

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menjalani aktivitas setiap hari, tiap tiap orang pasti melakukan interaksi dengan lingkungan di sekitarnya, baik dengan kerabat atau dengan orang yang dikenalnya, maupun dengan orang-orang asing yang bahkan belum pernah melakukan interaksi dengan kita. Semakin *intens* nya kita melakukan interaksi, maka semakin besar pula relasi yang akan terjalin. Dalam proses membangun sebuah relasi, tiap tiap orang pasti memiliki karakternya masing-masing. Jika seseorang sering berbicara dengan nada yang tinggi sambil membentak, dia akan dikenal dengan karakter pemarah. Jika seseorang sering memasang raut wajah yang terkesan ‘jutek’, banyak orang akan menganggapnya sebagai pribadi yang cuek, dingin, bahkan tidak ramah.

Semua orang dapat memilih hal-hal apa saja yang ingin ia perlihatkan kepada khalayak publik. Bahkan, seseorang dapat memilih untuk sejauh mana ia membuka informasi tentang dirinya kepada orang lain. Jumlah frekuensi seseorang untuk membuka dirinya, akan memberikan pengalaman yang berbeda pada tiap individu yang menerima informasi diri tersebut. Misalnya seseorang akan membuka dirinya hingga menceritakan tentang pengalamannya yang menyedihkan atau tentang ketakutannya pada orang lain yang belum tentu informasi mengenai ketakutan tersebut akan ia sampaikan juga kepada individu yang lain. Kecenderungan seseorang untuk membuka dirinya tergantung pada kedekatan hubungan yang terjalin diantara orang tersebut dan lingkungannya. Konsep dimana seseorang akan membuka dirinya tersebut dicetuskan oleh dua orang ahli yang bernama Altman dan Taylor yang kemudian dikenal dengan teori lapisan kulit bawang.

Devito (2010) mengungkapkan bahwa *Self Disclosure* adalah jenis komunikasi di mana individu mengungkapkan informasi tentang dirinya sendiri yang biasanya disembunyikan. Informasi mengenai diri tersebut biasanya berupa, pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang, atau tentang yang sangat dekat yang sangat dipikirkannya. Sedangkan menurut Karina dan Suryanto (2012) *self disclosure* merupakan kesediaan individu dalam mengungkapkan informasi yang sifatnya pribadi tentang diri sendiri kepada orang lain secara sukarela dalam rangka mengembangkan kedekatan dengan lawan interaksinya. *Self disclosure* dilakukan orang-orang melalui berbagai macam media, namun seseorang hanya menggunakan media tertentu yang dirasa menurutnya tepat dalam melakukan *self disclosure*.

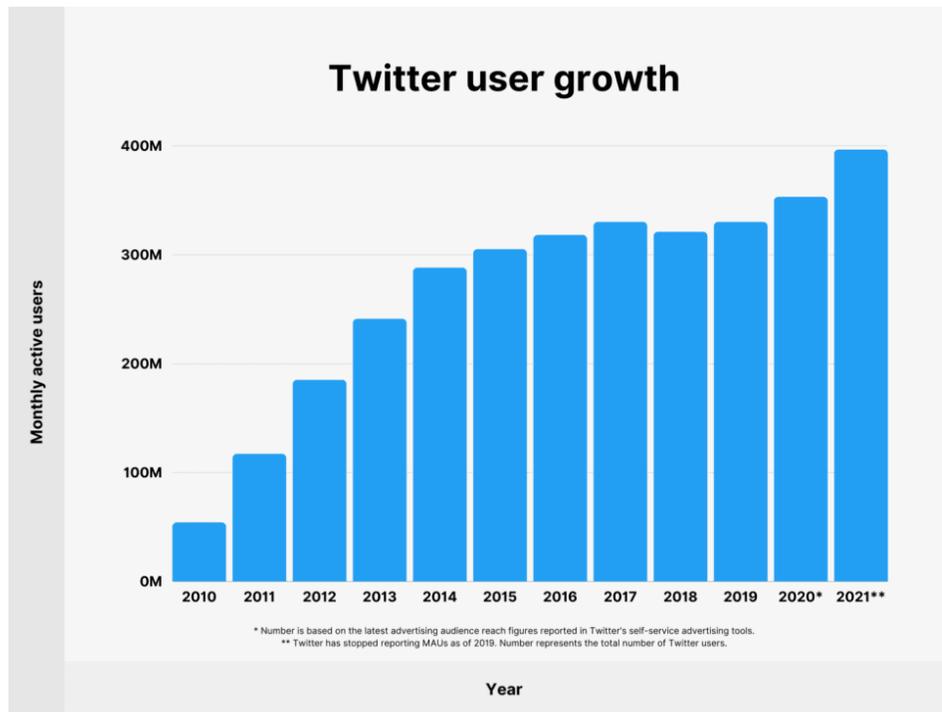
Dalam melakukan pengungkapan diri, seseorang memerlukan sebuah wadah untuk dapat melakukan interaksi dengan orang lain. Media tersebut tidak hanya dijadikan sebagai sarana untuk melakukan interaksi, tetapi juga dapat dijadikan sebagai sarana bagi masyarakat untuk memperoleh sebuah informasi. Masyarakat dapat memperoleh berbagai macam informasi melalui media, mulai dari media cetak, media elektronik dan media digital. Televisi, radio, dan internet adalah beberapa media yang sering kita jumpai di rumah untuk dapat mengakses informasi dan hiburan. Arsyad (2002:4) mengungkapkan bahwa media merupakan semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju. Sedangkan Gerlach & Ely (dalam Arsyad, 2002: 3) mengemukakan bahwa media secara garis besar merupakan manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Johnson (Supraktiknya, 2016) menyatakan bahwa *self disclosure* adalah tindakan memberi atau membagikan kepada orang lain tentang masa lalu yang relevan yang pernah dialami serta membagikan kepada orang lain tentang perasaan terhadap sesuatu yang telah dikatakan atau dilakukan, atau perasaan terhadap kejadian-kejadian yang baru disaksikan.

