

SELF DISCLOSURE CHEF AGUS SASIRANGAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Kanda Ayub, Novaria maolina, Muhammad Alif
Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRAK

Kanda Ayub, D1C111014, 2016, Self disclosure Chef Agus Sasirangan di media sosial Instagram. Dibimbing oleh Novaria Maulina dan Muhammad Alif.

Pentingnya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Self disclosure Chef Agus Sasirangan di media sosial Instagram. Mengingat perkembangan media massa yang sangat signifikan di masyarakat. Tujuan penelitian untuk mengetahui self disclosure atau pengungkapan diri Chef Agus Sasirangan melalui media sosial Instagram

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif, melalui metode pengumpulan data berupa dokumentasi, observasi dan wawancara semi terstruktur. Data yang digunakan adalah data primer dokumentasi isi Instagram Chef Agus Sasirangan Periode 1 Februari 2016 sampai dengan 1 Maret 2016. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode analisis deskripsi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan (1) Dalam aspek ketepatan yang ditunjukan oleh chef agus sasirangan dalam akun instagramnya dengan postingan yang relevan terhadap kegiatan yang sedang ia lakukan. (2) Dalam aspek motivasi, Chef Agus Sasirangan termotivasi untuk mengungkapkan dirinya karena dorongan dari dalam dan luar melalui setiap foto yang diposting. (3) Dari aspek waktu, chef agus sasirangan memposting foto pada pagi, siang dan sore. (4) Dari aspek intensifan Chef Agus Sasirangan melakukan pengungkapan diri melalui postingan Instagram nya yang ditujukan ke semua followers nya secara intens mengenai kehidupan Chef Agus Sasirangan terutama dalam bidang fashion, kuliner dan pemberian motivasi. (5) Dari aspek kedalaman dan keluasan self disclosure Chef Agus Sasirangan tidak terlihat. Karena Chef Agus Sasirangan mengungkapkan diri bukan kepada akun tertentu, melainkan kepada semua followers di Instagram-nya.

Kata Kunci: *Self disclosure*, Media Sosial, Instagram.

PENDAHULUAN

Pada zaman dahulu sebelum adanya media sosial, para *public figure* dalam mengungkapkan dirinya menggunakan cara *face to face* atau tatap muka secara langsung, baik itu dalam

sebuah forum, diskusi, talkshow dan lain-lain. Pada zaman sekarang ini dengan adanya media sosial, *public figure* menjadi lebih mudah dalam mengungkapkan dirinya, tidak mesti harus bertatap muka secara langsung dengan para fansnya, begitupun juga

dengan para fansnya dalam melihat kegiatan yang dilakukan dari *public figure* tersebut dengan hanya melihat di akun media sosial *public figure* yang disukainya.

Salah satu *public figure* di Kalimantan Selatan yang menggunakan media sosial sebagai alat pengungkapan diri adalah *Chef* Agus Sasirangan, *Chef* Agus Sasirangan yang mempunyai nama asli Agus Gazali Rahman, lahir di Marabahan, Kalimantan Selatan , 17 Agustus 1986 adalah seorang koki Indonesia yang mulai dikenal sebagai finalis *MasterChef* Indonesia Musim Pertama dan mendapat tempat kedua.

Agus mulai mengenal dunia kuliner sejak kelas 5 SD, setelah ibunya pulang menjadi TKW dari Arab Saudi dan membuka warung makanan khas Banjar. Dari situ Agus juga banyak belajar dari ibunya mengenai resep dan teknik dalam memasak. Setelah lulus SMA, Agus mendapat beasiswa ke Universitas Negeri Malang setelah memenangkan suatu kompetisi boga tingkat SMK. Selain berprofesi sebagai koki, *Chef* Agus sasirangan juga merupakan seorang guru di SMK Negeri 4 Banjarmasin. Selain itu *Chef* Agus Sasirangan juga merupakan *CEO* dari KPS (Komunitas Pecinta Sasirangan) dan pemilik rumah makan Mie Bancir dan Iwak Karing. Menurut hasil wawancara dengan *Chef* Agus Sasirangan yang dilakukan peneliti pada tanggal 15 September 2015,

