

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki jumlah pengguna aktif media sosial yang cukup tinggi, hal ini tercatat dalam laporan *We Are Social* yang menunjukkan pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah 167 juta orang pada Januari 2023, hal ini setara dengan 60,4% dari populasi yang ada di Indonesia (DataIndonesia.id, 2023). Berdasarkan survei yang telah dilakukan ditemukan bahwa generasi Z sebagai generasi pemuda pada era tahun 2020-an ini, memiliki persentase penggunaan media sosial dengan durasi penggunaan internet yang cukup tinggi yaitu 35% dengan menggunakan internet lebih dari 6 jam per hari (databoks.katadata.co.id, 2023). Dari berbagai media yang ada terutama media sosial, Tik Tok merupakan media yang digunakan oleh para pemuda di Indonesia yang melakukan *personal branding*.

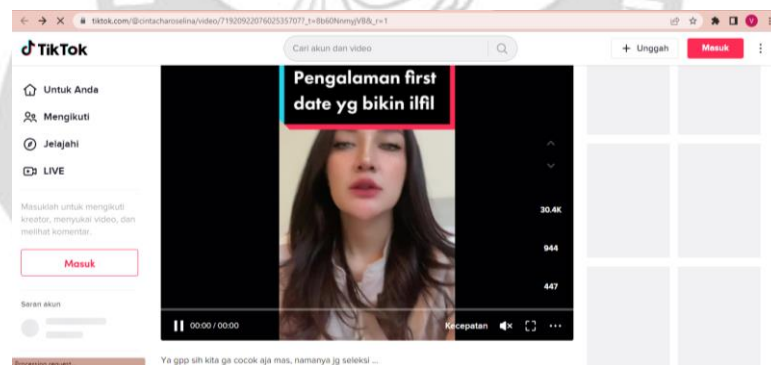
Tik Tok adalah salah satu aplikasi media sosial hiburan yang menawarkan komunikasi secara audio visual yang dikemas secara unik dan kreatif, yang kemudian akan diunggah menjadi sebuah konten. Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna di Indonesia dengan menempati peringkat kedua terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat per Februari 2023 dengan jumlah pengguna, sebanyak 109,9 Juta pengguna (CNNIndonesia.com , 2023).

Melalui media sosial Tik Tok, pembuatan konten publisitas yang dilakukan dengan memanfaatkan audio visual dan berbagai fitur yang ada, dikemas secara menarik dan kreatif. Tik Tok sebagai media sosial yang mewadahi publisitas konten berupa audio visual ini, sering kali dijadikan wadah untuk menceritakan curahan hati atau *self expression* melalui keterbukaan diri.

Pada saat ini, banyak pengguna media sosial Tik Tok oleh para pemuda yang melakukan keterbukaan diri sebagai salah satu cara publisitas konten kreatif

yang dibuat. Keterbukaan diri adalah pengungkapan diri atau pembukaan diri atas informasi diri kepada orang lain dan sebaliknya (Syahputra 2016, p. 53). Keterbukaan diri dalam media sosial dapat menjadi salah satu ide konten publisitas yang kerap kali ditemukan dalam media sosial Tik Tok dengan berbagai alasan dalam pengungkapannya terutama sebagai media yang dapat menjadi wadah dalam menunjukkan eksistensinya diri. Keterbukaan diri jika dilakukan secara tidak seimbang mengakibatkan *over disclosure* atau keterbukaan diri secara berlebihan (Syarwani dan Ahmad 2014, p.69).

Konten publisitas dalam media sosial Tik Tok berupa keterbukaan diri ini, sempat menjadi salah satu konten yang cukup terkenal dengan konten bertanya dan menceritakan pengalaman ataupun pengungkapan dirinya, kemudian video tersebut dijawab menggunakan video maupun audio oleh para pengguna lainnya sebagai komunikasi, dengan menceritakan kembali pengalaman maupun pengungkapan dirinya.



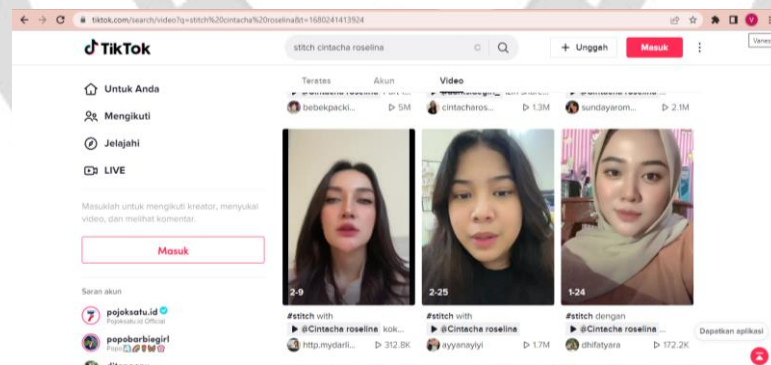
Gambar 1: Konten publisitas Tik Tok yang memberikan pertanyaan dan juga mengungkapkan mengenai dirinya

(Sumber: Akun Tik Tok @Cintacharoselina, 2023)

Dapat dilihat pada gambar 1, sebagai salah satu contoh dari pengguna media sosial Tik Tok dengan konten yang berkaitan dengan keterbukaan diri. Pada gambar 1, pengguna media sosial Tik Tok yang bernama Cintacha Roselina sebagai salah

satu *influencer* membuat konten publisitas, dia berperan sebagai komunikator dengan memberikan pertanyaan dan juga mengungkapkan dirinya melalui pengalaman yang telah ia rasakan mengenai pengalamannya dalam melakukan *first date* dengan lelaki yang membuatnya *ilfeel*, pada konten tersebut Cintacha menjelaskan bahwa ia sempat melakukan first date dengan seorang lelaki dengan pergi menonton bioskop dengan pilihan bangku *velvet*, lalu ia merasa tidak nyaman dengan lelaki yang secara tidak ada persetujuan dengan menyentuhnya seperti lelaki tersebut saat sedang menonton, menganggam tangannya. Cintacha juga menjelaskan bahwa ia tidak suka dengan lelaki yang touchy atau suka menyentuhnya terutama pada saat awal pendekatan.