Adapun media massa yang mana adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi memiliki cakupan yang sangat luas dan berhubungan langsung dengan masyarakat dengan contoh radio, televisi, internet, dan surat kabar. Seperti yang diungkapkan oleh Canggara (2010:126) media massa adalah sebuah alat yang digunakan sebagai penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat komunikasi, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Twitter adalah salah satu platform media massa berbasis online. Dengan Twitter, penggunaanya dapat melakukan berbagai interaksi dengan penggunaanya yang lain, seperti membuat sebuah *tweet*, membalas *tweet* orang lain, mengunggah foto dan video, melakukan *voting*, dan berbagai macam fitur lainnya.

Bahkan beberapa hal yang menjadi trending akhir akhir ini berawal dari sebuah *thread* di Twitter., beberapa kasus tindak pidana berhasil terkuak hanya berawal dari sebuah *thread*. Banyak orang yang menjadi korban dalam sebuah kasus yang enggan untuk menceritakan masalahnya ke keluarga atau temannya karena merasa malu, takut, dan terancam apabila ia bercerita di dunia nyata. Korban kemudian memilih untuk *speak up* di Twitter yang mana identitas asli dari korban dapat disembunyikan alias anonim.

Beberapa waktu lalu Twitter meluncurkan sebuah fitur baru bernama Twitter Spaces. Spaces adalah cara baru untuk melakukan percakapan audio secara langsung dengan pengguna Twitter lainnya. Fitur ini disiarkan langsung secara *streaming* sehingga pengguna Twitter lainnya dapat ikut masuk kedalam percakapan atau hanya sekedar mendengarkan saja.



Gambar 1 1 Grafik Jumlah Pengguna Twitter

(Sumber: Backlinko.com)

Data di atas menunjukkan laju pertumbuhan dari pengguna Twitter di dunia. Total dari seluruh pengguna Twitter di dunia adalah sebanyak 400 juta pengguna dengan pengguna aktif harian sebanyak 206 juta akun aktif. Sebanyak 7.2% pengguna internet setidaknya mengakses Twitter sekali dalam sebulan, dikutip dari situs *backlinko.com* dalam artikel yang berjudul *How Many People Use Twitter in 2022?[New Twitter Stats]*.

Sejak awal diluncurkannya pada tahun 2006, Twitter memiliki sebanyak 54 juta pengguna pada tahun 2010. Jumlah pengguna Twitter ini terus berkembang hingga mencapai 330 juta pengguna pada tahun 2017. Perkembangan jumlah pengguna paling signifikan terjadi dalam interval waktu 2011-2012. Pada tahun 2011 Twitter memiliki sebanyak 117 pengguna aktif, sedangkan pada tahun 2012 jumlah pengguna Twitter adalah sebanyak 185 juta. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 68 juta orang yang membuat akun baru untuk menggunakan

Twitter. Sempat mengalami penurunan pengguna aktif dalam interval tahun 2017-2018, jumlah pengguna aktif Twitter kembali naik di tahun tahun berikutnya.