Adapun jenis media sosial yang ia gunakan adalah media sosial *Instagram*. Berdasarkan dari observasi peneliti sejak bulan Desember 2015 – Februari 2016 *Chef* Agus Sasirangan memiliki follower sebanyak 20.400 akun atau 20.4 k, dalam setiap bulan rata – rata Agus sasirangan mengunggah foto di *Instagram* sebanyak 100 foto. Dapat dilihat dari beberapa postingan *Instagram* *Chef* Agus Sasirangan, ia sangat aktif dalam

mempromosikan Sasirangan. Baik dari foto pribadi *Chef* Agus Sasirangan ataupun juga foto tentang acara pemilihan utuh sirang dan aluh sisit 2015. Sebagian besar dari postingan *Chef* Agus Sasirangan adalah kegiatan 1

Agus sasirangan, mulai dari memasak sampai ke sasirangan.

Chef Agus Sasirangan menyadari pentingnya media sosial seperti *Instagram* berguna untuk membagi informasi dalam bentuk foto kegiatan atau penjelasan foto atau *caption* dalam akun miliknya. Berdasarkan wawancara tanggal 28 oktober 2015 oleh peneliti yang menanyakan pertanyaan kepada *Chef* Agus Sasirangan tentang keinginannya ingin dilihat seperti apa di media sosial *Instagram*, *Chef* Agus Sasirangan menjawab dan menyadari bahwa dia ingin menjadi orang yang selalu memberikan inspirasi melalui foto-foto dan *caption* yang tertera pada foto tersebut.

Penelitian ini juga didukung dengan studi pendahuluan yang dilakukan peneliti yaitu wawancara dengan *Chef* Agus Sasirangan dan wawancara singkat terhadap 2 *Follower* mengenai pendapat atau opini mereka tentang Agus Sasirangan dalam media sosial *Instagram*. Wawancara awal peneliti yang dilakukan pada 18 Agustus 2015 terhadap *follower* bernama Theresia Giovani Naibaho. Menurut Tere *Chef* Agus Sasirangan adalah seorang tokoh pemuda yang cukup aktif di media sosial terutama *Instagram*. Tere mengikuti *Instagram* agus sasirangan sekitar 6 bulan terakhir. Menurut Tere *Instagram* agus sasirangan sangat memberikan motivasi dan pengetahuan tentang budaya banjarasin, pengusaha muda dan sasirangan.

Wawancara kedua yang dilakukan tanggal 20 Agustus 2015 kepada seorang perancang busana muda yaitu Yolanda Ismianti .

Menurut Yola *instagram Chef* Agus Sasirangan sangat memberikan inspirasi yang berhubungan dengan *fashion* dan memberikan semangat baginya untuk lebih kreatif lagi dalam pengolahan kain tradisional.

Berkaitan pada penelitian ini peneliti akan melihat *self disclosure* yang dilakukan *Chef* Agus Sasirangan melalui *Instagram* melalui aspek dimensi yang dikemukakan oleh Culbert, dkk (dalam Suriana, Eka Dewi 2013 : 4) yang terdiri dari 5 : Ketepatan, motivasi, waktu, keintensifan, kedalaman dan keluasan

Dalam hal pengungkapan diri ini, hal yang paling mendasar adalah kepercayaan. Biasanya seseorang akan mulai terbuka pada orang yang sudah lama dikenalnya. Selain itu menyangkut kepercayaan beberapa ahli psikologi percaya bahwa perasaan percaya terhadap orang lain yang mendasar pada seseorang ditentukan oleh pengalaman selama tahun-tahun pertama hidupnya. Bila seseorang telah menyingkapkan sesuatu tentang dirinya pada orang lain, ia cenderung memunculkan tingkat keterbukaan balasan pada orang yang kedua. dikutip dari

(<http://www.sidneyjourard.com> yang diakses pada tanggal 30 oktober 2015)

Jika dahulu orang akan mendapatkan informasi dari media tradisional semacam TV, radio atau koran kini orang akan mudah mendapatkan informasi lewat media sosial yang menggunakan internet sebagai penghubungnya. Terlebih lagi seiring dengan perkembangan teknologi kini setiap orang memiliki *gadget* yang memungkinkan untuk mengakses media sosial.