Tentunya, dalam konten ini terdapat umpan balik dari para pengguna Tik Tok lainnya, terhadap pengungkapan dirinya dalam bentuk pengalaman pribadi dengan menceritakan pengalaman yang berkaitan dengan hal tersebut pada media sosial Tik Tok, sehingga saling berbagi informasi dan melakukan interaksi. Tak jarang, konten yang dipublikasi oleh Cintacha Roselina ini menjadi ide konten yang dilakukan oleh pengguna Tik Tok lainnya.



Gambar 2: Konten publisitas Tik Tok Cintacha Roselina yang telah dibalas menggunakan konten baru oleh para pengguna Tik Tok lainnya.

(Sumber: Akun Tik Tok @Cintacharoselina, 2023)

Dapat dilihat pada gambar 2, menunjukkan dimana para pengguna Tik Tok lainnya sebagai komunikasi menjawab konten keterbukaan diri yang dibuat oleh Cintacha Roselina dengan menceritakan kembali dan mengungkapkan diri mereka melalui pengalaman yang dialami sesuai dengan pertanyaan. Pengguna Tik Tok yang sangat terbuka mengenai diri pribadinya dan tak segan untuk membagikan informasi atau cerita mengenai pengalaman maupun informasi dirinya melalui Tik Tok. Pengungkapan diri atau keterbukaan diri ini merupakan salah satu ide konten dalam mengungkapkan hal dalam dirinya. Namun di samping hal tersebut, keterbukaan diri yang berlebihan juga merupakan hal yang tidak baik atau bisa disebut dengan *over disclosure* atau *Over disclosure* (Syarwani dan Ahmad 2014, p.69).

Keterbukaan diri dalam media sosial Tik Tok sebagai salah satu bentuk komunikasi dapat menjadi hal yang cukup penting dalam pembuatan konten. Para pengguna Tik Tok harus dapat memilah pengungkapan diri apa yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh disampaikan terutama berkaitan dengan pembentukan citra diri atau *personal branding* (Syarwani dan Ahmad 2014, p.70). *Over Disclosure* tentunya memiliki dampak yang tidak baik bagi pribadi pengguna Tik Tok, hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek sosial yang berpengaruh pada penilaian orang lain atas citra diri, dalam pembentukan *personal branding*, dan terburuknya mengundang kejahatan dalam diri. Pada hal ini, keterbukaan diri yang dilakukan melalui konten, sangat perlu diperhatikan agar tidak menjadi hal yang justru membahayakan dan bukan menjadi sebagai sarana konten hiburan maupun edukasi. Keterbukaan diri yang terlalu berlebih juga menjadi salah satu tanda kondisi mental seseorang, karena sebagai cara memuaskan dirinya dengan mendapat perhatian dari orang lain yang mendorong diri untuk menikmati perilaku yang tidak sehat (Halodoc.com, 2021).

Fenomena antara hubungan sosial media dan keterbukaan diri sangat menarik perhatian dalam dunia akademik, sehingga terdapat beberapa penelitian yang sudah mengangkat topik penelitian ini, antara lain penelitian yang dilakukan

oleh Mutiara Zaskya, Antonius Boham dan Levie Jackelin Hera Lotulung pada tahun 2021, dengan judul penelitian "Twitter Sebagai Media Mengungkapkan Diri Pada Kalangan Milenial" yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati dan menganalisis bagaimana penggunaan Twitter sebagai media sosial pengungkapan diri yang dilakukan oleh para penggunanya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa bentuk keterbukaan diri yang dilakukan adalah mengungkapkan isi dari curahan hati dan terdapat juga informan yang melakukan keterbukaan diri secara berlebihan atau dapat dikatakan *over disclosure*.

Selain itu, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Yolanda Harahap, Rahmanita Ginting dan Leylia Khairani pada tahun 2021, dengan judul penelitian "Fenomena Keterbukaan diri Selebgram Perempuan di Kota Medan Sebagai Cermin Budaya Populer di Media Sosial Instagram", penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan tujuan memahami fenomena dari subjek yang menjadi penelitian. Dalam penelitian ini juga menghasilkan, bahwa terdapat fenomena keterbukaan diri para selebgram perempuan di Kota Medan menjadi pionir akan tren keterbukaan diri terutama dalam media sosial instagram dengan membagikan momen keseharian dan juga opini-opini.

Penelitian berikutnya pernah dilakukan oleh Muhammad Arif dan Delmira Syafitri pada tahun 2022, dengan judul penelitian "Motif Keterbukaan diri Mahasiswa Melalui Instagram Story (Studi: Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNP)" yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji keterbukaan diri dengan perspektif sosiologi dengan melakukan fokus motif keterbukaan diri yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNP melalui media sosial Instagram. Dalam penelitian ini juga menghasilkan, bahwa motif para pengguna instagram story oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNP terbagi menjadi empat yaitu, motif pamer gaya hidup, motif personal branding, motif informasi, dan motif ekonomi.

Melalui fenomena yang telah diuraikan di atas dan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, maka peneliti tertarik menganalisis lebih jauh mengenai *over disclosure* dalam media sosial Tik Tok yang dilakukan oleh pemuda pada Generasi Z terutama pada pengurus Gerakan Pemuda Gereja Protestan di Indonesia bagian Barat. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia ini, membuat semakin besar dan banyaknya peluang untuk berinteraksi. Salah satunya ialah pemuda, pemuda menurut UU Kepemudaan pada pasal 1 ayat 1 menyebutkan "pemuda adalah warga Negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun" (mkri.id, 2014).

Pada era tahun 2020-an golongan pemuda memiliki nama yang kerap disebut dengan kata generasi Z. Generasi Z atau yang kerap kali disebut dengan Gen Z ini diklasifikasikan sebagai generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012, hal ini menjadi generasi yang penuh dengan pemuda yang mencakup usia kategori pemuda menurut UU Kepemudaan. Dalam masa pertumbuhan pemuda atau Generasi Z sudah tidak asing lagi dengan kecanggihan teknologi terutama media sosial. Kepintaran dan perkembangan teknologi yang cukup pesat menjadikan pemuda sebagai generasi Z menjadi generasi yang cukup piawai dalam penggunaan teknologi.