Salah satu media massa yang sudah ada jauh sebelum ditemukannya internet dan televisi adalah radio. Radio adalah salah satu platform media massa yang outputnya hanya berupa audio saja, sehingga pendengarnya hanya bisa memperoleh informasi lewat suara yang disiarkan oleh penyiar di radio. Fungsi dari radio itu sendiri adalah menyebarkan informasi, pendidikan, dan hiburan. Karena output dari media massa ini hanya berupa audio atau suara, sebuah radio harus mampu untuk memvisualisasikan suara dari penyiar. Dengan memvisualisasikan suara dari penyiarinya, sebuah radio dapat membuat koneksi dengan pendengarnya. Koneksi ini dapat berkembang menjadi sebuah hubungan yang akrab antara penyiar dan pendengarnya.

Radio sendiri mengalami banyak perkembangan. Pada awal ditemukannya radio hanya bisa didengarkan lewat radio itu sendiri menggunakan antenna. Kemunculan telepon seluler membuat masyarakat dapat mengakses radio melalui telepon seluler mereka. Hal ini kemudian membuat radio lebih praktis digunakan kapan saja dan dimana saja. Kemudian dengan hadirnya internet membuat pendengar radio dapat dengan lebih fleksibel mendengarkan radio. Pendengar dapat mendengarkan siaran radio melalui radio antena, telepon seluler, radio di mobil, dan device device lainnya yang mendukung fitur radio ataupun melalui *streaming* media internet

Tidak adanya output visual dari radio, membuat media massa ini mengalami penurunan eksistensi di perhatian masyarakat. Masyarakat lebih tertarik dengan media media yang memiliki output audio dan visual seperti televisi dan internet. Ditengah hegemoni internet yang semakin mendominasi dalam popularitas sebagai media massa, sebuah radio harus mampu untuk berinovasi dengan ide ide dan konsep konsep yang kreatif sehingga mampu untuk terus bertahan dan ikut bersaing dengan media massa lainnya yang diambil dari situs kpi.go.id dalam artikel Sejarah Perkembangan Radio.

Salah satu organ yang sangat penting di dalam radio adalah seorang penyiar. penyiar radio adalah seseorang yang membawakan sebuah program radio dan menyampaikan sebuah pesan. Karena posisinya yang sangat vital, seorang penyiar adalah ujung tombak radio agar mampu untuk tetap bertahan ditengah persaingan media di era digital ini. Status tersebut membuat penyiar radio harus mampu untuk tampil dengan ciri khasnya masing masing dan mampu untuk merebut hati para pendengarnya agar tetap untuk terus mendengarkan siaran radio.