Setiap saat dan kapanpun setiap orang sangat bisa melakukan komunikasi

dengan siapapun baik dengan orang yang dikenal maupun orang yang baru dikenal lewat media sosial. (Nurudin 2012 : 93). Salah satu situs media sosial yang sedang populer digunakan dalam beberapa tahun belakangan ini dan yang paling digemari oleh masyarakat di seluruh dunia adalah situs media sosial *Instagram*. *Instagram* berasal dari pengertian dari kata “*insta*” yang berarti “*instan*” dan kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Sebuah media sosial baru (*new media*) yang terbuat pada tahun 2010 dan dibuat oleh CEO dari Perusahaan Burbn, Inc yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger. Dua pemuda lulusan Stanford University ini sampai sekarang hanya memiliki 13 orang karyawan dan *Instagram* yang mempunyai basis data di San Fransisco saat ini menyatakan terdapat 30 juta pengguna aplikasi *Instagram* yang mengunggah lebih dari 5 juta foto baru setiap hari. (Nurudin 2012 : 83)

Menurut berita www.cnnindonesia.com pada tanggal 30 Maret 2015 laporan resmi yang dikeluarkan oleh ComScore bertajuk 2015 U.S mengatakan bahwa hasil survey usia 18 hingga 34 tahun, popularitas media sosial seperti Vine, Tumblr, dan *Instagram* lebih tinggi. Sementara usia lebih tua cenderung menggunakan *platform* Google Plus, Twitter, dan Pinterest. Dari segi penggunaan aplikasi, *Instagram* mengalahkan semua media sosial.

Media sosial *Instagram* adalah alat untuk pengungkapan diri dalam foto-foto yang diposting pada akun *instagramnya*. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Nurudin (2012:116) Proses pengungkapan diri ini dapat dilihat melalui foto-foto dalam situs media sosial *Instagram*, dimana persepsi visual yang diciptakan dan diperoleh penerima pesan dapat dimaknai

sebagai suatu sistem nilai tertentu. Dengan demikian, proses pengungkapan diri di antara individu tersebut terjadi melalui interaksi simbolis dari foto-foto yang dikirimkan

Sehubungan dengan perkembangan media sosial orang-orang menjadi mudah mengungkapkan dirinya. *Self disclosure* atau proses pengungkapan diri telah lama menjadi fokus penelitian dan teori komunikasi mengenai hubungan. *Self disclosure* adalah proses pengungkapan informasi diri pribadi seseorang kepada orang lain atau sebaliknya (Bungin,

2011:267).

Dalam suatu interaksi antara individu dengan orang lain, apakah orang lain akan menerima atau menolak, bagaimana mereka ingin orang lain mengetahui tentang mereka akan ditentukan oleh bagaimana individu dalam mengungkapkan dirinya. Dalam komunikasi *self disclosure* merupakan bagian dari teori komunikasi interpersonal.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas peneliti ingin mengambil judul “**SELF**

DISCLOSURE CHEF AGUS SASIRANGAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”.

TINJAUAN TEORITIS

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal (Mulyana, 2005:73).

Faktor-faktor pengaruh dari komunikasi interpersonal

Komunikasi antarpribadi dipengaruhi oleh persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal dan hubungan interpersonal (Rakhmat 2012 : 127).

1. Persepsi interpersonal

Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli inderawi, atau menafsirkan informasi inderawi. Persepsi interpersonal adalah memberikan makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari seseorang (komunikator), yang berupa pesan verbal dan nonverbal. Kecermatan dalam persepsi interpersonal akan berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi, seorang peserta komunikasi yang salah memberi makna terhadap pesan akan mengakibatkan kegagalan komunikasi.

2. Konsep diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri yang positif, ditandai dengan lima hal, yaitu: Yakin akan kemampuan mengatasi masalah, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat, mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubah. Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi antarpribadi, yaitu:

a. Nubuat yang dipenuhi sendiri.

Karena setiap orang bertindak laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Bila seseorang mahasiswa menganggap dirinya sebagai orang yang rajin, ia akan berusaha menghadiri kuliah secara teratur, membuat catatan

yang baik, mempelajari materi kuliah dengan sungguh-sungguh, sehingga memperoleh nilai akademis yang baik.

- b. Membuka diri. Pengetahuan tentang diri kita akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru.
- c. Percaya diri. Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal sebagai communication apprehension. Orang yang aprehensif dalam komunikasi disebabkan oleh kurangnya rasa percaya diri. Untuk menumbuhkan percaya diri, menumbuhkan konsep diri yang sehat menjadi perlu.
- d. Selektivitas. Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa kita bersedia membuka diri (terpaan selektif), bagaimana kita mempersepsi pesan (persepsi selektif), dan apa yang kita ingat (ingatan selektif). Selain itu konsep diri juga berpengaruh dalam penyandian pesan (penyandian selektif).

3. Atraksi interpersonal

Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Komunikasi antarpribadi dipengaruhi atraksi interpersonal dalam hal:

- a. Penafsiran pesan dan penilaian. Pendapat dan penilaian kita terhadap

orang lain tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional, kita juga makhluk emosional. Karena itu, ketika kita menyenangkan seseorang, kita juga cenderung melihat segala hal yang berkaitan dengan dia secara positif. Sebaliknya, jika membencinya, kita cenderung melihat karakteristiknya secara negatif.

- b. Efektivitas komunikasi. Komunikasi antarpribadi dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Bila kita berkumpul dalam satu kelompok yang memiliki kesamaan dengan kita, kita akan gembira dan terbuka. Bila berkumpul dengan orang-orang yang kita benci akan membuat kita tegang, resah, dan tidak enak. Kita akan menutup diri dan menghindari komunikasi.

4. Hubungan interpersonal

Hubungan interpersonal dapat diartikan sebagai hubungan antara seseorang dengan orang lain. Hubungan interpersonal yang baik akan menumbuhkan derajat keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung di antara peserta komunikasi.

Terdapat tiga faktor dalam komunikasi antarpribadi yang menumbuhkan hubungan interpersonal yang baik, yaitu: Percaya, sikap suportif dan sikap terbuka.

Teori Komunikasi Interpersonal Termediasi

Cathcart dan Gumpert menawarkan istilah "komunikasi interpersonal termediasi" untuk merujuk kepada semua situasi yang menggunakan teknologi mediasi untuk menggantikan interaksi

langsung." Teori Cathcart dan Gumpert mengindikasikan bahwa tidak memperhatikan kemampuan mempengaruhi yang dimiliki media saat kita mengembangkan teori komunikasi manusia adalah suatu disfungsional. Pembuat teori harus menggabungkan konsep tentang media ke dalam upaya mereka membangun teori komunikasi intrapersonal, interpersonal, kelompok, dan publik. (Cathcart & Gumpert, dalam Krishertanti 2010 : 3)

Self Disclosure

Menurut Jourard (dalam Howe, *no date*) pengungkapan diri merupakan berbagi informasi rahasia dan pribadi secara timbal balik, yang telah dikonseptualisasikan sebagai komponen kritis pada orang dewasa dan hubungan remaja, dan diduga untuk dikembangkan dalam konteks keluarga

Aspek Self disclosure

Ada beberapa dimensi *self disclosure* yang dikemukakan oleh Culbert, dkk (dalam Suriana, Eka Dewi 2013 : 4) meliputi 5 (lima) aspek yaitu:

- a. Ketepatan mengacu pada apakah seorang individu mengungkapkan informasi pribadinya dengan relevan dan untuk peristiwa di mana individu terlibat atau tidak (sekarang dan disini). *Self disclosure* sering sekali tidak tepat atau tidak sesuai ketika menyimpang dari norma-norma. Sebuah *self disclosure* mungkin akan menyimpang dari norma dalam hubungan yang spesifik jika individu tidak sadar akan norma- norma tersebut. Individu harus bertanggung jawab terhadap resikonya, meskipun bertentangan dengan norma. Selfdisclosure yang tepat dan sesuai meningkatkan reaksi yang positif dari partisipan atau pendengar. Pernyataan negatif berkaitan dengan penilaian diri yang sifatnya menyalahkan diri, sedangkan pernyataan positif merupakan pernyataan yang termasuk kategori pujian.
- b. Motivasi berkaitan dengan apa yang menjadi dorongan seseorang untuk mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Dorongan tersebut berasal dari dalam diri maupun dari luar. Dorongan dari dalam berkaitan dengan apa yang menjadi keinginan atau tujuan seseorang melakukan *self disclosure*. Sedangkan dari luar, dipengaruhi lingkungan keluarga, sekolah, dan pekerjaan.
- c. Waktu yang digunakan dengan seseorang akan cenderung meningkatkan kemungkinan terjadinya *self disclosure*. Pemilihan waktu yang tepat sangat penting untuk menentukan apakah seseorang dapat terbuka atau tidak. Dalam keterbukaan diri individu perlu memperhatikan kondisi orang lain. Bila waktunya kurang tepat yaitu kondisinya capek serta dalam keadaan sedih maka orang tersebut cenderung kurang terbuka dengan orang lain. Sedangkan waktunya tepat yaitu bahagia atau senang maka ia cenderung untuk terbuka dengan orang lain.
- d. Keintensifan seseorang dalam keterbukaan diri (*self disclosure*) tergantung kepada siapa seseorang mengungkapkan diri, apakah teman dekat,

orangtua, teman biasa, orang yang baru dikenal.

- e. Kedalaman dan Keluasan *self disclosure* terbagi atas dua dimensi yakni *self disclosure* yang dangkal dan yang dalam. *Self disclosure* yang dangkal biasanya diungkapkan kepada orang yang baru dikenal. Kepada orang tersebut biasanya diceritakan aspek-aspek geografis tentang diri misalnya nama, daerah asal dan alamat. *Self disclosure* yang dalam, diceritakan kepada orang-orang yang memiliki kedekatan hubungan (intimacy). Seseorang dalam menginformasikan dirinya secara mendalam dilakukan kepada orang yang betul – betul dipercaya dan biasanya hanya dilakukan kepada orang yang betul-betul akrab dengan dirinya, misalnya orang tua, teman dekat, teman sejenis dan pacar. Pendek kata, menurut Pearson dangkal dalamnya seorang menceritakan dirinya ditentukan oleh yang hendak diajak berbagi cerita atau target person (dalam Gainau 2009). Semakin akrab hubungan seseorang dengan orang lain, semakin terbuka ia kepada orang tersebut.

Media Baru

Menurut Flew (2005 : 2), Media baru merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan

Menurut Setiawan (2013 : 8) Kekuatan new media adalah teknologi komunikasi yang melibatkan komputer, agar mempermudah dan mempercepat mendapatkan informasi dari internet serta karakteristiknya yang

mudah di akses yaitu mudah di gunakan dimana saja tanpa harus melalui komputer namun sekarang bisa melalui *handphone* yang memiliki kemampuan koneksi internet pun sudah cukup.

Jadi media baru adalah sebuah media komunikasi yang memanfaatkan jaringan internet dengan menggunakan komputer atau alat yang bisa mengakses internet untuk dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Seiring dengan perkembangan dunia komunikasi saat ini mengalami perubahan pesat, diawali dengan ditemukannya komputer dan jaringan internet oleh militer Amerika. Internet yang pada mulanya digunakan hanya untuk kalangan militer kini telah berubah karena siapa saja dapat menggunakan internet tanpa dihalangi ruang, waktu, usia, jenis kelamin hingga kelas sosial.

Membedakan internet dengan teknologi komunikasi yang lainnya yaitu tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya. Internet merupakan media yang memberi setiap penggunanya kemampuan untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan orang. Internet juga dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Salah satu bentuk media baru adalah jejaring sosial atau sosial media *online*, menurut Hartodinata (2013 : 9), Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh profesor J.A. Barnes di tahun 1954. Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll. Diawali oleh

classmates lalu *sixdegrees* hingga *facebook*, *twitter*, *instagram*, *path* dan banyak lagi.

CMC (Computer-mediated Communication)

Computer-mediated Communication (CMC) adalah interaksi manusia yang dilakukan melalui komputer. Spitzberg mendefinisikan CMC sebagai interaksi simbolik secara tekstual antarmanusia melalui teknologi digital. Teknologi yang dimaksud adalah internet, baik melalui telepon selular, instant messaging (IM), ataupun multi-user interactions (MUDs & MOOs). Lalu ia berpendapat bahwa CMC adalah proses komunikasi manusia yang melibatkan orang-orang dan situasi tertentu sehingga menentukan pemilihan media untuk tujuan yang beragam. (Collins, W. Andrew dan L. Alan Sroufe. E-book Dicitak ulang dalam Furman, W., Brown, B.B., dan Feiring C. (Eds.). 2004. *The Development of Romantic Relationships in Adolescence*. New York: Cambridge University Press. Di Hal. 3 33 Opcit Hal : 4)

Berdasarkan sejumlah pendapat di atas, maka dapat disimpulkan jika CMC adalah komunikasi yang membutuhkan dua komponen, yaitu komputer dan jaringan internet. Sebenarnya kedua hal ini tidaklah cukup karena dalam komputer harus terdapat aplikasi yang memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi. Seiring dengan perkembangan teknologi, aplikasi-aplikasi tersebut dapat dioperasikan melalui smart phone, personal digital assistant, komputer tablet, dan teknologi komunikasi lainnya. Oleh sebab itu, kajian terhadap CMC tidak terletak pada wujud komputernya, tetapi secara fungsional, yakni produksi pesan untuk tujuan tertentu, pemanfaatan internet untuk pemeliharaan hubungan, keterbukaan diri dalam dunia maya mempengaruhi hubungan interpersonal, dinamika hubungan, dan sebagainya.

Ketika internet difungsikan secara maksimal untuk berkomunikasi, maka komunikasi melalui internet tidak ada bedanya dengan komunikasi tatap muka. CMC mengubah pola komunikasi interpersonal secara langsung (direct communication) menjadi komunikasi termediasi (mediated communication).

Media Sosial Instagram

Instagram berdiri pada tahun 2010 perusahaan Burbn, Inc. merupakan sebuah teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 mobile (hiper text markup language 5), namun kedua CEO (Chief Executive Officer), Kevin Systrom dan juga Mike Krieger, memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja (Nuruddin, 2012 : 83).

Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam iPhone, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya menjadi awal mulai munculnya media sosial Instagram. Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata Instagram juga dapat menampilkan foto - foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilan (Nuruddin, 2012 : 83).

Instagram berasal dari instan - telegram. Sistem sosial di dalam Instagram adalah

dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Sehingga dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto -foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak (Nuruddin, 2012 : 83).

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif sebagai metode penelitian dan tipe penelitian yang digunakan adalah analisis isi deskriptif kuantitatif. Dimana tipe penelitian ini bermaksud menggambarkan dan menjelaskan suatu masalah yang diperoleh dengan cara mengukur aspek-aspek tertentu dari isi (*content*) yang dilakukan secara kuantitatif. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Akun *Instagram Chef Agus Sasirangan* pada tanggal 1 Februari 2016 sampai 1 Maret 2016

Adapun Teknik pengumpulan data dalam penelitian disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan masalah. Dalam penelitian kualitatif sumber data dipilih dan disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Sedangkan proses pengumpulan data mengutamakan dari dimensi aspek *self disclosure* menurut Culbert, dkk, artinya melihat bagaimana *Chef Agus Sasirangan* ini mengungkapkan dirinya melalui foto-foto yang ia posting di *Instagram* dan kesesuaian dengan lima aspek tersebut, antara lain ketepatan, motivasi, waktu, keintensifan dan juga kedalaman dan keluasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada kategori akun *Instagram Chef Agus Sasirangan* periode 1 Februari 2016 – 1 maret 2016 Dari keseluruhan hasil penelitian ini dapat saya simpulkan bahwa *self disclosure* yang di lakukan *Chef Agus Sasirangan* melalui *Instagram* masih kurang maksimal karena dilihat dari 5 aspek *self disclosure* yang diungkapkan oleh Culbert, dkk (dalam suriana, Eka Dewi 2013). Aspek yang tidak terpenuhi adalah aspek kedalaman dan keluasan karena dalam akun *Instagram Chef Agus Sasirangan* tidak menunjukkan adanya kedalaman dan keluasan dalam postingannya.

PENUTUP

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan Peneliti berkenaan dengan *self disclosure* yang dilakukan oleh *Chef Agus Sasirangan* melalui *Instagram* periode 1 Februari 2016 – 1 Maret 2016 ada beberapa hal yang dapat disimpulkan:

1. Dalam aspek ketepatan yang ditunjukkan oleh *chef* *agus sasirangan* dalam akun *instagramnya* yaitu postingan foto yang relevan dengan kegiatan yang sedang *chef* *agus sasirangan* lakukan, dimana setiap foto yang *chef* *agus sasirangan* posting banyak mendapat komentar positif dan *like* dari *followers* nya.
2. Dalam aspek motivasi, *Chef Agus Sasirangan* termotivasi untuk mengungkapkan dirinya karena dorongan dari dalam yaitu keinginan *Chef Agus Sasirangan* ingin menginspirasi *followersnya* dan dorongan dari luar yaitu profesi *Chef Agus Sasirangan* Sedangkan *self disclosure* yang dihasilkan dalam aspek motivasi ini adalah *Chef Agus Sasirangan* benar – benar

mengungkapkan dirinya melalui setiap foto yang dia posting

3. Dari aspek waktu, menyebutkan *chef* agus sasirangan memosting di instagram pada pagi, siang, dan sore. Selain itu dalam wawancara mendalam dengan *chef* agus sasirangan, *chef* agus sasirangan mengungkapkan bahwa dirinya memposting foto di 90 Instagram berdasarkan kondisi dan perasaan *chef* agus sasirangan pada saat itu.
4. Dari aspek intensifan *Chef* Agus Sasirangan melakukan pengungkapan diri melalui postingan Instagram nya yang ditujukan ke semua *followers* nya secara intens mengenai kehidupan *Chef* Agus Sasirangan terutama dalam bidang fashion, kuliner dan pemberian motivasi
5. Dari aspek kedalaman dan keluasan *self disclosure* *Chef* Agus Sasirangan tidak terlihat. Karena *Chef* Agus Sasirangan mengungkapkan diri bukan kepada akun tertentu, melainkan kepada semua *followers* di Instagram-nya. Sehingga *self disclosure*-nya tidak dalam dan luas.

Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap *self disclosure* yang dilakukan

oleh *Chef* Agus Sasirangan melalui Instagram, peneliti memberikan saran:

1. *Chef* Agus Sasirangan disarankan agar lebih memaksimalkan penggunaan Instagram karena Instagram memiliki kelebihan dibandingkan dengan media sosial lainnya. Instagram memberikan kemudahan bagi penggunanya seperti memposting foto atau video, mem-follow dan mengomentari, memberi *like*, hingga mencari sesuatu dengan menggunakan hastag.
2. *Chef* Agus Sasirangan disarankan menyiapkan strategi pemasaran yang mencerminkan keunggulan dirinya, melakukan segmentasi khalayak yang tepat dan memaksimalkan penerapan 5 aspek *self disclosure*. Dengan demikian *self disclosure* akan tercipta dalam proporsi yang sempurna.
3. Dari hasil penelitian ini, peneliti mengharapkan dari sisi akademis akan banyak lagi penelitian yang berhubungan dengan *self disclosure* melalui media sosial dengan menggunakan metode penelitian yang lain.

Dan juga menggunakan media sosial selain *Instagram* guna menambah keberagaman kajian di lingkup *Public Relations*.

DAFTAR PUSTAKA

REFERENSI BUKU :

- Basrowi dan suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Edisi I. Jakarta: Ribeka Cipta
- Bungin, M Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Dayakisni, T. 2006. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Devito, J.A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Translated by Maulana, Agus.

Jakarta: Professional Book.

- Elvinaro dan Lukiati 2004, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekayasa Media.
- Flew. 2005. *New Media : An Introduction. 2nd Edition*. Oxford University Press: New York.
- Hanneman, R.A. & Riddle, M. 2005. *Introduction to Social Network Methods*.

- Hargie, O.D.W., Tourish, D., Curtis, L. 2004. *Adolescence: Gender, Religion, and Adolescence Pattern of Self Disclosure in The Divided Society of Northern Ireland*.
- Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: sebagai instrumen penggalan data kualitatif*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Jamali, M, Sayyadi, Abolhassani, H. 2006. *A Method for Focused Crawling Usingn Combination of Link Structure and Content Similarity*, To Appear in The 2006 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence (WI-06), Hong Kong, December.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Moelong, Lexy. J. 2007. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung. PT remaja rosdakarya.
- Nurudin, 2012. *Media sosial baru dan munculnya revolusi proses komunikasi*. Yogyakarta. Buku litera.
- Rakhmat, 2012, *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja rosda Karya, Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Tri dayakisni, hudaniah, 2009. *Psikologi sosial*. Malang. Umm press.
- Usman, Husaini.dkk. 2000. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- West, Richard and Turner Lynn. 2008, *Pengantar Teori Komunikasi* Turner. Jakarta Salemba Humanika
- .
- REFERENSI SKRIPSI**
- Hartodinata, 2013, *Peran Orang Tua Dalam Penggunaan Jejaring Sosial (Studi Deskriptif Tentang Peran Orang Tua Dalam Penggunaan Jejaring Sosial Oleh Remaja Di Lingkungan VII Kelurahan Tanjung Gusta, Kecamatan Medan Helvetia)*
- Islami, 2015. *Pola Komunikasi dalam proses akulturasi budaya antar etnis jawa dan banjar (Studi Etnografi Komunikasi Pada Masyarakat Desa Kahelaan Kecamatan Sungai Pinang Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan)*
- Mahendra, D 2014. *Media jejaring sosial dalam dimensi self disclosure (studi deskriptif kualitatif pengguna twitter pada suporter PSS Sleman "Brigita Curva Sud")*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Ndoen, L.F. 2009. *Pengungkapan diri pada mantan narapidana*. Jakarta: Universitas Gunadarma. Jurnal Psikologi.

- Setiawan. 2013. *Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube)*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Mulawarman Samarinda.
- Sumitra, Budi 2015, Keintiman Komunikasi Interpersonal Termediasi Melalui New Media (Studi Fenomenologi Pada Pasangan Jarak Jauh)

REFERENSI JURNAL

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Dipetik September 20, 2008, dari http://jcmc.indiana.edu/vol13/issues1/boyd_ellison.html (online). Diakses pada 28 Desember 2015 pukul 14:00 WITA
- Hertanto, N, D 2011. Bentuk – bentuk *self disclosure* melalui foto di situs jejaring sosial (studi deskriptif terhadap foto – foto dalam fasilitas tag foto pada akun grup *Nike Golf* pada *facebook*). Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Pamuncak, D. 2011. *Pengaruh tipe kepribadian terhadap self*

disclosur. Jurnal Ilmu Komunikasi.

- Rohmahwati, S. 2010. *Hubungan antara secure attachment dan dukungan social dengan self disclosure pada santri pondok pesantren Al – Muyyad Surakarta*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Suriana, A dan Eka Dewi, S, D. 2013. *Penelitian tentang self disclosure pasien ODHA RSUD Banyumas*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Krishertanti, Alfina 2010, *Analisis Interaksi Interpersonal Berdasarkan Tingkatannya Dalam Computer Mediated Communication*. Jurnal Ilmu Komunikasi

REFERENSI INTERNET :

- <http://www.sidneyjourard.com> yang diakses pada tanggal 30 oktober 2015
- <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/Riverside>, CA: University of California, Riverside, Online textbook, diakses 4 desember 2015.
- Collins, W. Andrew dan L. Alan Sroufe. E-book Dicitak ulang dalam Furman, W., Brown, B.B., dan Feiring C. (Eds.). 2004. *The Development of Romantic Relationships in Adolescence*. New York: Cambridge

University Press. Di Hal. 3
33 Opcit Hal : 4 diakses
pada tanggal 20 juni 2016
Calladine, Richard (2006). "A
taxonomy of learning
technologies: simplifying
online learning for
learners, professors, and
designers". Diakses dari
Khosrowpour, Mehdi.
Emerging Trends
and Challenges in
Information Technology
Management: 2006
Information Resources
Management Association
International Conference,
Washington, DC, USA,
pada tanggal 20 juni 2016