Pada kalangan pemuda juga tidak menutup kemungkinan memiliki kegiatan atau terlibat secara aktif akan eksistensinya pada sebuah organisasi, contohnya pada pemuda gereja yang terlibat dalam kepengurusan pemuda gereja seperti pada Gerakan Pemuda (GP) Gereja Protestan di Indonesia bagian Barat (GPIB) Musyawarah Pelayanan (mupel) Jakarta Timur. Kepengurusan akan sebuah organisasi menjadi hal yang cukup menarik untuk dibahas, ketika kepribadian yang ditunjukkan secara terbuka dalam menempatkan diri dalam organisasi tersebut dan bagaimana diluar organisasi tersebut.

Tentunya pengurus Gerakan Pemuda sendiri memiliki banyak batasan sesuai dengan ajaran iman Kristen Protestan dan memiliki tuntutan oleh masyarakat

sebagai contoh bahkan gambaran dari pemuda kristen yang baik di lingkungan, sehingga dalam penelitian ini ingin melihat konten keterbukaan diri yang dilakukan apakah mencapai *over disclosure* atau tidak, dengan dasar bahwa pemuda gereja tentunya memiliki banyak nilai-nilai kristiani yang harus diaplikasikan dalam kehidupan agar menjadi pemuda yang baik dan takut akan Tuhan sehingga bagaimanapun perkembangan zaman saat ini akan tetap teguh dengan iman kristiani (Janna 2020, p. 6). Hal ini menjadi menarik ketika, pemuda kristen memiliki tuntutan menjadi pemuda yang harus tetap teguh pada iman kristen dengan melakukan sikap secara nilai-nilai iman kristiani sesuai dengan 10 perintah Allah yang terdapat pada Keluaran 20:1-17 dan Ulangan 5:6-21 yang berisi mengenai tidak boleh adanya Allah lain; Jangan menyebut nama Tuhan dengan sembarangan; kuduskanlah hari Tuhan; hormatilah ibu dan bapa mu; jangan membunuh; jangan berzinah; jangan mencuri; jangan bersaksi dusta; jangan mengingini milik orang lain dan disidi lain juga harus meminiliki nilai kristen seperti perintah utama untuk mengasihi Allah dan sesama manusia.

Penelitian ini akan berfokus pada pemuda generasi Z sebagai objek penelitian yang akan diteliti yaitu pada pengguna Tik Tok secara aktif yang memiliki keterikatan atau keaktifan juga pada dunia organisasi, terutama organisasi gereja yaitu Gerakan Pemuda Gereja Protestan di Indonesia bagian Barat Musyawarah Pelayanan Jakarta Timur.

1.2 Rumusan Masalah

Seperti yang telah diuraikan pada latar belakang bahwa Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang dipakai oleh pemuda atau pada era tahun 2020-an disebut dengan pemuda pada Generasi Z sebagai media sosial yang dilakukan untuk menunjukkan eksistensinya. Maka, penelitian ini akan melihat lebih jauh lagi mengenai bagaimana *over disclosure* yang dilakukan oleh pemuda pada Generasi Z sebagai konten publisitas sebagai salah satu bentuk konten publisitas. Sehingga dalam penelitian ini memiliki rumusan masalah yang perlu diketahui, dibahas dan

juga dapat terjawab. Melihat dari fenomena dan uraian yang melatarbelakangi penelitian ini, maka terdapat rumusan masalah yang ditulis dengan pertanyaan, yaitu:

1. Apa yang menjadi bentuk keterbukaan diri yang dilakukan oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur?
2. Bagaimana keterbukaan diri yang dilakukan oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan melihat bagaimana perilaku pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur dalam menunjukkan eksistensi diri melalui komunikasi keterbukaan diri yang dilakukan melalui media sosial Tik Tok sehingga dapat memahami alasan dibalik pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur dalam melakukan keterbukaan diri dan menilai sejauh mana *over disclosure* yang dilakukan oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur dalam konten publikasi yang dilakukan.

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat juga, manfaat penelitian yang ditujukan dalam penelitian ini, meliputi tiga manfaat, yaitu:

1.4.1 Manfaat Akademis:

Secara akademis, penelitian ini ditujukan dengan mengharapkan manfaat secara akademis terutama dalam bidang ilmu komunikasi, yang dapat dijadikan referensi dan ilmu pengetahuan dalam segi ilmu komunikasi dalam melihat kajian teori dan pemanfaatan komunikasi keterbukaan diri dan melihat faktor yang mempengaruhi bagaimana komunikasi *over disclosure* yang dilakukan melalui media sosial Tik Tok.

1.4.2 Manfaat Praktis:

Secara praktis, penelitian ini ditujukan dengan mengharapkan memanfaatkan hasil penelitian menjadi bahan kajian dalam melakukan praktik pembuatan konten publisitas yang akan dilakukan oleh pemuda pada Generasi Z dalam memanfaatkan komunikasi keterbukaan diri.

1.4.3 Manfaat Sosial:

Secara sosial, penelitian ini ditujukan dengan mengharapkan memanfaatkan hasil penelitian menjadi bahan kajian bagi masyarakat dalam bidang pengetahuan mengenai keterbukaan diri yang dilakukan sebagai komunikasi yang dilakukan di media sosial Tik Tok dan memberikan motivasi melalui penelitian ini dalam melakukan komunikasi keterbukaan diri yang benar agar tidak mencapai over disclosure pada konten publikasi di media sosial, terutama media sosial Tik Tok.

1.5 Kerangka Pemikiran Konseptual

1.5.1 Keterbukaan diri

Komunikasi dapat dilakukan secara verbal dan non verbal. Seperti yang dikatakan oleh Ezi Hendri 2019, p. 208 bahwa Komunikasi secara *verbal* merupakan pesan yang disampaikan melalui kata-kata yang diucapkan, sementara komunikasi secara nonverbal merupakan pesan yang disampaikan melalui tanpa adanya kata. Bentuk komunikasi yang ingin disampaikan bisa secara kata-kata dan bentuk gerakan tubuh atau suatu hal yang menunjukkan atau mengungkapkan pesan. Dalam berkomunikasi baik secara tatap muka langsung dan tidak langsung, pasti memiliki tatanan bagaimana mengungkapkan pesan yang dikomunikasikan.