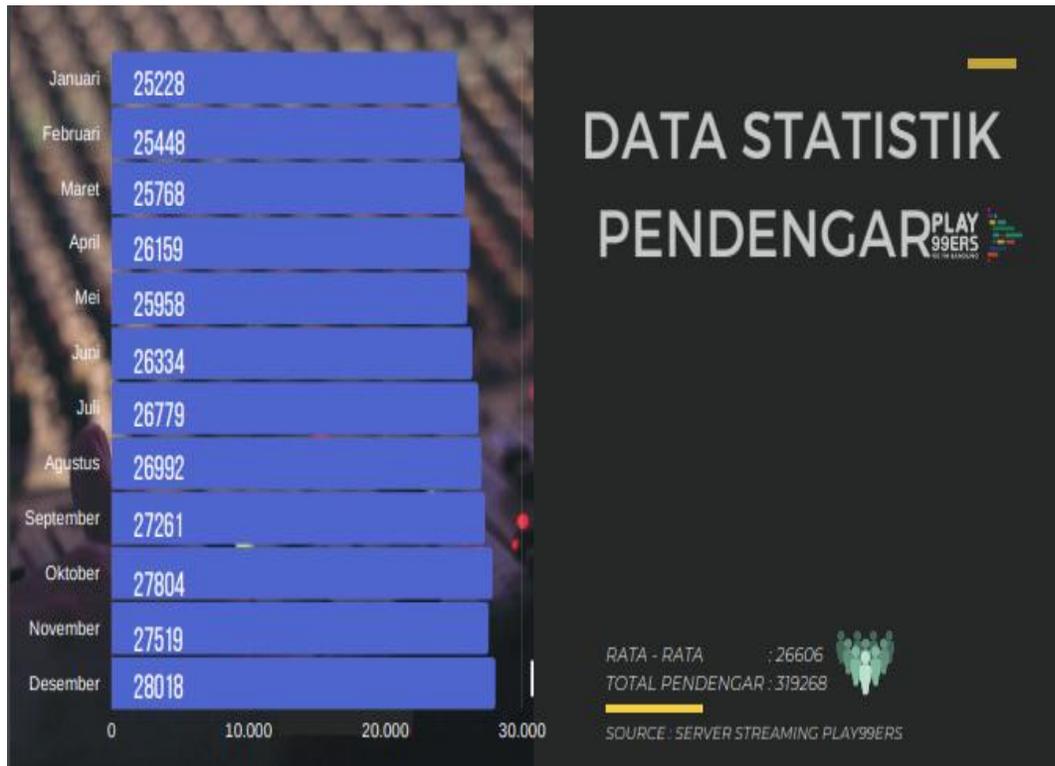
Play99ers adalah salah satu stasiun radio di Bandung. Radio ini awalnya bernama 99ers yang didirikan pada tanggal 9 September tahun 2000. Alasan peneliti memilih Play99ers sebagai objek penelitian adalah karena radio ini merupakan satu satunya radio di Bandung yang mampu bertahan tetap eksis tanpa suntikan dana investor selama masa pandemi Covid-19. Radio Play99ers sempat tidak beroperasi selama beberapa bulan di awal masa pandemi Covid-19.

		New ALL PEOPLE							
		Universe Est	Sample Size	Cume Reach	Cume Reach %	Ave Aud	Rating	Average Age	Ave Daily Reach
DAHUA	1	4,228	1,002	784	18.54	39	0.93	36.75	386
ARDAN	2	4,228	1,002	672	15.90	24	0.56	30.62	281
RAMA	3	4,228	1,002	666	15.76	35	0.82	35.42	318
CAKRA FM	4	4,228	1,002	480	11.34	26	0.61	38.71	231
COSMO FM	5	4,228	1,002	266	6.29	10	0.23	36.04	114
MAYANADA	6	4,228	1,002	168	3.97	4	0.10	36.90	60
GARUDA	7	4,228	1,002	126	2.99	3	0.07	40.94	44
I-RADIO	8	4,228	1,002	109	2.59	4	0.09	37.07	44
BANDUNG FM	9	4,228	1,002	101	2.38	2	0.06	33.02	31
PRAMBORS	10	4,228	1,002	101	2.38	4	0.11	24.42	38
SHINTA	11	4,228	1,002	100	2.37	3	0.06	39.11	33
DELTA FM	12	4,228	1,002	97	2.29	4	0.11	33.91	42
MQFM	13	4,228	1,002	95	2.24	6	0.15	40.98	57
PARAMUDA	14	4,228	1,002	85	2.00	4	0.08	31.01	41
URBAN FM	15	4,228	1,002	76	1.80	2	0.05	29.63	32
PR FM	16	4,228	1,002	64	1.52	4	0.10	43.42	31
OZ	17	4,228	1,002	63	1.49	2	0.05	35.53	29
ELSHINTA	18	4,228	1,002	60	1.41	3	0.06	38.44	26
99ERS	19	4,228	1,002	53	1.25	1	0.03	29.22	19
BOBOTOH FM	20	4,228	1,002	52	1.23	1	0.01	30.56	12
MGT	21	4,228	1,002	50	1.19	1	0.02	31.01	16
RAKA	22	4,228	1,002	45	1.07	1	0.03	40.87	19
RASE	23	4,228	1,002	39	0.92	1	0.02	43.33	12

Gambar 1. 2 Data Statistik Pendengar radio di Bandung

(Sumber: Nielsen)

Data diatas menunjukkan Play99ers radio, radio yang memiliki sementasi anak muda dengan range usia 12-35 tahun dan SES A-B, mampu untuk terus bertahan dan tetap eksis di tengah krisis pandemi Covid-19.



Gambar 1.3 Data Statistik Pendengar Play99ers Radio

(Sumber: server streaming Play99ers)

Data diatas menunjukkan total jumlah pendengar radio Play99ers di tahun 2021. Play99ers mendapatkan pendengar sebanyak 319.268 pendengar dengan rata rata sebanyak 26.606 pendengar tiap bulannya dan rata rata perjamnya sebanyak 300 pendengar . Bulan Dember menjadi bulan dengan pendengar terbanyak radio Play99ers dengan total sebanyak 28.018 pendengar.

