal positif, tetapi juga mencakup curahan perasaan, opini terhadap isu sosial, serta pengalaman sehari-hari fitur seperti *story*, *reels*, dan *postingan*. Hal ini mencerminkan Fenomena

dari teori *Johari Window* pada bentuk self disclosure yaitu area terbuka (open area) dan area tersembunyi (hidden area). Self-disclosure ini didorong oleh beberapa faktor, seperti keinginan untuk mendapatkan perhatian atau validasi dari teman sebaya, kebutuhan untuk mengekspresikan diri, serta sebagai bentuk eksistensi di dunia digital. Fenomena ini sejalan dengan teori komunikasi interpersonal yang menyebutkan bahwa individu cenderung membuka diri lebih luas dalam situasi yang mereka anggap aman dan terkendali, seperti media sosial,

Gaya komunikasi yang ditunjukkan oleh mahasiswa melalui Instagram mengalami pergeseran dari gaya formal ke informal. Komunikasi lebih bersifat kasual, menggunakan bahasa sehari-hari, disertai dengan elemen visual (foto, video, emoji), serta lebih ekspresif secara emosional. Mahasiswa cenderung menyampaikan opini atau perasaan mereka secara lebih terbuka melalui media sosial dibandingkan dalam interaksi langsung. Temuan ini mengindikasikan bahwa *self-disclosure* berkontribusi terhadap terbentuknya gaya komunikasi yang lebih personal dan spontan, serta memanfaatkan aspek visual sebagai alat utama penyampaian pesan.

Secara umum, self-disclosure memberikan dampak positif berupa meningkatnya keterbukaan dalam komunikasi, mempererat hubungan sosial, dan memperkuat identitas diri. Selain itu, banyak

mahasiswa yang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah, membagikan konten-konten keislaman, kutipan motivasi, serta pengalaman religius. Namun, terdapat pula dampak negatif, seperti potensi kehilangan privasi, munculnya persepsi sosial yang salah akibat pencitraan yang berlebihan, hingga dampak psikologis seperti kecemasan sosial atau tekanan sosial karena tuntutan untuk selalu tampil ideal di media sosial.

D. Keterbatasan Peneliti

Penulisan skripsi ini telah dilakukan dengan Upaya maksimal sesuai Langkah-langkah yang telah peneliti tetapkan dalam metodologi penelitian. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa hasil penelitian yang di peroleh dapat benar-benar maksimal secara objektif dan subjektif serta dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman dan pengembangan topik yang di teliti.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu di perhatikan. Pertama, sampel penelitian hanya mencakup pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi untuk mahasiswa dari fakultas atau universitas lain. Kedua, pengumpulan data hanya dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang bisa mempengaruhi objektivitas hasil karena informan mungkin hanya menyampaikan hal-hal yang dianggap

penting atau tidak sepenuhnya terbuka tentang pengalaman mereka. Selain itu, Penelitian dilakukan dalam jangka waktu terbatas, yang membuat pengumpulan data tidak bisa mencakup seluruh populasi target. Selain itu, peneliti mengalami kendala dalam mengakses data digital atau postingan Instagram responden karena keterbatasan privasi akun, sehingga beberapa analisis bersifat asertif berdasarkan pernyataan informan. Terakhir Keterbatasan Platform yang hanya memfokuskan pada platform Instagram, padahal mahasiswa saat ini juga aktif di berbagai media sosial lain seperti TikTok, WhatsApp, dan X (Twitter). Dengan demikian, gaya komunikasi digital mereka mungkin dipengaruhi oleh lintas platform yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai dampak *self-disclosure* terhadap gaya komunikasi generasi melalui Instagram pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan angkatan 2023, Peneliti menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Self-disclosure memiliki peran penting dalam membentuk gaya komunikasi digital mahasiswa, mayoritas mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi menunjukkan kecenderungan untuk membuka diri melalui Instagram, baik berbagi cerita pribadi, pendapat, maupun pengalaman emosional dengan dua bentuk yaitu ; 1). Area Terbuka (*open area*) Komunikasi yang digunakan di sini cenderung terbuka, asertif, dan transparan., 2). Area Tersembunyi (*hidden area*) Komunikasi yang digunakan cenderung tertutup atau selektif atau disebut Pasif, Self-disclosure terkontrol, dengan membagikan informasi hanya kepada orang yang dipercaya.
2. Perilaku self-disclosure yang dilakukan oleh generasi Z dipengaruhi oleh empat faktor utama. Pertama, **Afeksi** (Perasaan Menyukai). Kedua, **Efek Diadik**. Ketiga, **Kompetensi Komunikasi** juga berperan penting,. Keempat, **Topik Pembicaraan** menjadi faktor penentu dalam sejauh mana individu bersedia membuka diri. Keempat faktor ini saling berinteraksi

dalam membentuk dinamika keterbukaan diri generasi Z dalam berkomunikasi. Dengan menekankan pada komunikasi verbal tertulis (caption, status, tweet), namun sering dikombinasikan dengan elemen nonverbal visual (mimik, musik, video editing) dalam konten audiovisual

3. Self-disclosure memberikan dampak positif dan negatif terhadap Gaya Komunikasi Gen Z. Pertama, dampak positif dari gaya komunikasi yang di gunakan yaitu tipe asertif, gaya komunikasi yang sehat dan seimbang hal ini dapat meningkatkan 1). kepercayaan diri, 2). mempererat hubungan sosial, 3). memperkuat identitas digital. Kemudian dampak negative dari tipe gaya komunikasi pasif, dalam tipe ini komunikator cenderung memberikan celah yang luas bagi lawan bicaranya hal ini dapat menimbulkan risiko seperti kehilangan 1). privasi, 2). tekanan sosial, 3). potensi kesalahpahaman komunikasi

B. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting, baik untuk menjadi pertimbangan dalam konteks akademik, teoritis, sosial, maupun penelitian selanjutnya. Bagi akademik penelitian ini dapat menjadi masukan dalam pengembangan kurikulum yang lebih responsif terhadap perkembangan komunikasi digital. Pembelajaran mengenai strategi komunikasi dakwah, komunikasi media sosial, dan etika digital perlu diperkuat agar mahasiswa mampu menggunakan media sosial secara efektif dan bertanggung jawab. Bagi teoritis hasil penelitian ini memperkuat teori komunikasi interpersonal dan teori *self-disclosure*,

khususnya dalam konteks media digital. Temuan menunjukkan bahwa proses pembukaan diri (*self-disclosure*) tetap relevan dalam membentuk gaya komunikasi, meskipun medianya telah bergeser dari interaksi langsung ke media sosial seperti Instagram. Ini menunjukkan bahwa teori-teori klasik komunikasi masih dapat diterapkan dalam dinamika komunikasi generasi digital. Selain itu mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital memiliki kecenderungan tinggi untuk berbagi kehidupan pribadi secara publik. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan literasi digital dan kesadaran akan pentingnya menjaga privasi, etika bermedia, dan kesehatan mental dalam menggunakan media sosial. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini dapat membuka ruang untuk penelitian lanjutan mengenai gaya komunikasi generasi muda lintas platform (misalnya TikTok atau X/Twitter), atau eksplorasi lebih mendalam terhadap hubungan antara *self-disclosure*, identitas digital, dan kesehatan mental dalam konteks mahasiswa.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi dari hasil penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dalam melakukan *self-disclosure* di media sosial, khususnya Instagram. Penting untuk memilah informasi pribadi yang akan dibagikan agar tidak berdampak negatif pada citra diri dan privasi. Mahasiswa juga

diimbau untuk menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi positif dan produktif, termasuk dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah yang sesuai dengan karakter dakwah digital.

2. Bagi Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke fakultas atau universitas lain agar hasilnya lebih general. Selain itu, bisa juga dilakukan pendekatan kualitatif yang lebih mendalam melalui observasi langsung terhadap aktivitas media sosial responden. Penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi hubungan antara *self-disclosure* dan dampaknya terhadap kesehatan mental atau dinamika hubungan interpersonal di dunia nyata

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basit,(2007). “Epistemologi Dakwah Fardiyah Dalam Perspektif Komunikasi Antar Pribadi”, *Jurnal Komunika Vol. 1 No, 1*
- Akbar Fariz Dkk (2022) “*Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kegiatan Belajar Dan Mengajar Terhadap Pembentukan Karakter Anak Generasi Z*” *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*vol.2, No.2
- Andres Kaplan & Michael Haenlein, (2010) *Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media*, Business Horizons 53
- Anya Cahyaning Tiyaestu & Rudi Cahyono,(2015) *Perbedaan Communication Privacy Management Di Media Sosial Twitter Pada Remaja Dengan Tipe Kepribadian Ekstrovert Dan Introvert*, *Jurnal Psikologi Dan Pendidikan Universitas Airlangga*, Vol. 4 No.01
- Armawati Arbi (2012). *Psikologi Komunikasi Dan Tabligh*, Jakarta: Amzah,
- Berchah Pitoewas(2020) “*Analisis Kepekaan Sosial Generasi (Z) Di Era Digital Dalam Menyikapi Masalah Sosial*” *Jurnal Bhineka Tunggal Ika : Volume 07, No. 1.*
- Devito, (2019) *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*,Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group,
- Devito, Joseph.A. (2011) *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Dewi, A. P. Dan Santi Deliana. (2020). Self Disclosure Generasi Z Di Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi: Ekspresi Dan Persepsi Vol 3 No.1*
- Dian Novita Sari (2020) “*Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual Dalam Membentuk Konsep Diri Studi Kasus Aplikasi Tiktok*” Vol. 4, No. 2,
- Dimas Pamuncak,(2011) *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pengguna Facebook*, Skripsi, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011),

Edi Harapan Dan Syarwani Ahmad, (2016) *Komunikasi Antarpribadi*, Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada

Effendy, (2002) *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Bandung: Pt Remaja Rosdakarya

Fisher, B Aubrey Fisher. (1978) *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya

Galih Sakitri, (2021). *Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!*, Jurnal Manajemen Prasetya Mulya, Vol.35, No. 02

Gun Gun Heryanto. (2018.) *Media Komunikasi Politik Relasi Kuasa Media Di Panggung Politik*, Yogyakarta: Ircisod

Hefni, Herjani. (2017) *Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana

Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.

Irbithul Fikriyah, (2020) *Pengaruh Kepribadian Terhadap Pengungkapan Diri Melalui Whatsapp Status Dikalangan Siswa Man 02 Kota Serang*, Skripsi (Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah Jakarta,

Jurnal Risalah. 27(2).

Lexy J. Moleong,(2016) *Metodologi Penelitian Kualitatif*,(Bandung Pt. Remaja Rosdakarya

Lou, C., & Xu, A. (2018). “*Understanding The Influence Of Social Media On Self-Disclosure*.” *Journal Of Communication*, 68(4), 2

Moloeng, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Jakarta: Pt. Remaja Rosdakarya

Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Neng Dewi Kurnia, Dkk,(2018) “*Hubungan Pemanfaatan Media Sosial*

- Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas*”, Tahun 8 Vol. 8 No.1, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia,
- Nurfitriani M. Siregar (2024) *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa : Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam* Vol.18 No. 1
- Panuju, Redi. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Pratikto, Riyono. (1987). *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya, 1987
- Roudhonah. (2019) *Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Depok: Pt. Raja Grafindo Persada
- Rusman, Dkk. (2012). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Sakitri, Galih, (2021). *Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!*, Jurnal Manajemen Prasetya Mulya. 35(02).
- Sari, Anditha. (2017). *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: Cv. Budi Utama
- Sihabudin, Ahmad & Rahmi Winangsih. (2012). *Komunikasi Antarmanusia*. Serang: Pustaka Getok Tular
- Sitti Nurhalimah. 2019. *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi* .Sleman: Deepublish
- Smith, Jonathan A., Flowers, Paul., And Larkin. Michael. 2009. *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method And Research*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington: Sage
- Soyokmuti, Nurani. (2016) *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Suardi,(2016) *Antara Media Sosial Dalam Komunikasi Politik, Jurnal Risalah*, Vol. 27, No. 2

Suardi. (2016). *Antara Media Sosial Dalam Komunikasi Politik*.

Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*,
Bandung: Penerbit Alfabeta

Sugiyono, 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta,

Suranto (2011) *Komunikasi Interpersonal*, Yogyakarta: Graha Ilmu,

Youarti, Inta Elok & Nur Hidayah. (2018). *Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z*. 4(01).

Zarina Akbar(2018) “*Pengungkapan Diri Di Media Sosial Ditinjau Dari Kecemasan Sosial Pada Remaja*” Jurnal Irkaith Humaniora Vol 2, No 2,

PEDOMAN WAWANCARA

1. Menentukan tema atau topik wawancara.
2. Mempelajari masalah yang berkaitan dengan topik wawancara.
3. Menyusun daftar atau garis besar pertanyaan yang akan diajukan kepada informan (5W+1H).

a. Wawancara

1. Apakah gaya komunikasi Mahasiswa di Instagram berbeda dari cara berkomunikasi secara langsung dengan orang lain? bagaimana perbedaannya?
2. Apa saja fitur yang paling sering yang gunakan di Instagram? (Misalnya: Stories, Feed, DM, Reels, dll.)
3. Dalam konteks Instagram, apa yang Gen Z pikirkan tentang "membuka diri" atau berbagi tentang kehidupan pribadi Anda di platform ini?
4. Apa saja bentuk self disclosure mahasiswa Fakultas dakwah dan ilmu komunikasi di Instagram?
5. Apa saja faktor yang memengaruhi generasi z melakukan self-disclosure?
6. Apa jenis informasi pribadi yang biasanya Gen Z bagikan di Instagram? (Misalnya, perasaan, pengalaman pribadi, kegiatan sehari-hari, pendapat pribadi, dll.)
7. Apakah Mahasiswa merasa lebih nyaman berbagi hal-hal pribadi dengan teman dekat di Instagram dibandingkan dengan orang yang tidak

terlalu Anda kenal?

8. Apakah Mahasiswa merasa bahwa Instagram membantu membentuk atau menampilkan identitas diri Anda?

9. Seperti apa maksud dan tujuan dari *Self Disclosure* pada Mahasiswa generasi z fakultas dakwah dan ilmu komunikasi?

10. Apakah ada hal-hal yang mahasiswa pilih untuk tidak dibagikan di Instagram?

11. Bagaimana pola self-disclosure yang dilakukan oleh mahasiswa generasi Z melalui Instagram di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syahada Padangsidimpuan?

12. Bagaimana respon dari teman-teman atau orang lain mempengaruhi dalam berbagi cerita di Instagram?

13. Bagaimana dampak self disclosure di instagram terhadap gaya komunikasi gen z?

14. Bagaimana Gen Z memilih foto atau cerita yang akan di unggah?

15. Jenis informasi apa yang paling sering Mahasiswa Gen Z bagikan di Instagram?

16. Apakah ada jika Gen Z berbagi hal pribadi di Instagram memberikan dampak positif dalam hubungan dengan teman-teman atau orang lain?

17. Apakah Mahasiswa Gen Z merasa ada perbedaan dalam cara mengungkapkan diri di media sosial dibandingkan dengan cara berbicara langsung dengan teman-teman di dunia nyata?

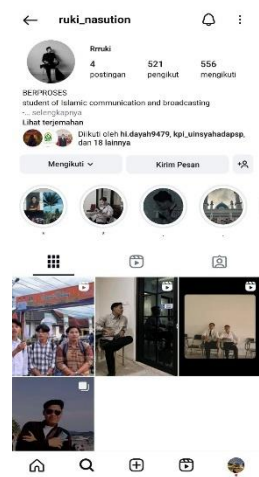
LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Pedoman Observasi

Gambar 1. Hasil Tangkapan Layar dari akun *instagram* Ahmad Riski yang menunjukkan adanya self disclosure dalam bentuk foto dan video kegiatan dan motivasi yang di bagikan melalui fitur stories dan Feed post.

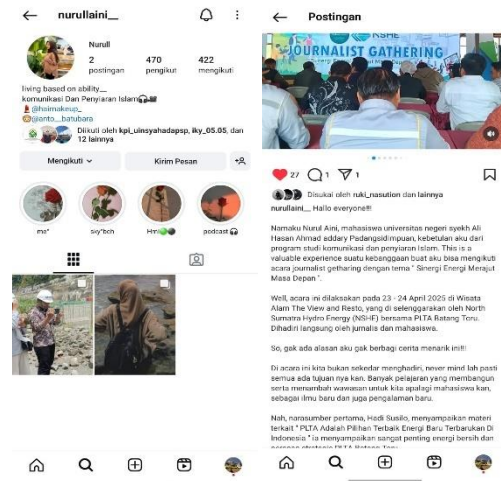


Gambar 2. Hasil tangkapan layar dari akun *instagram* Taufik Ruki yang menunjukkan informasi umum tentang pribadi sebagai mahasiswa aktif tidak terlalu mengekspresikan soal perasaan yang sedang di alami.



Gambar 3. Hasil dari tangkapan layar akun *instagram* Nurul Aini yang

menunjukkan mengungkapkan identitas diri dan pengalaman dengan gaya komunikasi Santai tapi jelas.



Gambar 4. Hasil tangkapan layar dari akun instagram Reski Dita menunjukkan foto dan video yang menambahkan keterangan singkat, filter, lagu, dan emoji.



Gambar 5. Hasil tangkapan layar dari akun instagram Fatimah zahro yang menunjukkan kesibukan mengikuti organisasi dengan menulis keterangan singkat serta menambahkan emoji.



Gambar 6. Hasil tangkapan layar dari akun instagram Andreansyah Marpaung dan Letti Suriani menunjukkan tidak ada pengungkapan diri.



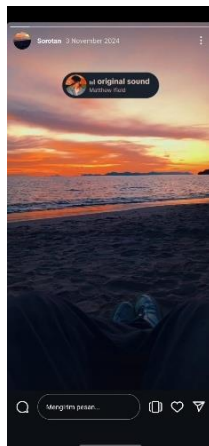
Gambar. 7 Hasil tangkapan layar dari akun *instagram* Ilman Junaidi menunjukkan bahwa sering membagikan hobi dan kutipan buku.



Gambar 8. Hasil tangkapan layar dari Akun *Instagram* Zainal yang menunjukkan pengungkapan diri dengan gaya komunikasi melalui lagu dan pesan singkat (*caption*) pada fotonya.



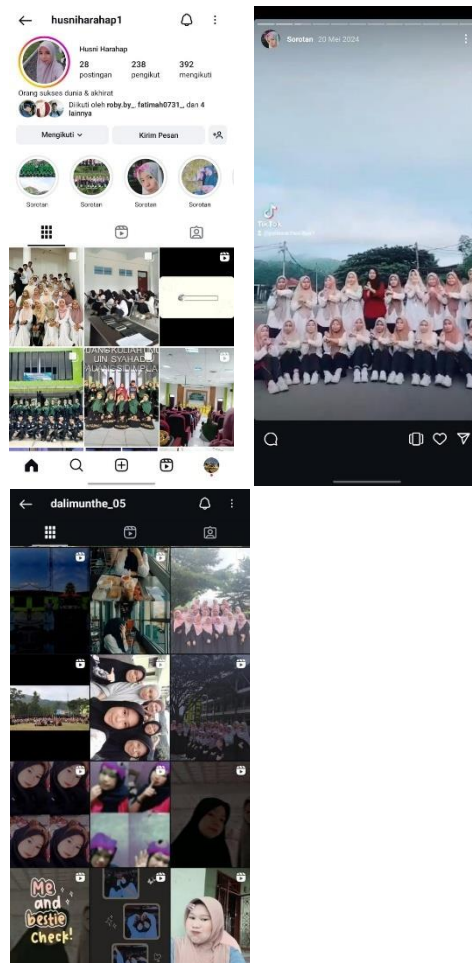
Gambar 9. Tangkapan Layar dari akun *instagram* Hafiz Alfansuri dan Frydownna yang menunjukkan hanya sekedar membagikan foto dengan menambahkan filter dan pesan dari sebuah lagu.



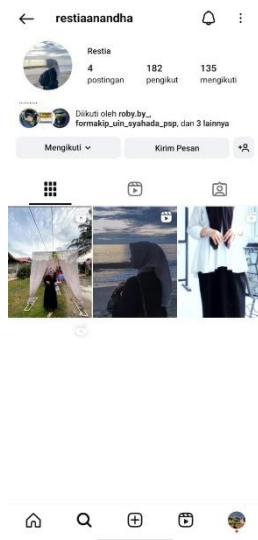
Gambar 10. Hasil tangkapan layar dari akun *instagram* Aifa Ulfa menunjukkan bahwa adanya pengungkapan identitas sebagai mahasiswa dan menampilkan pesan dakwah di postingan feed.



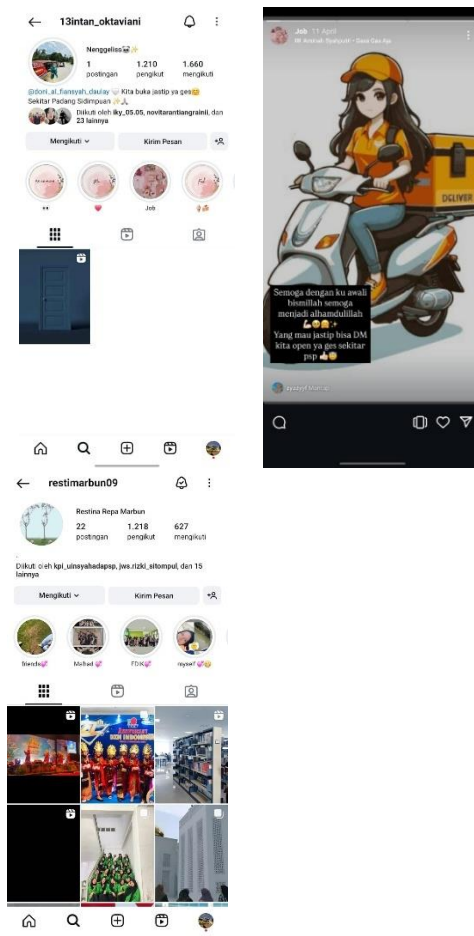
Gambar 11. Hasil Tangkapan layar dari akun *instagram* Husni Khotimah dan Masbulan Dalimunte menunjukkan mengikuti tren lagu dan perkembangan zaman yang semakin maju.



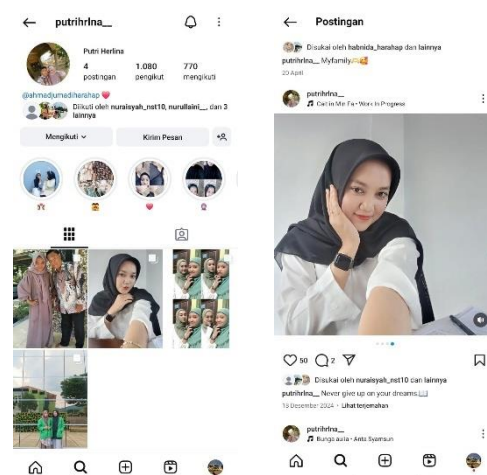
Gambar 12. Hasil tangkapan layar dari akun *instagram* Resti Ananda dan Ubay Khairunnisa menunjukkan komunivasi non verbal yang dimana hanya membagikan foto diri sendiri.



Gambar 13. Hasil tangkapan layar dari akun instagram Intan Oktaviani dan Resti Marbun menunjukkan Pengungkapan diri lewat Foto, tindakan, ekspresi, dan simbol.



Gambar 14. Hasil Tangkapan layar dari akun instagram Putri Herlina dan Habnida Sari menunjukkan foto momen kebersamaan dan menambahkan pesan singkat(caption) berupa lagu dan emoji.



B. Dokumentasi Wawancara





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

1. Nama : Yanida Marbun
2. NIM : 2130100011
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat Tgl Lahir/Usia : Muara Bolak , 02 Oktober 2002/ 22 Tahun
5. Anak ke- : 3 dari 5 Bersaudara
6. Pekerjaan/Status : Mahasiswa
7. Alamat : Desa Muara Bolak Kec, Sosorgadong Kab,
Tapanuli Tengah

B. DATA ORANGTUA

1. AYAH
 - a. Nama : Partomuan Marbun
 - b. Pekerjaan : Petani
 - c. Alamat : Desa Muara Bolak Kec, Sosorgadong Kab, Tapanuli
Tengah
2. IBU
 - a. Nama : Nesliati Aritonang
 - b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 - c. Alamat : Desa Muara Bolak Kec, Sosorgadong Kab, Tapanuli
Tengah

C. PENDIDIKAN

1. SD : SD N Muara Bolak 2 2009/2015
2. SMP : Mts Al- Masruriyah 2015/2018
3. SMA/Sederajat : MAN 2 Tapanuli Tengah 2018/20

D. PENGALAMAN ORGANISASI

1. HMPS KPI Anggota 2022-Sekarang
2. PKLSH Ketua 2023-Sekarang