Kemudian, komunikasi dilakukan tentunya memiliki fungsi, menurut Roudhonah 2019, p. 63, kegunaan umum komunikasi dibagi menjadi empat fungsi, yaitu

1. Fungsi Informasi, yaitu dengan memberikan dan menerima setiap informasi yang didapatkan melalui komunikasi yang disampaikan. Tanpa adanya komunikasi, maka pesan yang akan disampaikan tidak akan diterima.
2. Fungsi Edukasi, yaitu dengan memberikan pendidikan yang dilakukan menggunakan komunikasi. Komunikasi ini memberikan informasi untuk meningkatkan pengetahuan mendalam.
3. Fungsi Persuasi, yaitu dengan memberikan komunikasi yang dapat mempengaruhi seseorang.
4. Fungsi Hiburan, yaitu dengan memberikan komunikasi yang dapat menghibur komunikan.

Komunikasi yang sering dilakukan dalam berinteraksi yaitu keterbukaan diri. Keterbukaan diri didefinisikan oleh Johnson 1981 (dalam (Yuliana & Utami, 2018, p. 23)) sebagai pengungkapan diri atau reaksi dalam menghadapi situasi dan menyampaikan informasi masa lalu yang terkait dengan persepsi diri di masa depan. Keterbukaan diri sebagai pengungkapan diri berarti mengharuskan keterbukaan mengenai informasi diri pada orang lain, dan sebaliknya hingga tercipta jalinan sosial yang lebih erat. Menurut Syahputra 2016, p. 53 bahwa Keterbukaan diri juga didefinisikan sebagai pengungkapan diri atau pembukaan diri atas informasi diri kepada orang lain dan sebaliknya. Keterbukaan diri akan menciptakan keeratan dengan membuka diri, kemudian dengan interaksi pembukaan diri akan semakin dalam jika dalam melakukan interaksi secara nyaman dan aman. Yuliana dan Utami 2018, p. 23 mengatakan bahwa Keterbukaan diri sendiri dapat dilakukan dengan batasan secara sadar agar tidak melakukan *over disclosure* ataupun *over sharing*

terhadap orang lain, hal ini meminimalisir celah tindak kejahatan yang dapat dilakukan oleh orang lain. Dalam berkomunikasi keterbukaan diri juga bisa merasa tidak nyaman, jika keterbukaan diri yang diberitahukan berlebihan.

Menurut Yualiana dan Utami 2018, p. 24 Keterbukaan diri dapat dipengaruhi oleh faktor budaya dan faktor lingkungan. Keterbukaan diri berkaitan dengan konsep diri, dimana dengan adanya konsep diri, dapat mengetahui lebih dalam mengenai diri, kemudian dapat melakukan keterbukaan diri. Dalam melakukan interaksi melalui keterbukaan diri tentunya terdapat tataran-tataran, menurut Yualiana dan Utami 2018, p. 24-25 tataran tersebut dapat diawali dari:

- Melakukan pembukaan pada awal komunikasi seperti basa basi, tidak langsung membuka dengan keterbukaan diri, kemudian melakukan keterbukaan diri yang tidak sampai hal intens.
- Membuka pembicaraan mengenai orang yang sama-sama dikenal, namun diluar dari yang sedang berinteraksi. Tataran ini intens dilakukan tapi tidak melakukan keterbukaan diri.
- Menyatakan ide, pendapat, gagasan yang menunjukkan adanya hubungan intens yang terjalin, kemudian diselaraskan dengan keterbukaan diri.
- Perasaan yang sama dengan ide, pendapat, gagasan sehingga mengenai perasaan yang lebih dalam, hal ini biasanya dilandaskan dengan kejujuran dengan keterbukaan diri.
- Penutup, dengan adanya keterbukaan diri yang mendalam, akan menghasilkan kekerabatan dan hubungan yang lebih erat.

Pembukaan terhadap diri dilakukan untuk mencari tujuan sampai pada keakraban. Keterbukaan diri bukan hal yang mudah untuk dilakukan oleh setiap pribadi, tentunya dalam membuka diri harus mempertimbangkan berbagai hal mengenai efek dengan adanya *over disclosure*, baik secara positif dan negatif.

Dalam melakukan keterbukaan diri, pemahaman diri perlu diperhatikan yang dapat dimulai dari keadaan diri, kemudian harus mengetahui apa yang menjadi batasan dalam melakukan keterbukaan diri. Syarwani dan Ahmad 2014, p. 68 menjelaskan bahwa Joe Luft dan Harry Ingham mendeskripsikan diri seseorang sebagai ruangan serambi empat yang disebut sebagai *Johari Window* atau Jendela Johari, nama Johari sendiri diambil dari awal nama dari Joe dan Harry, Jendela Johari berisikan hal-hal yang diketahui oleh diri sendiri dan yang diketahui oleh orang lain, jendela tersebut terdapat area terbuka dan area tertutup, sehingga menghasilkan jendela, seperti berikut ini:

| | | DIRI SENDIRI | |
|-------------------|------------|-------------------------|-------------------------|
| | | Tahu | Tidak Tahu |
| ORANG LAIN | Tahu | 1 Daerah Terbuka | 2 Daerah Buta |
| | Tidak Tahu | 3 Daerah Tersembunyi | 4 Daerah Tidak Sadar |

Gambar 3: *Jendela Johari, Daerah dalam Diri*

(Sumber: Syarwani dan Ahmad 2014, p. 68)

Dapat dilihat pada gambar 3, pada jendela pertama, berisikan hal-hal yang dapat diketahui diri dan juga dapat diketahui oleh orang lain, daerah ini biasanya disebut dengan daerah terbuka. Pada jendela yang kedua merupakan hal yang tidak diketahui oleh diri sendiri tapi diketahui oleh orang lain, daerah ini biasanya disebut dengan daerah buta. Daerah jendela ketiga, berisikan hal yang dapat diketahui oleh diri sendiri namun tidak diketahui oleh orang lain, daerah ini biasanya disebut dengan daerah tersembunyi. Pada jendela yang terakhir,

jendela keempat, berisikan daerah yang tidak diketahui oleh diri sendiri dan orang lain.

Keterbukaan diri, dilakukan dengan melihat daerah-daerah yang telah ada dalam *Johari Window* perlu diperhatikan, karena terdapat daerah yang tidak perlu diketahui oleh orang lain sehingga tidak *over disclosure*. Keterbukaan diri ini terdapat daerah-daerah yang harus dipahami sebelum melakukan keterbukaan diri. Keterbukaan diri menjadi salah satu fenomena yang sering dilakukan. Mengikuti perkembangan jaman, keterbukaan diri kerap kali dilakukan melalui wadah media sosial, mengingat adanya tren pada media sosial Tik Tok, dimana keterbukaan diri dijadikan konten dalam memberikan informasi diri melalui pengalaman dengan mendapatkan umpan balik oleh pengguna lain menggunakan hal yang sama dengan konteks keterbukaan diri yang sama. Menurut Morissan 2013, p. 315 diri yang terlibat pada hubungan dengan orang lain harus mengetahui dan dapat mengelola batasan atau *boundary* dalam diri mereka dimana ada wilayah publik dan wilayah private, berkenaan dengan mempertimbangkan perasaan dan pemikiran orang lain. Keterbukaan diri yang dilakukan pada media sosial Tik Tok menjadi hal yang lumrah, namun tak jarang banyak pribadi yang tidak dapat membedakan apa yang boleh disampaikan dan tidak boleh berlebihan disampaikan, seperti pada jendela Johari.

Batasan "*over disclosure*" terjadi ketika seseorang terlalu banyak membuka diri dalam area Terbuka, sehingga dapat menyebabkan konsekuensi negatif seperti kehilangan privasi, kepercayaan yang rusak, atau persepsi negatif dari orang lain. Dalam konteks Johari Window, *over disclosure* dapat mengarah pada peningkatan ukuran area Terbuka tanpa keseimbangan yang tepat di area lain, yang dapat mempengaruhi persepsi diri secara negatif. Oleh karena itu, penting untuk menjaga keseimbangan antara pembukaan diri dengan

mempertimbangkan konteks, relevansi, dan dampak dari informasi yang dibagikan.

Dalam melakukan keterbukaan diri, diperlukan proses pemikiran dalam melakukannya terutama dalam media sosial Tik Tok, dimana jika akun pengguna tidak di privasi, maka akan dapat dengan bebas dilihat dan didengar orang lain sebagai informasi keterbukaan diri. Keterbukaan diri dalam media sosial Tik Tok, harus mengetahui dampak yang akan didapatkan sebelum benar-benar mem-unggah konten keterbukaan diri tersebut. Keterbukaan diri dalam media sosial Tik Tok melihat keterbukaan diri seseorang secara publik, melihat bagaimana dampak dan umpan balik yang dapat dihasilkan.

1.5.2 Media Sosial Tik Tok

Media komunikasi dalam mengikuti perkembangan jaman memiliki banyak era, mulai dari media lama, media baru hingga media sosial. Media sosial bukanlah hal yang asing untuk diketahui. Media sosial mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan, dituntut untuk terus berkembang dan senada. Media sosial menjadi salah satu alat komunikasi yang cukup penting di jaman sekarang dalam memperoleh informasi dan melakukan interaksi, tanpa memikirkan jarak. Menurut Raharjo 2019, p. 188 media sosial berperan cukup penting bagi para penggunanya dalam melakukan komunikasi. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki banyak pengguna media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang dijadikan sebagai melakukan sosialisasi atau menciptakan hubungan antar personal, kelompok, dan seterusnya. Media sosial sebagai media komunikasi tentunya memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Selain itu, Raharjo 2019, p. 189 mengatakan bahwa media sosial dapat melakukan interaksi secara dalam jaringan seperti pada forum, blog, aplikasi *chatting* dan lain sebagainya.

Aktivitas yang dilakukan melalui media sosial tentunya digunakan dengan cara berkomunikasi, baik komunikasi secara *verbal* dan *non verbal*. Menurut Nabila dkk 2020, p. 5 media sosial dapat didefinisikan sebagai media *online* yang dapat mendukung hubungan antar individu dengan menggunakan teknologi berbasis *web* yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif, Tujuannya adalah untuk memudahkan penggunaannya dalam berinteraksi pesan dalam bentuk jejaring sosial dan sebagainya. Media sosial menjadi *platform* media berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunaannya berinteraksi satu sama lain dengan menciptakan konten informasi dan membagikannya dan juga menerima informasi dari pengguna yang lain. Media sosial sangat berguna bagi masyarakat dalam melakukan komunikasi jarak jauh, teknologi ini benar-benar sangat dibutuhkan untuk menciptakan sosialisasi *virtual* yang baik tanpa ada halangan jarak. Media sosial tak hanya menjadi sarana untuk melakukan interaksi, tetapi sering kali dijadikan sarana promosi.

DataIndonesia.id 2023 mendapat laporan mengenai media sosial di Indonesia tercatat dalam laporan *We Are Social*, memiliki pengguna aktif berjumlah 167 juta orang pada Januari 2023, hal ini setara dengan 60,4% dari populasi yang ada di Indonesia. Media sosial menjadi hal yang cukup penting peranannya dalam melakukan interaksi. Nabila dkk 2020, p. 6 mengatakan ,media sosial memiliki kegunaan seperti membangun dan menjaga hubungan, keefektifan kerja, mengekspresikan dari, dan mendidik. Media sosial juga dapat dijadikan sarana hiburan sesuai dengan pengguna dan kegunaannya. Media sosial dipakai dari segala kalangan dan sesuai dari karakteristik dari media sosial tersebut. Tak jarang, dalam media sosial juga memiliki artis yang terkenal sebagai penghibur maupun *influencer*. Media sosial yang ada dan dipakai oleh masyarakat Indonesia adalah media sosial *Facebook*, *twitter*, *YouTube*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Tik Tok*, *Telegram*, *Snapchat*, dan lain sebagainya.

Pada setiap media sosial, menawarkan ketertarikan berkomunikasi yang berbeda-beda mengikuti wadah dan juga pembuatan konten yang akan dilakukan. Pembentukan konten yang dibuat harus dapat menyesuaikan dengan media sosial yang dipakai.

Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang menawarkan konten berupa konten audio visual. Pendiri dari aplikasi Tik Tok adalah Zhan Yiming, yang merupakan lulusan *software engineer* dari Universitas Nankai. Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang paling diminati, terlihat melalui data yang menyatakan, bahwa Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna di Indonesia dengan memiliki peringkat kedua terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat per Februari 2023 dengan jumlah pengguna, sebanyak 109,9 Juta pengguna (CNN Indonesia, 2023).

Media sosial, Tik Tok memudahkan berbagai orang dari segala kalangan untuk berinteraksi dan menjadikan diri sebagai *creator* konten atau publisitas. Pembuatan konten publisitas dalam Tik Tok dilakukan menggunakan komunikasi secara *verbal* maupun *non verbal*. Publisitas yang ada pada Tik Tok sebagai wadah komunikasi ini beragam, mulai dari konten edukasi, bahan publisitas keterbukaan diri, pembagian informasi, dan seterusnya. Tik Tok memiliki fitur *For Your Page* atau *FYP*, hal ini menjadi daya tarik dari Tik Tok dalam kegunaannya. *FYP* telah diatur melalui algoritma Tik Tok. Algoritma Tik Tok adalah suatu sistem yang kompleks yang didesain untuk menampilkan konten kepada para pengguna berdasarkan pada ketertarikan (Diskominfo Kota Bogor, 2022).

Tik Tok menjadi media yang kontennya terus mengikuti perkembangan jaman. Tik Tok juga sebagai media sosial kreatif yang memiliki peranan cukup penting dalam melakukan komunikasi. Tik Tok menjadi wadah komunikasi kreatif dengan berbagai fitur yang ditawarkan. Terkait unggah konten Tik Tok, tentunya perlu

memperhatikan beberapa hal penting dan melakukan pemanfaatan akan media sosial Tik Tok, agar tidak menjadikan Tik Tok sebagai media sosial yang negatif. Dalam menggunakan Tik Tok, tentunya memiliki dampak dari segi positif maupun negatif, tergantung cara penggunaan media sosial Tik Tok oleh penggunanya. Sebagai media yang paling sering digunakan dan memiliki banyak pengguna, tak jarang juga banyak orang yang melakukan komunikasi keterbukaan diri melalui konten Tik Tok, namun tak jarang juga yang melakukan *over disclosure* dalam membuat konten publikasi sehingga melupakan adanya batasan dan menjadikan adanya konsekuensi terhadap persepsi orang lain akan eksistensi diri, hal ini dikarenakan Tik Tok memiliki fitur *FYP* dengan algoritmanya yang secara tidak langsung dapat mempromosikan konten pada pengguna akun lainnya yang tidak dikunci secara otomatis dan general.

1.5.3 Kepemudaan

Kepemudaan atau pemuda, dalam mkri.id 2014, menyatakan menurut UU Kepemudaan pada pasal 1 ayat 1 menyebutkan ”pemuda adalah warga Negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun”. Pemuda berkaitan dengan generasi yang pada era tahun 2020-an yang masuk dalam kategori pemuda yaitu Generasi *Zoomer* atau generasi Z atau kerap kali juga disingkat sebagai gen Z ini merupakan generasi yang ada setelah generasi *Millennials*. Menurut rri.co.id 2024, generasi Z ini dikategorikan pada tahun kelahiran mulai dari 1997 hingga tahun 2012. Generasi Z lahir pada mulanya teknologi yang sudah semakin canggih. Keunggulan dan kepiawaian generasi Z tidak perlu diragukan lagi pengetahuannya mengenai teknologi yang canggih ini, hal ini dikarena telah lahir pada zaman dimana teknologi

sudah semakin canggih. Penggunaan media sosial aktif di Indonesia dapat dikatakan sebagai pengguna media sosial yang sangat banyak dan aktif. Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh databoks.katadata.co.id 2023 ditemukan bahwa generasi Z memiliki presentase penggunaan media sosial dengan durasi penggunaan internet yang cukup tinggi yaitu 35% dengan menggunakan internet lebih dari 6 jam perhari.

Dalam buku yang berjudul *Generasi Z* oleh Stillman dan Jonah 2018, p. 41, telah memberikan beberapa poin mengenai kondisi pemuda dalam masa generasi Z, dengan mengemukakan faktor-faktor yang menjadi penyebabnya membentuk generasi Z ini, faktor tersebut adalah: Generasi Teknologi; Generasi Peduli Politik; Generasi Mawas Lingkungan; Generasi Anti Label; Generasi Anti Terorisme; Generasi Resesi dan Depresi; Generasi Artis dan Youtuber.

Setelah melihat kondisi yang memengaruhi pemuda pada generasi Z, terdapat pula karakter-karakter yang menunjukkan generasi Z, sebagai pemuda. Karakter tersebut terbagi menjadi 7 bagian menurut David Stillman dan Jonah Stillman 2018, p. 51-52 ia memukakakan ke-7 sifat itu, sebagai berikut:

1. *Digital*. Pemuda pada Generasi Z dalam hal yang dimaksud adalah karakter yang menjadikan generasi Z menjadi lebih aktif dalam dunia digital dalam melakukan interaksi. Generasi Z sangat memanfaatkan dunia digital dalam melakukan aktifitas sehari-harinya,
2. *Hiper-kustomisasi*. Pemuda pada Generasi Z dalam hal ini generasi Z bisa mengkustomisasi sebanyak mungkin hal yang menjadi identitas mereka di mata publik. Generasi Z sering kali menyukai hal-hal yang bersifat tidak umum.
3. *Realistis*. Pemuda pada Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada zaman teknologi yang canggih ini membuat generasi

Z lebih memiliki pikiran untuk menjalani suatu hal secara realistis atau tidak terlalu mengada-ada. Generasi Z juga merasa bahwa pengalaman menjadi pelajaran yang penting bagi generasi Z.

4. *Fear of Missing Out (FOMO)*. Pemuda pada Generasi Z sangat berkaitan dengan zaman kemajuan teknologi, hal ini membuat generasi Z tidak bisa merasa tertinggal akan sesuatu hal yang baru. Hal ini juga bisa terjadi karena faktor lingkungan, agar tidak tertinggal maka harus mengikuti perkembangan zaman yang sedang bermunculan.
5. *Economist*. Pemuda pada Generasi Z bukan generasi yang tertutup. Generasi Z mengenal ekonomi berbagi, generasi Z memiliki keunikan dalam melakukan kerja sama, karena bisa melakukan kerja sama dengan siapapun tanpa harus mengenal terlebih dahulu dan berakhir dengan kesepakatan yang sesuai.
6. *Do It Yourself (DIY)*. Pemuda pada Generasi Z yang penuh dengan teknologi yang canggih dan teknologi digital membuat generasi ini semakin mandiri dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Generasi Z lebih mudah mencari informasi dan juga pekerjaan sendiri dengan memanfaatkan teknologi berbasis internet.
7. *Terpacuh*. Pemuda pada Generasi Z merupakan generasi yang mudah terpacu akan sesuatu hal. Generasi Z memiliki tujuan tersendiri untuk bisa berpengaruh dan ikut serta mengambil andil secara luas melalui teknologi yang digunakan pada saat ini. Generasi Z yang mengikuti perkembangan zaman semakin hari semakin terpacu untuk ikut menonjol dan berperan dalam kemajuan teknologi maupun lingkungan sosial.

Pemuda pada Generasi Z sebagai generasi yang lahir pada zaman teknologi yang canggih dan dengan segala jenis juga karakteristik

tentunya memiliki harapan yang kuat untuk memanfaatkan keadaan terutama pada kecanggihan dari teknologi itu sendiri.

1.5.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan hal yang menjelaskan secara teoritis mengenai peraturan antara variabel yang ada dengan variabel yang akan diteliti, sehingga secara teoritis diperlukan penjelasan hubungan variabel-variabel (Ridwan & Indra Bangsawan, 2021, p. 18). Kerangka berpikir menunjukkan fenomena, masalah, dan objek penelitian dalam suatu bagan yang saling berhubungan. Dalam penelitian terdapat kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 4: *Kerangka Berpikir*

(Sumber: olahan peneliti)

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian dengan judul penelitian “Analisis Penerapan keterbukaan diri dalam Media Sosial Tik Tok (Studi Kasus pada Pengurus Gerakan

Pemuda GPIB Mupel Jakarta Timur)” ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif melihat penyelidikan wacana ilmu sosial yang dinyatakan sebagai kata-kata, gambar, atau objek (Neuman, 2014, p. 10). Pendekatan ini dipilih dalam penelitian ini dilihat melalui masalah sosial yang ada dan sering kali terjadi, yaitu masalah sosial mengenai *over disclosure* yang dilakukan di media sosial Tik Tok tanpa memikirkan konsekuensi dan eksistensi diri, sehingga pada pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur, menjadi contoh yang diharapkan sehingga dalam penelitian ini ingin melihat bagaimana penerapan keterbukaan diri yang dilakukan secara realita dalam pembuatan konten Tik Tok.

1.6.2 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dalam menjalankan penelitian yang sesuai dengan penelitian untuk mendalami fenomena yang terjadi. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik suatu fenomena atau populasi. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menentukan sebab akibat atau menjelaskan hubungan antar variabel, melainkan lebih fokus pada pengamatan dan pemahaman tentang apa yang sedang terjadi (Neuman, 2014, p. 38).

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Fenomenologi, dalam membantu penelitian ini. Fenomenologi adalah metode penelitian menggunakan melihat sudut pandang cerita dalam pengalaman individu dan mempelajari pengalaman seperti apa yang dirasakan oleh individu tersebut (Lewis dan Richie 2014, P. 22). Pemakaian metode ini didasari atas kesinambungan penelitian dengan metode ini. Metode ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana penurunan teori jendela Johari yang terjadi, seperti

penggunaan Tik Tok sebagai media komunikasi dalam melakukan komunikasi keterbukaan diri.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik pengumpulanz data wawancara dengan menggunakan wawancara tidak-terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah metode pengumpulan data yang melibatkan percakapan bebas antara peneliti dan responden, tanpa menggunakan daftar pertanyaan yang terstruktur sebelumnya (Denzin & Lincoln, 2018, p. 990). Dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti memberikan kebebasan kepada responden untuk menjelaskan pengalaman, pandangan, atau pemikiran mereka secara mendalam, tanpa pembatasan dari pertanyaan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Metode wawancara dijadikan sebagai komunikasi verbal secara tatap muka, dimana terdapat pewawancara yang mencoba memperoleh informasi atau ekspresi atau keyakinan dari orang lain (Denzin & Lincoln, 2018, p. 989).

1.6.5 Sumber Data

Sumber data memerlukan pengambilan data. Sumber data menjadi salah satu pengumpulan data yang dilalui dalam langkah metode penelitian ilmiah melalui berbagai prosedur yang diperoleh. Data yang akan didapat bisa didapat dengan berbagai jenis, seperti simbol, angka, keadaan, huruf, dan lain sebagainya. Data yang didapat dengan pengambilan sampel. Pengambilan sampel dibedakan menjadi dua yaitu *Random sampling*, yaitu dengan pemilihan data yang melihat bahwa segala sesuatu maupun orang merupakan bagian dari data dan memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dan *non random Sampling*, yaitu melihat bahwa tidak semua bagian dari data dalam memiliki kesempatan untuk berpartisipasi (Babbie,

2014, p. 199). Dalam penelitian ini menggunakan *non random sampling*. *Non random* sampling memiliki empat jenis prosedur dalam pengambilan sampel, yaitu *convenience*, *snowball*, *purposive* dan *quota sampling* (Babbie, 2014, p. 199). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *non random* sampling dengan jenis *purposive sampling*, hal ini berdasarkan pada pertimbangan, bahwa *purposive sampling* merupakan teknik yang berdasarkan seseorang yang mengetahui objek atau situasi yang diteliti. *Purposive* sampling merupakan fokus jenis pengambilan sampel secara non random sampling, dengan memfokuskan penelitian pada kelompok tertentu dengan mengesampingkan kelompok lainnya (Babbie, 2014, p. 200). Dalam pengumpulan data penelitian ini, dibuat dalam dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

Data Primer dalam penelitian ini diperoleh melalui metode wawancara secara tidak terstruktur secara mendalam kepada informan yang memiliki keterkaitan yang serta terhadap masalah dalam penelitian ini. Penelitian ini mendapatkan informan tentunya dengan melihat kriteria yang harus dipenuhi untuk memperdalam penelitian ini, yaitu:

1. Memiliki akun Tik Tok dan secara aktif membuat konten Tik Tok;
2. Memiliki keterikatan Tik Tok sebagai media sosial yang paling sering digunakan;
3. Merupakan Pemuda (Usia 16-30 Tahun) dengan segala status (Pelajar, Mahasiswa maupun yang sudah bekerja);
4. Pemuda aktif sebagai pengurus Gerakan Pemuda, Gereja Protestan di Indonesia bagian Barat (GPIB) wilayah Musyawarah Pelayanan Jakarta Timur.

Pada penelitian ini diperoleh melalui informan dengan melakukan wawancara secara mendalam dengan berkaitan dengan langsung dengan informan yang telah langsung terlibat dalam permasalahan dalam penelitian

ini. Adapun dalam penelitian ini akan mengambil enam orang informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ada untuk membantu menjawab masalah dalam penelitian ini. Berdasarkan pada kriteria informan dalam penelitian ini, maka terdapat enam informan, yaitu:

Tabel 1 : Data Informan

| NAMA | JENIS KELAMIN |
|---------------------|---------------|
| Graciella Engelina | Perempuan |
| Fennyndra Awdrew | Perempuan |
| Rachelle Alicia M F | Perempuan |
| Paloma Isadora | Perempuan |
| Medeleine Rebecca M | Perempuan |
| Gracella Kezia | Perempuan |

(sumber: Olahan Peneliti)

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang sedang diteliti, serta fenomena yang terjadi di media sosial TikTok. Data sekunder dari penelitian terdahulu digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian, menganalisis temuan sebelumnya, dan membandingkannya dengan hasil penelitian yang baru. Selain itu, data sekunder dari TikTok digunakan untuk mengidentifikasi fenomena keterbukaan diri yang dijadikan konten publikasi oleh informan.

1.6.6 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data merupakan hal yang diperlukan dalam mengolah data. Dalam melakukan analisis konten komunikasi lisan (wawancara), tertulis, atau lainnya, merupakan pengkodean atau perlu diklasifikasikan menurut beberapa kerangka

konseptual. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan coding. Coding merupakan proses mengubah data mentah menjadi data berbentuk standar (Babbie, 2014, p. 346). Dalam melakukan coding, dibagi menjadi dua tipe melakukan coding, yaitu open coding yaitu melakukan analisis yang mendalam melalui data kualitatif dengan keterbukaan penemuan baru dan fleksibilitas dalam memahami data dan selective coding yaitu mengklasifikasikan konsep, tema atau pola tertentu yang berkaitan dengan pernyataan penelitian dan pernyataan (Babbie, 2014, p. 410). Sehingga dalam penelitian ini diperlukan analisis data yang telah ada melalui *coding*, sehingga dapat mengklasifikasikan dengan lebih mudah hasil data, dengan data mentah menjadi data yang konseptual.

Penelitian ini setelah mendapatkan hasil wawancara sehingga hasil wawancara itu kemudian menjadi data mentah. Data mentah yang telah didapatkan kemudian akan dilakukan proses pengolahan data melalui teknik *coding*, kemudian dari data itu akan diklasifikasikan menjadi tema, kategori dan pernyataan. Setelah diberlakukannya coding, menjadi data yang lebih konseptual, maka akan dianalisis sesuai dengan teori yang telah dikemukakan sehingga dapat menghasilkan jawaban dari rumusan masalah dan mendapatkan kesimpulan dari penelitian ini.

Interpretasi data merupakan suatu proses dimana yang dilakukan untuk meninjau data yang kemudian disampaikan sesuai dengan data dengan metode yang ditentukan yaitu metode kualitatif. Teknik interpretasi data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara, yaitu (Neuman, 2014, pp. 377-278) dengan; Pertama, merumuskan pertanyaan penelitian yang akan dilakukan, kemudian merangkai topik yang latar belakang pertanyaan penelitian telah melibatkan atau berkaitan dengan variabel yang merupakan pesan atau simbol, analisis konten megumin sesuai hasil dan menyiapkan laporan; Kedua menentukan unit analisis yang akan dipakai dalam penelitian ini; Ketiga, melakukan pengembangan penelitian dengan mencari dan mengambil sampel yang berguna dalam melakukan analisis isi dengan

melakukan coding dalam melakukan pemrosesan data yang telah di dapat. Keempat; membuat kategori coding dan lembar rekaman atau transkrip yang kemudian akan diidentifikasi semua variabel menarik dan akan dikaitkan dengan tinjauan literatur, pemikiran atau teori. Kelima; memeriksa data coding kembali yang akan digunakan; Keenam, pengumpulan dan analisis data, setelah mendapatkan dan menyiapkan coding dan segala yang diperlukan, kemudian mengumpulkan dan memeriksa data yang nantinya akan dianalisis dengan menafsirkan hasil data dan menyiapkan laporan penelitian yang telah terjawab.

Penelitian ini tentunya akan menggunakan teknik analisis data melalui coding yang dilakukan kemudian dianalisis sesuai dengan teori yang digunakan untuk melihat dan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Kemudian penelitian ini juga akan melakukan setiap langkah teknik interpretasi data dengan sebaik mungkin dalam pengolahan data menjadi jawaban dan dapat ditarik kesimpulan dari data yang ada menjadi suatu jawab dan kesimpulan penelitian. Kemudian kesimpulan data akan menjadi suatu penelitian yang sempurna.

1.6.7 Keabsahan Data

Dalam menguji suatu keabsahan data maka ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas data, kemudian, dikarenakan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sehingga dibutuhkan kriteria umum pada pencarian dan mendapatkan data penelitian yang diharuskan valid. Triangulasi menjadi cara untuk melakukan uji keabsahan data. Triangulasi merupakan gagasan yang melihat sesuatu dari berbagai sudut pandang untuk meningkatkan akurasi dalam menganalisis jawaban dengan kebenaran secara data, triangulasi dilakukan dengan mengamati objek dari berbagai sudut pandang yang berbeda dimana dapat dilakukan pengecekan ulang pada suatu informasi yang diperoleh oleh informan untuk dilihat dan diuji kepercayaannya (Neuman, 2014, p. 166). Penelitian ini tentunya akan

menguji keabsahan data dengan melakukan cara pengecekan data melalui triangulasi yang nantinya akan melakukan kebenaran daripada jawaban maupun pernyataan informan dari hasil wawancara, dengan melihat berbagai sudut pandang. Kebenaran data akan dilihat dari jawaban yang diperoleh informan dengan melihat juga secara langsung apa konten yang telah di publikasi oleh informan pada media sosial Tik Tok untuk menambah keyakinan akan jawaban informan.