Salah satu program dari radio Play99ers ini adalah Sarapan Pagi. Sarapan Pagi ini adalah sebuah program yang insightnya adalah untuk menemani

pendengar dalam memulai aktivitasnya yang didalamnya membawakan berita berita yang positif.

Agar pendengarnya dapat beraktivitas dengan nyaman sambil mendengarkan Sarapan Pagi, penyiarinya haruslah mampu membawakan acaranya dengan pembawaan yang sesuai dan sangat baik sehingga mampu memperoleh perhatian pendengar. Dengan begitu jumlah pendengarnya pun bisa terus meningkat dan program ini dapat dijual di pasaran.

Alasan peneliti memilih untuk meneliti program Sarapan Pagi adalah karena program ini memiliki potensi yang sangat tinggi terhadap terjadinya interaksi dengan pendengar lewat insertnya yang bernama AKAD (ada kamu di radio) menjadikan Sarapan Pagi sebagai salah satu program unggulan di radio Play99ers sehingga waktu mengudaranya ada di prime time pagi radio Play99ers yaitu di jam 07.00-10.00 WIB. Program Sarapan Pagi ini didalamnya tidak akan membawakan berita berita yang negatif, tetapi harus di bawakan dengan pembawaan yang ceria sehingga pendengar yang mendengarnya akan merasa nyaman untuk mendengarkan program ini dan dapat memulai rutinitasnya sehari hari.

Nama Program	14 Mei	15 Mei	16 Mei	17 Mei	18 Mei	Rata-Rata
Sarapan Pagi	101	26	42	18	42	45.8
Pulang Sore	105	26	36	24	31	44.4

Tabel 1. 1 Data Engagement Question Box Instastory Program Play99ers

(Sumber: Insight Instagram Play99ers)

Data diatas menunjukkan jumlah engagement dari unggahan instastory tiap program *prime time* di radio Play99ers. Data tersebut diambil dari insight instastory dengan menggunakan fitur stiker *question box*. Dilihat dari data diatas, Sarapan Pagi memiliki rata rata engagement yang lebih tinggi dari program Pulang

Sore yaitu 45.8, sedangkan Pulang Sore memiliki rata rata engagement sebesar 44.4. Radio Play99ers memiliki 2 media untuk mempublikasikan aktivitas penyiaran yaitu melalui on air, dan online yang bentuknya berupa *instastory*.

Sebelumnya telah dilakukan sebuah penelitian yang dimuat dalam sebuah jurnal pada tahun 2019 yang ditulis oleh N. Amalia Andara yang berjudul “Keterbukaan Diri (*Self disclosure*) Pengguna Aplikasi Kencan Online (Tinder)”, yang dimana di dalam penelitian tersebut melakukan analisis terhadap *self disclosure* yang dilakukan oleh pengguna aplikasi kencan online Tinder.

Penelitian lainnya adalah penelitian yang dilakukan pada tahun 2021 yang ditulis oleh Rhydea Maria Hefrida, dengan penelitian yang berjudul “*Self Disclosure* pada Social Media Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Self Disclosure Pengguna Second Account Instagram)”. Didalam penelitian tersebut meneliti bagaimana fungsi, dimensi, faktor, dan efek yang dilakukan seseorang dalam *second account* Instagram miliknya.

Penelitian tersebut berisi tentang pengungkapan diri dari seorang penyiar radio di media sosialnya sebagai bentuk dari personal branding. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu dengan wawancara, studi pustaka, dan dengan melakukan pengamatan terhadap akun Twitter penyiar Sarapan Pagi. Peneliti berniat untuk melanjutkan penelitian terdahulu dari jurnal tersebut dengan fokus penelitian kepada pengungkapan diri dengan objek penelitian adalah akun Twitter penyiar program Sarapan Pagi di radio Play99ers. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti hendak membandingkan perbedaan *branding* yang dilakukan oleh penyiar Sarapan Pagi dengan *branding* yang dilakukan penyiar Sarapan Pagi dalam akun Twitter miliknya. Perbedaan lainnya adalah platform yang diteliti bukanlah media sosial Instagram, peneliti berniat untuk melakukan penelitian secara

langsung dengan wawancara, dan melakukan observasi terhadap akun media sosial Twitter dari penyiar program Sarapan Pagi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara semistruktur, yaitu peneliti menyiapkan daftar pertanyaan pertanyaan tertulis dan memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan pertanyaan tambahan secara tidak tertulis yang berkaitan dengan permasalahan (Krisyantono, 2006). Penelitian ini menggunakan teori penetrasi sosial. Teori penetrasi sosial model lapisan kulit bawang pertama kali dikemukakan oleh penciptanya, Irwin Altman dan Dalmis Taylor pada tahun 1973. Teori ini membuat seseorang untuk dapat memahami tahapan tahapan dalam melakukan sebuah interaksi sehingga mampu untuk meningkatkan keintiman.

Penelitian ini dianggap penting karena penelitian ini meneliti tentang keintiman atau keakraban diantara penyiar radio dengan pendengarnya , karena di dalam program Sarapan Pagi terdapat sebuah insert yang didalamnya terdapat interaksi langsung antara penyiar dan pendengarnya. Dalam membawakan program Sarapan Pagi, penyiar Sarapan Pagi memiliki pembawaan siaran seperti layaknya seorang teman yang mengajak ngobrol, bukan sebagai penyiar dan pendengar. Selain dengan gaya bicaranya, penyiar Sarapan Pagi dalam membawakan programnya, benar benar tampil *natural*, selayaknya seseorang yang baru bangun dari tidurnya, lengkap dengan air liur yang masih menempel di wajahnya dan kotoran di tiap sudut matanya.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana sudut pandang pendengar terhadap *self disclosure* yang dilakukan oleh penyiar Sarapan Pagi berdasarkan dimensi *self disclosure*.

Penelitian ini juga dapat memberikan ruang bagi peneliti lain karena dengan dilakukan penelitian ini, dapat mengambil topik yang lain dalam satu fenomena permasalahan yang sama yang perlu dilakukan penelitian sehingga dapat memberikan hasil yang kompherensif, lebih lengkap, dan tajam.

Subjek utama penelitian ini adalah pendengar sekaligus followers akun Twitter penyiar Sarapan Pagi sebanyak 3 orang. Sedangkan untuk subjek

subjek pendukung lainnya, peneliti akan melakukan wawancara dan pengamatan dengan penyiar Sarapan Pagi dan partner siarannya yang memiliki intensitas interaksi yang tinggi dengan penyiar.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana *self disclosure* yang dilakukan oleh penyiar Sarapan Pagi di Twitter menurut sudut pandang pendengar?
2. Bagaimana keintiman yang terjadi antara pendengar dan penyiar Sarapan Pagi?

1.3 Tujuan penelitian

1. Menjelaskan *self disclosure* yang dilakukan oleh penyiar Sarapan Pagi dalam membuka informasi mengenai dirinya di Twitter
2. Menjelaskan seberapa jauh keintiman diantara pendengar dan penyiar Sarapan Pagi

1.4 Manfaat dan kegunaan penelitian

Penelitian ini disusun dengan harapan yang ingin dicapai peneliti. Adapun harapan penelitian ini terbagi menjadi 2 aspek, yaitu:

1.5.1 Aspek Akademis

Peneliti mengharapkan penelitian ini mampu memberi manfaat wawasan, literasi, dan informasi yang baru bagi masyarakat mengenai Self Disclosure. Dalam penelitian ini juga memaparkan pandangan pandangan dari pendengar radio Play99ers

1.5.2 Aspek Praktis

Peneliti mengharapkan penelitian ini mampu memberi manfaat informasi dan wawasan baru bagi penyiar dan pendengar program Sarapan Pagi di radio Play99ers, sehingga hubungan keduanya dapat terjalin dengan baik.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Februari				Maret				April				Juni			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Persiapan Penelitian	×															
2	Penelitian Pendahuluan		×	×	×												
3	Seminar Judul					×											
4	Penyusunan Proposal					×											
5	Seminar Proposal						×										
6	Pengumpulan Data							×	×	×	×	×					
7	Pengolahan dan Analisa Data												×	×			
8	Seminar Hasil														×		
9	Ujian Skripsi															×	
10	Perbalkan																×
11	Penyerahan Laporan																×

Tabel 1. 2 Waktu penelitian

Dalam penelitian ini, yang akan menjadi lokasi adalah area lingkungan studio siaran Play99ers Bandung yang berlokasi di Jalan Ir.H. Djuanda nomor 126B, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat.