



No. 6244/KOM-D/SD-S1/2023

**SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

OKTABI PRATAMA
NIM. 12040313449

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIEF KASIM RIAU
PEKANBARU
1445 H/2023 M**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SELF DISCLOSURE GENERASI Z
MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
(STUDI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
UIN SUSKA RIAU)**

Disusun Oleh:

**OKTABI PRATAMA
NIM.12040313449**

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 25 November 2023

Pembimbing,

**Assyari Abdullah, M.I.Kom
NIK. 130417023**

**Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,**

**Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
فakultas الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrandt KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Oktabi Pratama
NIM : 12040313449
Judul : *Self Disclosure* Generasi Z Melalui Penggunaan Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau)

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 20 Desember 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.lkom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Dr. Imron Residi, S.Pd, M.A.
NIP.198103182009011006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP.198103132011011004

Dewi Sukartik, M.Sc
NIK.130311019

Penguji III,

Penguji IV,

Dr. Mufidin, M.A
NIP.196606202006041105

Rafdeadi, M.A
NIP. 198212252011011011

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 كلية الدعوة و الاتصال
 FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
 Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Oktabi Pratama
 NIM : 12040313449
 Judul : SELF DISCLOSURE GENERASI Z DALAM PENGGUNAA MEDIA
 SOSIAL TIKTOK (STUDI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN
 SUSKA RIAU)

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jum'at
 Tanggal : 29 September 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 29 September 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Suardi, M.I.Kom.
 NIP. 197809122014111003

Penguji II,

Dr. Usman, M.I.Kom.
 NIK. 130517119

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : OKTABI PRATAM
 NIM : 12040313449
 Tempat/ Tgl. Lahir : Pematang Siantar, 30 Oktober 2001
 Fakultas/Pascasarjana : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 Prodi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* : **"SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU)"**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 29 Desember 2023
 Yang membuat pernyataan



OKTABI PRATAMA
 NIM. 12040313449



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 25 November 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Oktabi Pratama
NIM : 12040313449
Judul Skripsi : "SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU)"

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Assyari Abdullah, M.I.Kom
NIK. 130417023

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Oktabi Pratama
Prodi : Ilmu Komunikasi
NIM : 12040313449
Judul : *Self Disclosure* Generasi Z Dalam Penggunaan Media Sosial Tiktok

Komunikasi antar individu melalui media sosial telah mengalami perubahan yang signifikan. Media sosial kini menjadi fenomena yang diminati, terutama oleh Generasi Z. TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang diminati oleh Generasi Z, memiliki karakteristik yang unik dan belum ada pada platform lain. Penggunaan TikTok memungkinkan Generasi Z untuk mengekspresikan identitas, mengungkapkan perasaan, dan melakukan *self disclosure*. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan utama mengenai bagaimana bentuk Generasi Z melakukan *self disclosure* melalui TikTok, serta pertanyaan pendukung mengenai fungsi *self disclosure* Generasi Z melalui platform ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Teori yang digunakan adalah Teori Jendela Johari yang dikembangkan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z melakukan *self disclosure* secara ekspresif melalui *open self* (terbuka), yang menjadi area yang lebih diperluas, dan secara tersirat melalui *hidden self* (tersembunyi), yang juga menjadi area yang diperluas. Fungsi *self disclosure* yang dilakukan Generasi Z melalui TikTok mencakup fungsi ekspresi, validasi diri, klarifikasi diri, kontrol sosial, dan pengembangan hubungan.

Kata kunci : *Self Disclosure*, Tiktok, Generasi Z


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Oktabi Pratama

Major : Communications Science

Title : *Self-Disclosure Generation Z in Using Tiktok Social Media*

Communication between individuals via social media has undergone significant changes. Social media is now a popular phenomenon, especially by Generation Z. TikTok, as one of the social media platforms that is popular with Generation Z, has unique characteristics that do not exist on other platforms. The use of TikTok allows Generation Z to express their identity, express their feelings and carry out self-disclosure. This research aims to answer the main question regarding how Generation Z performs self-disclosure via TikTok, as well as supporting questions regarding the function of Generation Z's self-disclosure via this platform. This research uses qualitative methods and a deskriptive approach. The theory used is the Johari Window Theory developed by Joseph Luft and Harry Ingham. The research results show that Generation Z carries out self-disclosure expressively through open self, which is a more expanded area, and implicitly through hidden self, which is also an expanded area. The self-disclosure functions carried out by Generation Z through TikTok include the functions of expression, self-validation, self-clarification, social control and relationship development.

Keywords : *Self Disclosure, Tiktook, Generation Z*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk menuliskan huruf demi huruf dalam skripsi ini. Sholawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada suri tauladan umat manusia yakni Nabi Muhammad Shallahu 'Alaihi Wasallam yang telah membawa umat manusia keluar dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmupengetahuan dan menjadi contoh dengan berakhlak mulia.

Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Self Disclosure Generasi Z Dalam Penggunaan Media Sosial Tiktok”** sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis, skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan belum mencapai kata sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta semua pihak yang berkenan memanfaatkannya.

Pada proses penyusunan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, termasuk dari pihak keluarga khususnya kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan doa. Penulis mengucapkan terima kasih secara langsung dan tidak langsung kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc.,Ph.D selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Bapak Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku PLT Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

10. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

11. Bapak Assyari Abdullah, M.I.Kom selaku pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini, yang telah membimbing dan mengajarkan penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.

12. Bapak Suardi, M.I.Kom selaku Penasehat Akademik peneliti selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

13. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan, semoga menjadi bekal bagi penulis dan menjadi ladang pahala bagi Bapak dan Ibu sekalian.

14. Kepada seluruh informan yang telah memberikan izin untuk penulis melakukan penelitian serta kesediaannya meluangkan waktu untuk penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

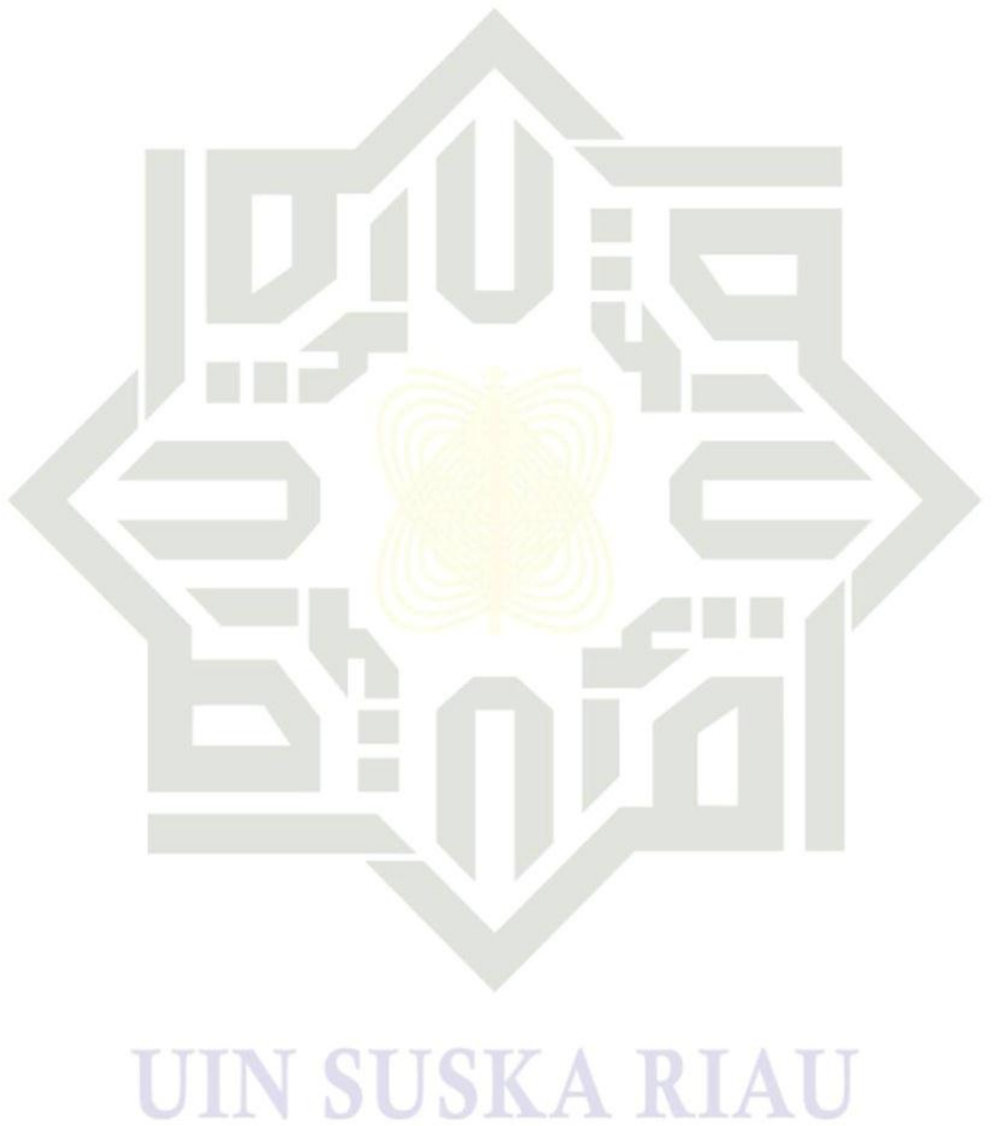
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

15. Ayahanda dan Ibunda, Sabtu Haria Deni dan Iin Parlina yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi, kasih sayang dan do'a dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terimakasih untuk selalu berjuang untuk kehidupan penulis.
16. Saudara kandung, Indah Mawadhani yang selalu memberikan dorongan dan motivasi hingga sampai tahap ini.
17. Kepada pemilik NIM 12080326851, yang telah membersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah dan telah berkontribusi banyak selama proses pengerjaan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalan sampai saat ini. Terimakasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan.
18. Kepada Alicia Cindy Miranda, Naufal Alfarez, Putri Hasahah, Taruna Bangsawan, dan Viny Shifa Nursadrina, Sahabat terbaik yang selalu mendukung dan memotivasi selama proses pengerjaan skripsi ini.
19. Kepada teman-teman Public Relations E atas ukungan dan keberamaannya pada masa perkuliahan ini.
20. Kepada Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Komunikasi Uin Suska Riau, yang telah menjadi tempat saya berproses mengembangkan skill komunikasi, menciptakan rasa kekeluargaan selama aktif dalam dua periode.
21. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini adalah pencapaian yang patut di banggakan untuk diri sendiri.
Semoga penelitian skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca, akademisi maupun praktisi dan dapat dijadikan khazanah keilmuan di masa mendatang.

Pekanbaru, 14 November 2023
Penulis,

OKTABI PRATAMA
NIM.12040313449



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Batasan Masalah | 6 |
| 1.3 Penegasan Istilah | 6 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Kajian Terdahulu..... | 9 |
| 2.2 Landasan Teori | 13 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 35 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 36 |
| 3.1 Desain Penelitian | 36 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian | 37 |
| 3.3 Sumber Data Penelitian | 37 |
| 3.4 Informan Penelitian | 38 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| 3.6 Validitas Data | 40 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 41 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM | 42 |
| 4.1 Gambaran Umum Aplikasi Tiktok | 42 |



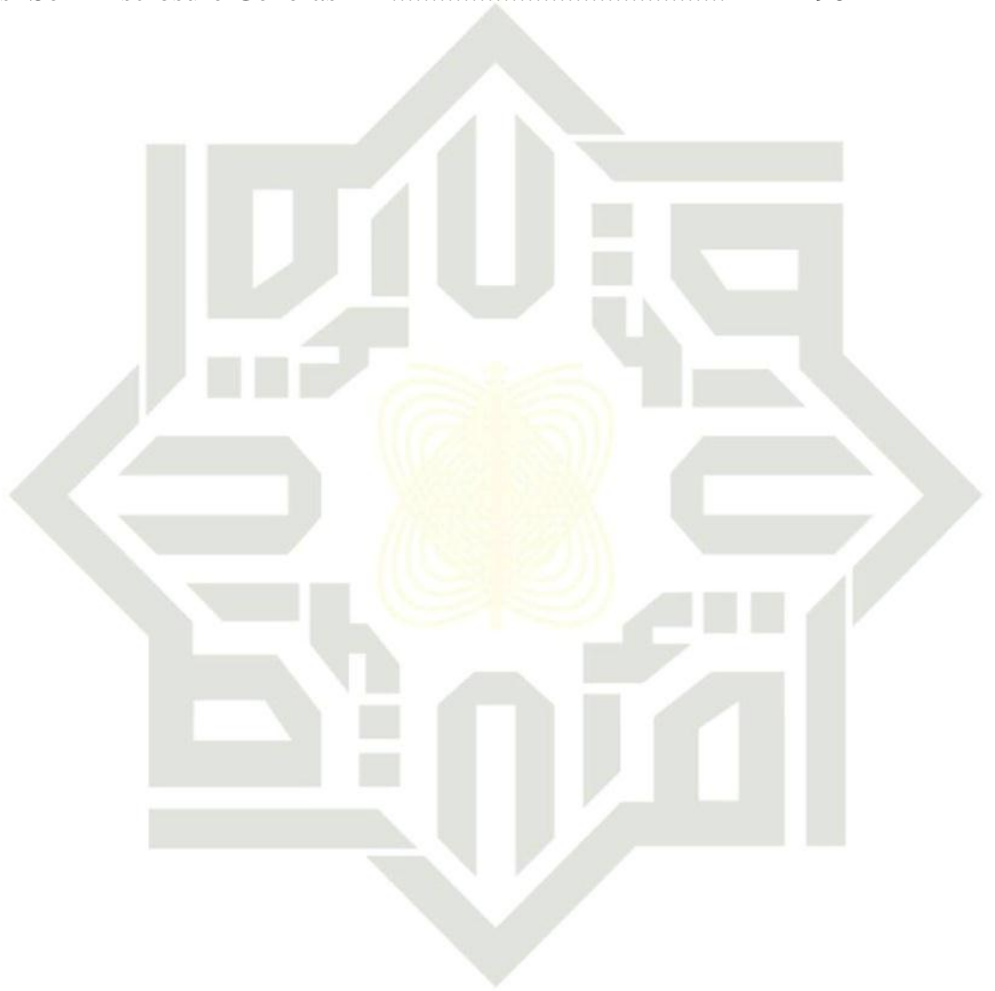
| | | |
|--|--|------------|
| 4.2 | Gambaran Umum Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau | 43 |
| 4.3 | Profil Generasi Z | 46 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 55 |
| 5.1 | <i>Self Disclosure</i> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi melalui Penggunaan Tiktok | 55 |
| 5.2 | Fungsi <i>Self Disclosure</i> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi melalui Penggunaan Tiktok | 69 |
| 5.3 | Analisis Bentuk <i>Self Disclosure</i> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi melalui Penggunaan Tiktok | 97 |
| 5.4 | Analisis Fungsi <i>Self Disclosure</i> Generasi Z Melalui TikTok | 103 |
| BAB VI PENUTUP | | 107 |
| 6.1 | Kesimpulan | 107 |
| 6.2 | Saran | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabel 3.1 | Data nama Informan dan Username Tiktok Informan | 38 |
| Tabel 4.1 | Daftar nama Dosen Program Studi Ilmu Komunikas | 46 |
| Tabel 5.1 | Bentuk Self Disclosure Generasi Z | 69 |
| Tabel 5.2 | Fungsi Self Disclosure Generasi Z | 96 |



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|---------------|--|----|
| Gambar 1.1 : | Grafik Pengguna Aktif Aplikasi Tiktok di Dunia | 3 |
| Gambar 2.1 : | Tampilan Beranda Tiktok | 28 |
| Gambar 2.2 : | Tampilan Kolom Pencarian Tiktok | 29 |
| Gambar 2.3 : | Tampilan Medmbuat Video Tiktok | 30 |
| Gambar 2.4 : | Tampilan Notifikasi dan Pesan Tiktok | 30 |
| Gambar 2.5 : | Tampilan Profil Akun Tiktok | 31 |
| Gambar 2.6 : | Tampilan Fituir Tiktok Shop | 31 |
| Gambar 2.7 : | Model Teori Johari Window | 33 |
| Gambar 2.8 : | Kerangka Berpikir | 35 |
| Gambar 4.1 : | Logo Tiktok | 42 |
| Gambar 4.2 : | Logo Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau | 43 |
| Gambar 4.3 : | Akun Tiktok Informan Barokah Rahmadhani | 49 |
| Gambar 4.4 : | Akun Tiktok Informan Aldy Fauzan | 50 |
| Gambar 4.5 : | Akun Tiktok Informan Vikri Alvreda | 51 |
| Gambar 4.6 : | Akun Tiktok Informan Reza Fatia | 52 |
| Gambar 4.7 : | Akun Tiktok Informan Dheannido Okta | 53 |
| Gambar 4.8 : | Akun Tiktok Informan Rizki Al-amri | 54 |
| Gambar 5.1 : | Unggahan Tiktok Aldy Fauzan | 56 |
| Gambar 5.2 : | Unggahan Tiktok Aldy Fauzan | 57 |
| Gambar 5.3 : | Unggahan Tiktok Barokah Rahmadhani | 58 |
| Gambar 5.4 : | Unggahan Tiktok Barokah Rahmadhani | 59 |
| Gambar 5.5 : | Unggahan Tiktok Atika Azzura | 60 |
| Gambar 5.6 : | Unggahan Tiktok Riski Al-amri | 61 |
| Gambar 5.7 : | Unggahan Tiktok Vikri Alvreda | 63 |
| Gambar 5.8 : | Unggahan Tiktok Reza Fatia | 64 |
| Gambar 5.9 : | Unggahan Tiktok Nisa Alkhaira | 65 |
| Gambar 5.10 : | Unggahan Tiktok M. Dheannido | 67 |
| Gambar 5.11 : | Fungsi Exspresion Informan Atika Azzura | 70 |
| Gambar 5.12 : | Fungsi Exspresion Informan Nisa Alkhaira | 71 |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

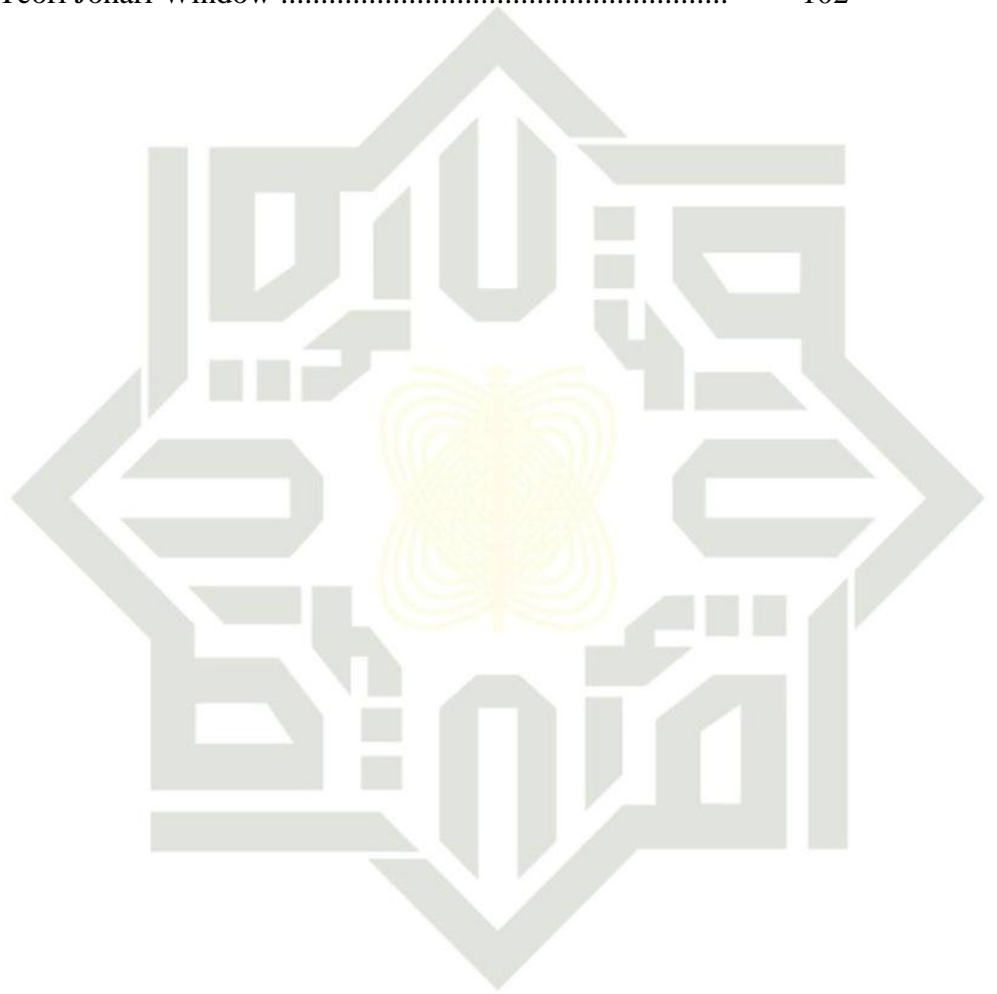
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|---|----|
| Gambar 5.13 : Fungsi Exspresion Informan Barokah Rahmadhani | 72 |
| Gambar 5.14 : Fungsi Exspresion Informan Aldy Fauzan | 73 |
| Gambar 5.15 : Fungsi Exspresion Informan M. Dheannido | 74 |
| Gambar 5.16: Fungsi Exspresion Informan Riski Al-amri | 75 |
| Gambar 5.17 : Fungsi Self Clarification Informan Barokah ahmadhani . | 76 |
| Gambar 5.18 : Fungsi Self Clarification Informan Barokah Rahmadhani | 77 |
| Gambar 5.19 : Fungsi Self Clarification Informan Reza Fatia | 79 |
| Gambar 5.20 : Fungsi Self Validation Informan Atika Azzura | 80 |
| Gambar 5.21 : Fungsi Self Validation Informan Nisa Alhaira | 81 |
| Gambar 5.22 : Fungsi Self Validation Informan Aldy Fauzan | 82 |
| Gambar 5.24 : Fungsi Self Validation Informan Barokah Rahmadhani ... | 83 |
| Gambar 5.24 : Fungsi Self Validation Informan Vikri Alvreda | 84 |
| Gambar 5.25: Fungsi Self Validation Informan Reza Fatia | 85 |
| Gambar 5.26: Fungsi Self Validation Informan M. Dheannido | 86 |
| Gambar 5.27 Fungsi Self Validation Informan Riski Al-amri | 87 |
| Gambar 5.28 : Fungsi Social Control informan Reza Fatia | 88 |
| Gambar 5.29 : Fungsi Social Control informan Vikri Alvreda | 89 |
| Gambar 5.30 : Fungsi Social Control informan M. Dheannido | 89 |
| Gambar 5.31: Fungsi Social Control informan Aldy Fauzan | 90 |
| Gambar 5.32: Fungsi Social Control informan Nisa Alkhaira | 91 |
| Gambar 5.33 : Fungsi Relationship Development informan Atika Azzura | 92 |
| Gambar 5.34 : Fungsi Relationship Development informan Nisa Alkhaira | 93 |
| Gambar 5.35 : Fungsi Relationship Development informan Barokah Rahmadhani | 93 |
| Gambar 5.36 : Fungsi Relationship Development informan Aldy Fauzan | 94 |
| Gambar 5.37 : Fungsi Relationship Development informan M. Dheannido | 94 |
| Gambar 5.38 : Fungsi Relationship Development informan Reza Fatia.. | 95 |
| Gambar 5.39: Fungsi Relationship Development informan Vikri Alvreda | 95 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|---|-----|
| Gambar 5.40 : Fungsi Relationship Development informan Rizki Alamri | 96 |
| Gambar 5.41 : Self Disclosure Generasi Z Secara Ekspresif Berdasarkan Teori Johari Window | 101 |
| Gambar 5.42 : Self Disclosure Generasi Z Secara Tersirat Berdasarkan Teori Johari Window | 102 |



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi berkembang begitu cepat akhir-akhir ini. Perkembangan teknologi juga berjalan seiring dengan perkembangan internet dalam kehidupan masyarakat. Begitu juga dengan alat komunikasi *online* yang terus berkembang untuk melengkapi kehidupan manusia dan menjadi bagian penting dari interaksi dan komunikasi manusia. Jika kita melihat ke masa lalu, kita dapat melihat perubahan yang begitu cepat dalam segi media dan komunikasi. Dulu kita hanya bisa berkomunikasi secara tidak langsung, tidak *real time*, sekarang komunikasi mudah dilakukan melalui internet. Sehingga terjadi pertukaran bentuk dan cara masyarakat dalam berkomunikasi, yaitu dengan penggunaan alat komunikasi seperti *smartphone*. Dan media sosial adalah media komunikasi yang paling sering digunakan masyarakat pada saat ini. Teknologi komunikasi adalah seperangkat alat yang bisa membuat kita lebih mudah saat berkomunikasi.¹

Secara global, Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara dengan jumlah pertumbuhan pengguna internet tertinggi, setelah India dan China. Berdasarkan Hasil riset yang dirilis *We Are Social* dan *Hootsuite* pada tahun 2023, dari keseluruhan populasi warga Indonesia yang jumlahnya 276,4 juta jiwa, 61% atau sekitar 170 juta jiwa adalah pengguna aktif media sosial. Dan sejumlah 73,7% atau 202,6 juta jiwa merupakan pengguna aktif internet di Indonesia, yang artinya ada peningkatan sebesar 27 juta jiwa atau 16% populasi warga Indonesia yang mengakses internet dari tahun sebelumnya.² Seiring dengan perkembangan teknologi internet dan media komunikasi memberikan pilihan bagi masyarakat dalam menggunakan atau mengakses

¹ Ajeng Prima Dewi and Santi Delliana, "Self Disclosure Generasi Z Di Twitter," *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (January 31, 2020): 62, <https://doi.org/10.33822/jep.v3i1.1526>.

² "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital yogyakarta," May 5, 2023, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.

media. Alasan ini juga menjadi salah satu faktor perkembangan media sosial yang semakin pesat setiap harinya.

Kehadiran media dan segala kelebihannya telah menjadi bagian dari kehidupan ini. Pada era ini telah menghasilkan berbagai media, salah satunya adalah media sosial.³ Media Sosial adalah media internet yang membuat penggunanya bisa mengekspresikan diri, sehingga bisa berinteraksi, berbagi, bekerjasama, dan berkomunikasi dengan pengguna media yang lain dan membentuk hubungan sosial secara virtual.⁴ Media Sosial bisa menjadi sebuah tempat untuk mengekspresikan dan mengungkapkan sebuah perasaan ataupun pikiran. Pengungkapan perasaan bisa melalui bentuk pesan personal ataupun bisa juga dengan melibatkan banyak orang. Bentuk pengungkapan inilah yang dikatakan pengungkapan diri atau *Self Disclosure*.⁵

Self Disclosure atau pengungkapan diri menurut DeVito merupakan jenis komunikasi yang mana seseorang mengungkapkan suatu informasi mengenai dirinya sendiri yang biasanya di sembunyikan. Dalam kajian komunikasi interpersonal, *Self Disclosure* adalah salah satu pendekatan yang paling penting.⁶ *Self Disclosure* melibatkan sedikitnya satu orang lain, karena informasi yang diungkapkan harus diterima dan dimengerti oleh pihak lain yang mendengarkannya. DeVito mengatakan bahwa *Self Disclosure* ini bisa beragam informasinya mulai dari yang tidak signifikan hingga keterbukaan yang paling tinggi dan sangat personal. Jadi pada umumnya dalam melakukan pengungkapan diri seseorang akan memilih dan mempertimbangkan apa, kapan, bagaimana dan kepada siapa ia melakukan pengungkapan diri.⁷

Salah satu media sosial yang mengalami perkembangan pesat hingga populer di Indonesia adalah aplikasi TikTok. TikTok adalah aplikasi berbasis

³ Effendy Onong Uchjana, Ilmu Komunikasi: Teori Dan Preaktek, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2005)

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

⁵ Dewi and Delliana, "Self Disclosure Generasi Z Di Twitter."

⁶ Joseph.A DeVito, *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*, (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2019) hal. 64

⁷ Yohanna Tania, "Self Disclosure Anak yang Pindah Agama kepada Orang Tua" 4 (2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

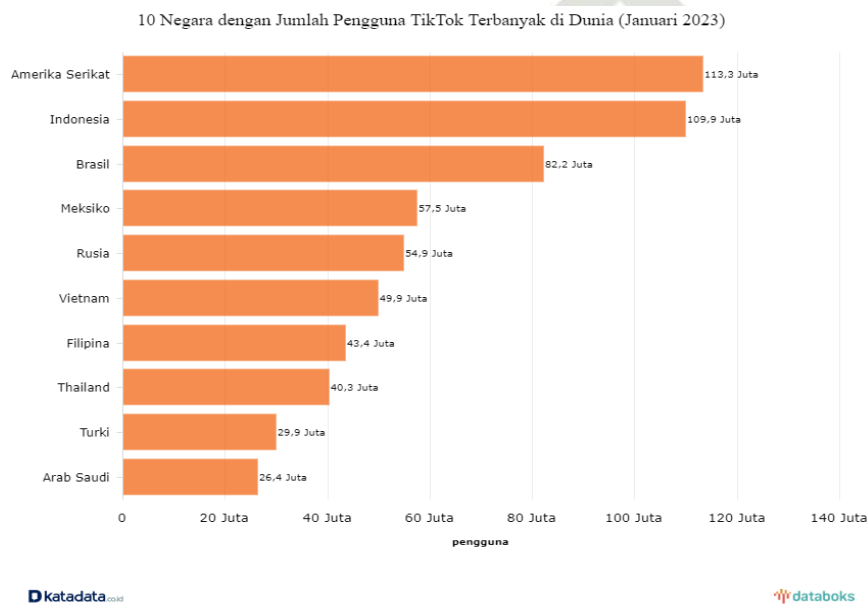
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

audio visual, berupa video musik yang menyediakan layanan untuk penggunanya dalam membuat video pendek yang disertai lagu maupun membuat video lipsync yang kemudian dapat dibagikan.⁸ Aplikasi Tiktok adalah salah satu media yang populer yang dijadikan media pengungkapan diri. Data yang dirilis oleh dataindonesia, Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia pada Januari 2023. Tercatat ada 109,90 juta pengguna media sosial tersebut di dalam negeri.⁹



Gambar 1.1
Grafik Pengguna Aktif Aplikasi Tiktok di Dunia

Dari data di atas tidak mengherankan jika aplikasi Tiktok merupakan aplikasi yang banyak digunakan dari berbagai macam kalangan. Lebih dari 60% pengguna Tiktok merupakan Generasi Z, Pengguna yang lahir setelah tahun 1996. Hal ini dibuktikan dari demografi utama pengguna Tiktok yang rentang usianya adalah 16 – 24 tahun mencapai 41% dari total pengguna.¹⁰

⁸ Rizki Setiawan and Putri Ayu Nabila, “Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja Di Desa Pisangan Jaya, Kabupaten Tangerang,” *PADA RINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)* 4, no. 3 (September 1, 2022): 122, <https://doi.org/10.20527/pn.v4i3.5580>.

⁹ Data Indonesia, “Pengguna TikToc Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Awal 2023,” *Dataindonesia.id*, accessed March 31, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023>.

¹⁰ “TikTok Efektifkah Untuk Brand Anda?,” *IDEOWORKS* (blog), August 27, 2021, <https://ideoworks.id/tiktok-efektifkah-untuk-brand-anda/>.

Generasi Z merupakan generasi yang paling beragam. Mulai dari tingkat pendidikan yang relatif tinggi, ahli di dunia digital, dan cenderung lebih ekspresif. Generasi Z menyukai Tiktok karena karakteristik tiktok berbeda dengan media lainnya. Seakan-akan dengan penggunaan tiktok, Generasi Z bisa mengungkapkan identitas dan jati diri masing-masing.¹¹ Selain itu, banyaknya aktor dan aktris Indonesia yang juga mengunggah video Tiktok di akun media sosial, semakin membuat Tiktok banyak digemari oleh generasi Z.

Pada mulanya aplikasi Tiktok memberikan fitur pengguna membuat video yang berdurasi 15 detik sampai 3 menit, dengan beberapa efek yang unik dan didukung dengan pilihan musik yang banyak. Sehingga para pengguna bisa berkreasi dengan berbagai macam cara, mulai dari berjoget, curhat atau sekedar memberikan informasi. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, Tiktok semakin dikenal dengan konten yang menampilkan kehidupan maupun informasi pribadi pengguna yang dikemas dalam video singkat. Biasanya video tersebut berisi tentang curhatan hati pengguna yang diposting dengan kata-kata dan iringan lagu. Tidak jarang juga, video yang ditampilkan adalah masalah pribadi ataupun sindiran yang dimaksud untuk menyinggung orang lain¹². Selain itu video yang sering ditampilkan belakangan ini adalah video yang berisi tentang kehidupan pribadi penggunanya, baik itu kekayaan ataupun permasalahan pribadi.

Salah satu contoh kasus *Self Disclosure* yang sempat viral beberapa waktu lalu adalah pada seorang pria asal Indonesia yang membagikan kehidupan kesehariannya yang tinggal di negara Jerman. Yang membuat heboh pria tersebut membagikan kehidupan kesehariannya sebagai seorang Gay. Hal ini tentu saja sangat menghebohkan dunia maya. Karna Indonesia

¹¹ Fadhliha Izzati Rinanda Firamadhina and Hetty Krisnani, "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme," *Share: Social Work Journal* 10, no. 2 (February 12, 2021): 199, <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.

¹² Anggi Aldila Safitri, Anissa Rahmadhany, and Irwansyah Irwansyah, "Penerapan Teori Penerapan Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui Tiktok terhadap Penilaian Sosial," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (January 31, 2021): 1–9, <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

merupakan negara yang menolak keras segala bentuk LGBT. Hal ini pun lantas menimbulkan kegaduhan di kalangan netizen Indonesia, banyak yang mencaci dengan komentar negatif di akun pria tersebut, namun ada juga yang mendukung dengan memberikan komentar positif. Contoh kasus berikutnya adalah seorang influencer wanita yang mengeluarkan Statement "Child Free" laman komentar salah satu video Tiktoknya. Hal ini juga menimbulkan kontroversi. Banyak netizen yang menyerang akun influencer ini, karna dianggap menyinggung ibu ibu yang sudah memiliki anak.

Dari beberapa contoh kasus di atas perlu diperhatikan bahwa menjaga sikap dan privasi dalam menggunakan media sosial sangatlah penting. Semua orang memang mempunyai hak untuk berbagi apapun di media sosial, tetapi sebagai pengguna yang bijak, kita harus berhati-hati dalam mengunggah sesuatu, jangan sampai melukai orang lain, apalagi diri sendiri. Karena di dalam proses pengungkapan diri, informasi yang di tampilkan adalah sebuah privasi. Pengungkapan informasi tergantung manajemen privasi dalam diri masing-masing. Setiap orang mempunyai batasan tersendiri dalam menyampaikan privasi ke orang lain.¹³

Fenomena *Self Disclosure* di aplikasi Tiktok juga terjadi di kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Dari hasil wawancara dan observasi kepada beberapa mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, mereka mengatakan jika cukup aktif dalam menggunakan media Tiktok. Hal yang sering diunggah mereka yaitu memposting foto dan video diri sendiri mengenai kegiatan dan kehidupan sehari-hari yang mereka lakukan. Selain itu mereka juga membagikan video yang berisi tips and trik dan video yang berisikan motivasi kehidupan yang dibagikan kepada followers masing-masing. Terkadang mereka juga sering memposting hal-hal yang di sukai seperti minat dan hobi, kemudian menyampaikan perasaan yang sedang dialaminya yang dituangkan dalam bentuk video ataupun pada captions unggahannya.

¹³ Anya Cahyaning Tiyarestu and Rudi Cahyono, "Perbedaan Communication Privacy Management di Media Sosial Twitter pada Remaja dengan Tipe Kepribadian Extravert dan Introvert" 04, no. 1 (2015).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alasan mereka memposting hal-hal itu juga beragam, ada yang hanya untuk kesenangan pribadi, kemudian ada juga yang tujuannya untuk mendapatkan perhatian dan kesan positif dari *like* dan komentar orang lain agar lebih banyak dikenal orang, selain itu ada juga yang mengatakan supaya merasa lebih lega ketika mengungkapkan pikiran dan perasaan yang sedang dirasakan. Namun tidak semua mahasiswa melakukan *Self Disclosure* pada akun Tiktoknya. Sebagian mahasiswa hanya menggunakan tiktok secara pasif, seperti hanya untuk sekedar melihat video posting orang lain dan mencari informasi yang dibutuhkan.

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik menjadikan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau sebagai subjek penelitian. Karena sesuai dengan hasil riset jika pengguna tiktok di Indonesia di dominasi oleh Generasi Z dengan rentang usia 16 – 24 Tahun. Hal ini tentu saja sesuai dengan usia mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti *Self Disclosure* Generasi Z dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok. Yang dalam hal ini merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kaisim Riau.

1.2 Batasan Masalah

Pada penelitian ini penulis membatasi masalah pada *self disclosure* generasi Z yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dan merupakan pengguna aktif aplikasi Tiktok. Ada beberapa konten yang diunggah, konten tersebut adalah pengungkapan dirinya melalui penggunaan aplikasi Tiktok. Penulis juga hanya melihat bentuk dan manfaat dari pengungkapan diri yang dilakukan.

1.3 Penegasan Istilah

1.3.1 Self Disclosure

Johnson mengatakan bahwa *Self Disclosure* adalah pengungkapan reaksi ataupun sebuah tanggapan terhadap situasi yang sedang dialami dan memberi sebuah informasi tentang masalah yang berhubungan atau yang berguna untuk memahami tanggapan pada saat ini. Tanggapan kepada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pihak lain atau terhadap sebuah peristiwa tertentu lebih melibatkan perasaan. Membuka diri artinya berbagi kepada pihak lain perasaan kita terhadap sesuatu yang sudah dikatakan ataupun yang sudah terjadi dan perasaan kita terhadap kejadian yang sudah kita saksikan.¹⁴

1.3.2 Generasi Z

Menurut Mannheim, konsep "generasi" didasarkan pada teori atau sosiologi generasi di mana anggota dari generasi yang sama berbagi tahun kelahiran yang sama. Menurut Karl Mannheim, generasi merupakan sekelompok individu dengan rentang usia yang sama yang mengalami peristiwa sejarah yang signifikan pada waktu yang sama. Generasi Z adalah generasi yang masih muda dan belum pernah mengenal kehidupan tanpa teknologi, sehingga kadang disebut sebagai i-gen. Generasi Z lahir antara tahun 1995 hingga 2010, pada masa ini Generasi Z sangat menikmati kemajuan teknologi dan bergantung pada teknologi pada usia yang lebih muda dibandingkan generasi lainnya.¹⁵

1.3.3 Tiktok

Tiktok adalah sosial media dan Platform *video music* dimana pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung.¹⁶ Tiktok pertama kali diluncurkan oleh Zhang Yiming pada September 2016.¹⁷ Tiktok memberikan fitur pembuatan video berdurasi 15 detik hingga 3 menit, dengan memberikan *special effects* yang unik dan menarik sehingga para pengguna dapat berkreasi dengan berbagai macam cara mulai dari berjoget, bernyanyi, atau hanya sekedar membagikan informasi.¹⁸

¹⁴ A. Supratiknya, *Komunikasi Antar Pribadi*, (Yogyakarta: Kanisius 1995), hal.107.

¹⁵ Yanuar Surya Putra, "Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi," *Among Makarti* 9, no.2 (May 3, 2017), <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>.

¹⁶ "Tentang TikTok | TikTok," accessed September 23, 2023, <https://www.tiktok.com/about?lang=id>.

¹⁷ Bambang Winarso | DailySocial.id, "Apa Itu TikTok Dan Apa Saja Fitur-Fiturnya? | DailySocial.Id," accessed April 5, 2023, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>.

¹⁸ Aldila Safitri, Rahmadhany, and Irwansyah, "Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial.", Vol. 3 No.1, (Januari 2021), hal.2

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang digunakan peneliti ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk *Self Disclosure* Generasi Z melalui penggunaan aplikasi Tiktok?
2. Bagaimana fungsi *Self Disclosure* Generasi Z melalui penggunaan aplikasi Tiktok?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk *Self Disclosure* Generasi Z melalui penggunaan aplikasi Tiktok.
2. Untuk mengetahui fungsi *Self Disclosure* Generasi Z melalui penggunaan aplikasi Tiktok.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat mengenai informasi pengungkapan diri generasi Z melalui aplikasi tiktok. Dan diharapkan memberikan pengembangan ilmu di bidang Ilmu Komunikasi, serta bisa menjadi referensi bagi pihak yang berkepentingan dalam menyelesaikan permasalahan yang serupa.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan ilmu terkhusus untuk peneliti sendiri tentang *Self Disclosure Generasi Z Melalui Aplikasi Tiktok*. Dan memberikan pemahaman kepada civitas akademika Dakwah dan Komunikasi tentang pengungkapan diri generasi Z melalui media sosial Tiktok. Kemudian peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan gambaran kepada generasi muda tentang *Self Disclosure* melalui tiktok, supaya lebih bijak dan berhati-hati dalam menggunakan media sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.1 Kajian Terdahulu

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan *Self Disclosure* Generasi Z.

Penulis sudah mencari beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Jurnal Yopi Kusmiati dan Rayhan Bayruni. Penelitian ini berjudul “Pengungkapan Diri Muslimah Bercadar melalui Instagram: Pendekatan Fenomenologi” meneliti tentang fenomena banyaknya muslimah yang berhijrah dan memutuskan untuk menggunakan cadar. Dalam fenomena tersebut, terdapat tantangan yang dihadapi oleh muslimah, yakni mendapatkan perilaku diskriminasi dan cap sebagai teroris. Peningkatan penggunaan cadar di Indonesia menjadikannya sebagai tren berpakaian. Hasil penelitian dari jurnal ini adalah terdapat pengungkapan diri secara ekspresif dengan wilayah terbuka (open area) yang diperbesar dan pengungkapan diri secara islami dengan wilayah tertutup (hidden area) yang diperbesar. Terdapat fungsi ekspresi (expression), keabsahan diri (self validation), kendali sosial (social control) dan perkembangan hubungan (relationship development) yang dialami oleh muslimah bercadar, dan tidak ditemukan adanya fungsi penjernihan diri (self clarification).¹⁹

2. Jurnal Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, dan Noviawan Rasyid Ohorella. Penelitian ini berjudul *Self Disclosure* Generasi Milenial Melalui *Second Account* Instagram. Tujuan dari penelitian ini untuk menemukan keterbukaan diri atau *self disclosure* dengan kebebasan berekspresi dan menghilangkan rasa *insecure* yang dirasakan oleh generasi milenial di *second account* Instagram. Hasil penelitian menjelaskan rata-rata generasi milenial memiliki tingkat keterbukaan yang berbeda-beda

¹⁹ Yopi Kusmiati and Rayhan Bayruni, “Pengungkapan Diri Muslimah Bercadar melalui Instagram: Pendekatan Fenomenologi,” *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya* 4, no. 4 (December 31, 2020): 277–88, <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v4i4.9449>.

karena setiap manusia memiliki kepribadian yang tidak sama persis. Di *second account* bebas berekspresi dan membagikan apa yang mereka ingin bagikan. *Second account* dapat membantu diri untuk lebih percaya diri tampil lebih besar di *first account* dan menghilangkan rasa *insecure*. Komunikasi yang dilakukan lebih intim di *second account* karena akun tersebut dikunci dan pengikutnya hanya orang-orang terdekat saja. Substansi penelitian ini memberikan kontribusi berupa rekomendasi kebijakan baru kepada seluruh generasi milenial untuk selalu percaya diri dan menjadi diri sendiri.²⁰

Jurnal Muhammad Arif dan Dekmira Syafriani. Penelitian ini berjudul “Motif Self Disclosure Mahasiswa Melalui Instagram Story”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motif self disclosure melalui instagram story pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNP Hasil penelitian menunjukkan ada beberapa motif mahasiswa menggunakan instagram story di media sosial Instagram, yaitu: (1) motif pamer gaya hidup, motif berupa keinginan untuk memamerkan gaya hidup seperti fashion dan liburan dan menunjukkan kepada sesama pengguna instagram. (2) motif membangun citra diri, motif berupa keinginan untuk memperlihatkan citra diri mereka di instagram terkait hobi atau kegiatan positif merek. (3) motif informasi, motif berupa keinginan untuk mencari dan memberikan informasi terkait mengenai seputar kegiatan perkuliahan. (4) motif ekonomi, motif berupa keinginan untuk memperoleh penghasilan dari penggunaan media sosial instagram.²¹

Jurnal Nadya Rahma dan Citra Angga Rani, Penelitian ini berjudul “Motivasi Self Disclosure Mahasiswa Melalui Instagram Story”. Hasil Penelitian ini adalah bentuk *self disclosure* yang dilakukan Mahasiswa Fikom Unitomo di Instagram Story berbeda beda, ada yang

²⁰ Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, and Noviawan Rasyid Ohorella, “Self Disclosure Generasi Milenial Melalui Second Account Instagram,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 18, no. 3 (2020): 312–23.

²¹ Arif, Muhammad, and Delmira Syafrini. "Motif Self Disclosure Mahasiswa Melalui Instagram Story (Studi: Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNP)." *Jurnal Perspektif* 5.3 (2022): 394-403.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengungkapkan apapun yang sedang dirasakan dan permasalahan pribadinya, ada yang hanya melakukan keterbukaan dengan menunjukkan kegiatan sehari harinya, ada yang hanya menunjukkan kegiatan kegiatan organisasinya, ada pula yang melakukan keterbukaan dengan memamerkan hasil karyanya. *Self disclosure* yang dilakukan tersebut dipengaruhi oleh motivasi atau dorongan yaitu *Esteem Needs* (eksistensi, ingin mendapatkan pengakuan dari orang lain) dan *Self Actualization Needs* (mengembangkan potensi diri).²²

Jurnal Nadel Nadela Anita Sari, Dahlia Novaria Asri, dan Ratih Christina. Penelitian ini berjudul *Self disclosure* melalui media sosial pada mahasiswa bimbingan dan konseling Universitas PGRI Madiun. Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Madiun lebih terbuka membagikan momen kebahagiaan atau kesedihan mereka di media sosial dibandingkan di kehidupan nyata (real life). Hal ini disebabkan oleh adanya rasa senang dan nyaman saat mengekspresikan dirinya, akan tetapi mahasiswa juga memiliki kekhawatiran dan menyadari akan ketidakamanan saat mengungkapkan aspek privasi di media sosial. Persamaan penelitian ini adalah membahas tentang pengungkapan diri. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian dan teori yang digunakan.²³

Jurnal Ajeng dan Santi Delliana, membahas tentang bentuk *Self Disclosure* Generasi Z di Twitter. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa bentuk Keterbukaan Diri di twitter berupa pengungkapan emosi, kegundahan dan kesedihan dimana generasi Z merasa lega dengan adanya dukungan dan support di Twitter melalui fitur *Reply*. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang bentuk *Self Disclosure* pada Genersi Z.

²² Rahma, Nadya, and Citra Angga Rani. "Motivasi Self Disclosure Mahasiswa Melalui Instagram Story." *Journal Communication Specialist* 1.2 (2022): 164-178.

²³ Sari, Nadela Anita, Dahlia Novarianing Asri, and Ratih Christiana. "Self disclosure melalui media sosial pada mahasiswa bimbingan dan konseling Universitas PGRI Madiun." *SEMINAR NASIONAL SOSIAL, SAINS, PENDIDIKAN, HUMANIORA (SENASSDRA)*. Vol. 1. No. 1. 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perbedaannya terletak pada subjek penelitian, penelitian ini menggunakan Twitter sebagai subjek penelitian.²⁴

Jurnal Fadhlizha Izzati Rinanda Firamadhina dan Hetty Krisnani. Penelitian ini berjudul “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok”. Persamaan penelitian ini terletak pada subjek dan objek penelitian yaitu sama sama menggunakan Generasi Z dan Aplikasi Tiktok. Perbedaannya terletak pada focus penelitian. Penelitian ini membahas bagaimana Perilaku Generasi Z dalam menggunakan aplikasi tiktok sebagai media edukasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan sosial media TikTok oleh Generasi Z mampu mengembangkan suatu makna dan sense of self akibat dari interaksi sosial yang konstan sesama pengguna.²⁵

8. Jurnal Yohanna Tania, Penelitian ini berjudul “*Self Disclosure* Anak yang Pindah Agama kepada Orang Tua”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemaknaan dari self disclosure anak yang pindah agama kepada orang tua. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses self disclosure, iman adalah penyebab awal self disclosure. Persamaan penelitian ini sama-sama membahas Self Disclosure akan tetapi, penelitian ini berfokus pada bentuk Disclosure Secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian perbedaannya penelitian ini menggunakan anak yang pindah agama sebagai subjeknya.²⁶

Jurnal Fatmawati Moekahar dan Retno Astari Hastuti. Penelitian Ini berjudul “*Self Disclosure: Hidden Talent Remaja di TikTok*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplor pengalaman remaja dalam melakukan pengungkapan diri melalui media sosial TikTok. Perbedaan penelitian ini terdapat di focus penelitian, penelitian ini mengkaji bentuk *Self Disclosure* terhadap hidden talent. Hasil penelitian menunjukkan bahwa self disclosure terhadap hidden talent informan di media Tiktok terdiri atas 3

²⁴ Dewi and Delliana, “Self Disclosure Generasi Z Di Twitter.”

²⁵ Firamadhina and Krisnani, “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok,” February 12, 2021.

²⁶ Tania, “Self Disclosure Anak yang Pindah Agama kepada Orang Tua.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

makna, yakni makna eksistensi diri, makna kepuasan & kebahagiaan, dan makna menghabiskan waktu luang. Ketiga makna tersebut saling terkait dan menjadi bagian yang tak terpisahkan.²⁷

10. Skripsi Nir Mala Sari Pane, Penelitian Ini berjudul “Keterbukaan Diri Pengguna Akun K-POP Roleplayer Twiter Di Kota Medan” tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bentuk *Self Disclosure* dan mengetahui alasan melakukan *Self Disclosure*. Persamaan penelitian ini sama-sama membahas bentuk *Self Disclosure* dan perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitiannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Twiter sebagai objek penelitian dan Pengguna Akun K-POP Roleplay sebagai subjek penelitian.²⁸

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu “*communicate*” yang artinya “Berbagi sesuatu, Memberikan sebagian, Tukar menukar, Bercakap-cakap, dan lain sebagainya.”²⁹ Menurut DeVito, komunikasi antarpribadi merupakan sebuah pengiriman pesan dari seseorang dan diterima dengan umpan balik secara langsung oleh orang lain.³⁰ Komunikasi antarpribadi juga bisa diartikan sebagai proses pertukaran informasi diantara 2 orang yang dapat langsung diketahui umpan baliknya.³¹ Sementara itu menurut Gitosudarmo dan Agus Mulyono, komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berbentuk tatap muka, interaksi, dua arah, verbal dan non verbal. Serta saling berbagi informasi dan perasaan antar individu dengan individu dalam kelompok kecil.³²

²⁷ Fatmawati Moekahar and Retno Astari Hastuti, “Self-Disclosure: Hidden Talent Remaja di TikToik,” *Koneksi* 6, no. 2 (November 2, 2022): 456–65, <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.20261>.

²⁸ Nir Mala Sari Pane, *Keterbukaan Diri Pengguna Akun K-POP Roleplayer Twiter di Kota Medan*, Skripsi, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2020)

²⁹ Edi Harapan dan Ayarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), h. 1.

³⁰ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar-pribadi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997), h. 12.

³¹ Surya Muhammad, *Psikologi Konseling*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2003), h. 158-159.

³² Suranto AW, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 4

Dalam menjalani hidup, manusia membutuhkan komunikasi dan hubungan dengan manusia yang lainnya. Oleh sebab itu, Komunikasi antarpribadi adalah suatu keharusan bagi manusia. Selain itu juga ada beberapa kebutuhan manusia yang hanya bisa dipuaskan melalui komunikasi. Itulah mengapa komunikasi antarpribadi sangat penting bagi manusia dalam menjalani kehidupannya.³³

2.2.2 Self Disclosure

a. Definisi *Self Disclosure*

Secara bahasa *Self* artinya diri sendiri, sedangkan *Disclosure* artinya terbuka atau keterbukaan. Dengan kata lain, *Self Disclosure* merupakan pengungkapan diri ataupun keterbukaan diri. *Self Disclosure* atau pengungkapan diri merupakan sebuah bentuk komunikasi yang dilakukan individu kepada individu yang lain dengan tujuan memberikan suatu informasi tentang dirinya yang tidak diketahui oleh individu lain. Adapun informasi yang diberikan biasanya meliputi sebagai berikut:³⁴

- 1) Informasi seputar nilai-nilai, keyakinan, dan keinginan.
- 2) Informasi seputar perilaku diri.
- 3) Informasi seputar kualitas diri dan karakteristik diri.

Menurut Dayakishi dan Hudaniah *Self Disclosure* adalah sebuah kegiatan yang memberikan informasi kepada orang lain tentang informasi sikap, perilaku, keinginan, perasaan, ide, dan motivasi kepada orang lain. Menurut Leung *Self Disclosure* adalah mamperlihatkan siapa kita dan mengungkapkan apa yang kita butuhkan.³⁵ *Self Disclosure* juga bisa dikatakan sebagai pengungkapan informasi diri yang biasanya di sembunyikan.³⁶

³³ Supratiknya, *Tinjauan Psikologis Komunikasi Antarpribadi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1995), h. 9.

³⁴ Dimas Pamnuncak, *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pengguna Facebook*, Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2011), hal.21

³⁵ Alya Zachra Fauzia, Sri Maslihah, and Helli Ihsan, "Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Bandung," *Journal of Psychological Science and Profession* 3, no. 3 (December 27, 2019): 151, <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>.

³⁶ Prihantoro, Damintana, and Ohorella, "Self Disclosure Generasi Milenial Melalui Second Account Instagram."

Johnson mengungkapkan jika *Self Disclosure* merupakan sebuah pengungkapan reaksi atau tanggapan situasi yang sedang dialami dan memberikan informasi tentang masa lalu yang berkaitan dan berguna dimasa saat ini. Tanggapan kepada individu lain atau terhadap suatu kejadian tertentu yang lebih melibatkan perasaan. Membuka diri artinya memberikan kepada orang lain tentang perasaan kita terhadap sesuatu yang terjadi atau kejadian-kejadian yang baru kita saksikan.³⁷

Wei, Russel, dan Zakalik (2005) mengatakan jika “*self disclosure refres to individual’s the verbal communication of personality relevant information, thoughts, and feelings in order to let themselves be know to others.*” Artinya bahwa *Self Disclosure* adalah sebuah komunikasi verbal oleh individu mengenai informasi tentang kepribadian yang relevan, perasaan dan pikiran yang disampaikan, agar individu lain mengetahui informasi tentang dirinya.³⁸

Pada fungsi komunikasi antar pribadi dikatakan bahwa *Self Disclosure* dapat mengakibatkan terjadinya suatu hubungan yang lebih bermakna antara satu individu dengan individu lain. Dimana *Self Disclosure* adalah sebuah bentuk komunikasi saat ingin memperlihatkan sesuatu tentang individu tersebut.³⁹ *Self Disclosure* merupakan bentuk komunikasi, dimana informasi yang disimpan dan dirahasiakan, disampaikan atau diungkapkan kepada orang lain.⁴⁰

Dari beberpa pengertian *Self Disclosure* yang dikemukakan para ahli diatas, peneliti egambil kesimpulan bahwa *Self Disclosure* adalah proses berbagi perasaan dan informasi perihal kehidupan

³⁷ A. Supratiknya, *Komunikasi Antar Pribadi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1995), hal.107

³⁸ Wei, M., Russell, D. W., & Zakalik, R. A. (2005). Adult Attachment, Social Self-Efficacy, Self-Disclosure, Loneliness, and Subsequent Depression for Freshman College Students: A Longitudinal Study. *Journal of Counseling Psychology*, 52(4), 602–614. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.52.4.602>

³⁹ Josep A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia Edisi Kelima*, (Tangerang Selatan: Khasma Publishing Group, 2011), hal.58

⁴⁰ Ahmad Sihabudin & Rahmi Winangsih, *Komunikasi Antarmanusia*, (Serang: Pustaka Getok Tular, 2012), hal.114

pribadi, pendapat, perasaan dan sikap kepada orang lain dan dilakukan secara sadar.

b. Dimensi *Self Disclosure*

Setiap orang memiliki dimensi *Self Disclosure* yang berbeda-beda. De Vito berpendapat ada lima dimensi *Self Disclosure*. Berikut 5 dimensi *Self Disclosure* menurut De Vito:

1) Ukuran atau jumlah *Self Disclosure*

Ukuran didapatkan dari frekuensi seseorang melakukan *Self Disclosure* dan waktu yang digunakan untuk mengungkapkan *Self Disclosure* tersebut. Ukuran dan jumlah disini maksudnya berapa banyak jumlah informasi yang di bagikan oleh seseorang yang melakukan *Self Disclosure*.

2) Valensi

Valensi berkaitan dengan baik atau buruknya kualitas *Self Disclosure* yang dilakukan. Jika seseorang melakukan pengungkapan diri dengan rasa positif, seperti membagikan kesenangan yang penuh humor dan menarik, maka akan berdampak positif juga kepada orang yang menerimanya. Sebaliknya, jika seseorang melakukan pengungkapan diri secara negative seperti perasaan marah dan sesuatu hal yang menyedihkan, maka tanggapan dari orang yang menerima pastinya akan berbeda.

3) Kecermatan dan Kejujuran

Hal ini berkaitan dengan bagaimana seseorang mengetahui dan mengenal dirinya sendiri. Dengan mengenal diri sendiri, maka seseorang yang melakukan pengungkapan diri mampu melakukannya dengan cermat. Selain itu kejujuran merupakan salah satu yang sangat mempengaruhi seseorang ketika melakukan *Self Disclosure*.

4) Maksud dan Tujuan

Saat melakukan *Self Disclosure*, seseorang harus paham maksud dan tujuannya melakukan *Self Disclosure*. Dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengetahui maksud dan tujuan seseorang akan bisa mengontrol diri ketika melakukan *Self Disclosure*.

5) Keakraban atau Keintiman

Keintiman adalah hal yang paling penting ketika melakukan *Self Disclosure*. Semakin tinggi tingkat keintiman dengan lawan bicara, maka semakin dalam pengungkapan diri yang dilakukan. *Self Disclosure* memang ditentukan dari seberapa akrab seseorang dengan lawan bicaranya.⁴¹

c. Fungsi *Self Disclosure*

Menurut Derlega & Grzelak *Self Disclosure* atau pengungkapan diri memiliki 5 fungsi, yaitu:

1) *Expresion* (Ekspresi)

Seseorang melakukan *Self Disclosure* biasanya bertujuan untuk mengekspresikan perasaan yang ada di dalam hatinya. Ekspresi dapat berupa memperlihatkan perasaan dalam hubungan antarpribadi yang dilakukan.

2) *Self Clarification* (Penjernihan Diri)

Dengan melakukan *Self Clarification*, maka isi hati dan pikiran akan menjadi jernih sehingga bisa menyelesaikan segala permasalahan dengan baik. *Self Clarification* bisa terjadi pada seseorang yang sedang berkomunikasi dengan membicarakan permasalahan yang sedang dialami. Dengan adanya pembicaraan tersebut dapat membuat berpikir jernih sehingga mampu menyelesaikan masalah dengan baik.

3) *Self Validation* (Keabsahan Sosial)

Seseorang dapat mengetahui pandangan atau asumsi orang lain terhadap dirinya saat melakukan pengungkapan diri kepada lawan bicara. Adanya dukungan yang diberikan dari orang lain saat melakukan pengungkapan diri memberikan sebuah kebenaran tentang permasalahan yang sedang dialaminya.

⁴¹ Joseph. A Devito, *Komunikasi Antarmanusia: kuliah dasar, Edisi Kelima*, (Jakarta: Profesional Books, 1997), hal.40

4) *Social Control* (Kontrol Sosial)

Seseorang dapat mengutarakan atau menutupi informasi tentang dirinya ataupun orang lain. *Self Disclosure* bisa mengendalikan sosial, seperti memberikan informasi tentang dirinya dan memberikan kesan yang baik kepada orang lain.

5) *Relationship Development* (Perkembangan Hubungan)

Dengan membagikan informasi tentang diri, hingga memberikan kepercayaan maka dapat meningkatkan keakraban suatu hubungan.⁴²

d. Manfaat *Self Disclosure*

Ada beberapa manfaat saat melakukan *Self Disclosure*, menurut Devito manfaat *Self Disclosure* yaitu:⁴³

1) Pengetahuan Diri

Kita bisa memperoleh perspektif baru dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku diri kita saat melakukan *Self Disclosure*.

2) Kemampuan Mengatasi Kesulitan atau Masalah

Dengan melakukan pengungkapan diri, ketika kita mendapatkan dukungan dari orang lain dan bukan penolakan, kita akan menjadi lebih siap untuk mengatasi sebuah masalah ataupun kesulitan.

3) Komunikasi Efektif

Dengan melakukan pengungkapan diri, seseorang akan lebih bisa memahami topik pembicaraan. Seseorang akan mengerti pesan yang disampaikan seperti bagaimana seseorang memahami orang lain secara individual. Hal ini memberikan efektifitas komunikasi dalam sebuah hubungan

⁴² David O Sears dan Jonathan L Freedman dkk, *Psikologi Sosial Edisi Kelima Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 1985), hal.254

⁴³ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia Edisi Kelima*, (Tangerang Selatan: Kharysma Publishing Group, 2011), hal.67

4) Kedalaman Hubungan

Dengan melakukan *Self Disclosure* memberikan kepercayaan dan sikap saling menghargai kepada orang sehingga menimbulkan sebuah hubungan. Sehingga *Self Disclosure* bisa membuat hubungan menjadi lebih bermakna.

e. Resiko atau Bahaya *Self Disclosure*

Menurut Bochner, ada beberapa resiko saat melakukan *Self Disclosure*, diantaranya yaitu:

1) Penolakan Pribadi dan Sosial

Saat seseorang mengungkapkan aspek kehidupannya yang tidak biasa, Ada kemungkinan akan mengalami penolakan dari teman dekat atau anggota keluarga. Contohnya, Gadis yang memposting banyak foto yang menonjolkan daya tariknya di jejaring sosial memiliki risiko lebih tinggi untuk dicap negatif oleh orang lain.

2) Kerugian Materil

Terkadang melakukan *Self Disclosure* mengakibatkan kerugian secara materil. Contohnya, orang yang mengaku pernah melakukan tindak kejahatan di masa lalu bisa mengakibatkan dirinya dijauhi oleh teman atau orang-orang disekitarnya.

3) Kesulitan Intrapribadi

Saat mendapat penolakan setelah melakukan *Self Disclosure*, mengakibatkan masalah pada dirinya sendiri. Ketika tidak mendapatkan dukungan tetapi malah sebuah penolakan, disitulah *Self Disclosure* berada di jalur kesulitan Intrapribadi.⁴⁴

2.2.3 Generasi Z

Generasi Z atau generasi pascamilenial adalah kelompok manusia termuda di dunia saat ini. Mereka lahir dalam rentang 1996 hingga 2010. Berbagai kajian demografi menyatakan bahwa Generasi Z cenderung

⁴⁴ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia Edisi Kelima*, (Tangerang Selatan: Khasma Publishing Group, 2011), hal.69-70

menghargai keberagaman, ingin menjadi agen perubahan, berorientasi pada target, dan senang berbagi, berbeda dari kaum milenial atau Generasi Y (kelahiran 1977-1995) yang egoistik.⁴⁵ Menurut penelitian Grail, Generasi Z adalah generasi Internet sejati pertama sejak Generasi Z lahir ketika teknologi Internet lahir. Berkat ini, Gen Z menyukai teknologi, lebih pintar, mentolerir perbedaan budaya dan agama serta lebih fleksibel, hanya saja Generasi Z tidak menyukai budaya instan dan terus-menerus memposting aktivitasnya di jejaring sosial.⁴⁶

Para ahli mengatakan bahwa Generasi Z memiliki ciri dan karakteristik yang berbeda dari pendahulunya yaitu Generasi Y, yang menggunakan e-mail, pesan teks, pesan instan dan berbagai teknologi komunikasi lebih langsung. Milenial adalah generasi yang tumbuh di era internet. Generasi Z di sisi lain lebih terhubung secara sosial melalui dunia maya. Generasi Z merupakan Pengadopsi awal teknologinya, dia sangat berpengetahuan tentang smartphone dan termasuk generasi kreatif.⁴⁷

Menurut hasil survey yang dilakukan Harris Poll pada tahun 2020, sebanyak 63% Generasi Z setiap harinya tertarik melakukan berbagai macam hal kreatif. Hal ini juga sesuai dengan survey yang dilakukan oleh Tirto.id yang mengatakan bahwa untuk mendapatkan berita atau informasi, generasi Z menjadikan media sosial sebagai sumber utama.⁴⁸

Generasi Z sering juga disebut iGeneration atau Generasi internet. Hal ini karena dalam kesehariannya mereka selalu bersentuhan dengan smartphone dan mendominasi bentuk komunikasi khususnya di media

⁴⁵ "Tirto Visual Report: Masa Depan Di Tangan Generasi Z," accessed April 7, 2023, <https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM>.

⁴⁶ Ranny Rastati, "Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta," *Jurnal Kwangsan* 6, no. 1 (June 29, 2018): 60, <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v6n1.p60--73>.

⁴⁷ Fadhlizha Izzati Rinanda Firamadhina and Hetty Krisnani, "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme," *Share: Social Work Journal* 10, no. 2 (February 12, 2021): 199, <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.

⁴⁸ Nurul Qomariyah Pramisti, "Tirto Visual Report: Masa Depan Di Tangan Generasi Z," *tirto.id*, accessed April 7, 2023, <https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM>.

sosial.⁴⁹ Dari hasil penelitian Bencsik & Machova menunjukkan terdapat perbedaan yang mencolok antara generasi Z dengan generasi yang lainnya. Faktor utama yang menjadi pembeda adalah kemampuan penguasaan informasi dan teknologi. Bagi generasi Z informasi dan teknologi merupakan bagian penting bagi kehidupan.⁵⁰

Menurut studi yang dilakukan oleh McKinsey (2018), ada 4 pengelompokan Generasi Z, yaitu:

1) *The Undefined ID*

Generasi Z menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberikan label khusus. Pencarian identitas membuat Gen Z sangat terbuka untuk memahami keunikan masing-masing individu.

2) *The Communalistic*

Gen Z dikatakan sebagai generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk berpartisipasi dalam komunitas yang berbeda, serta menggunakan kemajuan teknologi untuk memperluas manfaat yang ingin mereka berikan.

3) *The Dialoguer*

Gen Z sebagai generasi yang percaya bahwa komunikasi sangat penting dalam penyelesaian masalah dan perubahan datang melalui adanya dialog. Selain itu, Gen Z terbuka akan pemikiran tiap orang yang berbeda-beda dan suka berinteraksi dengan orang maupun kelompok yang beragam.

4) *The Realistic*

Generasi Z adalah generasi yang biasanya lebih realistis dan analitis dalam mengambil keputusan dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Gen Z adalah generasi yang menikmati kemandirian dalam belajar dan mencari informasi, yang membuat mereka senang bisa mengendalikan keputusannya sendiri. Generasi Z memahami

⁴⁹ Joy Roesma & Nadia Mulya, *Media Sosialita Eksis Narasi Jadi Daring Darling*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), hal.44

⁵⁰ Yanuar Surya Putra, "Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi," *Among Makarti* 9, no. 2 (May 3, 2017), <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>.

pentingnya stabilitas keuangan di masa depan. Hal ini sesuai dengan penelitian Boomers yang menunjukkan bahwa generasi Milenial adalah generasi yang cenderung lebih idealis, terutama dalam urusan pekerjaan.⁵¹

2.2.4 Media Sosial

Media Sosial merupakan media di internet yang membuat penggunanya bisa mempresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berkomunikasi, berbagi, dan membentuk hubungan sosial secara virtual.⁵² Media Sosial juga menjadi bukti dari perkembangan media baru. Adanya media sosial merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dari keberadaan dan cara kerja computer.⁵³ Indonesia adalah salah satu Negara dengan penduduk terbanyak yang menggunakan media sosial, dari keseluruhan populasi warga Indonesia yang jumlahnya 276,4 juta jiwa, 61% atau sekitar 170 juta jiwa adalah pengguna aktif media sosial.⁵⁴

Cris Brogan (2010) mengatakan jika media sosial adalah merupakat alat komunikasi yang digunakan untuk banyak interaksi yang sebelumnya tidak ada di masyarakat⁵⁵ Menurut Heidi Cohen media sosial terus berkembang sejalan dengan perkembangan penggunaan media sosial itu sendiri. Hal ini karena media sosial berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan pembuatan konten pada web interaktif sehingga terciptanya kolaborasi dan pertukaran pesan secara bebas antara pengguna media sosial.⁵⁶ Sedangkan menurut Meike dan Young dalam

⁵¹ Galih Sakitri, "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!," in *Forum Manajemen*, vol. 35, 2021, 1–10.

⁵² Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80.

⁵³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hal. 11

⁵⁴ "Hootsuite (We are Social)."

⁵⁵ Suardi Suardi, "Antara Media Sosial Dalam Komunikasi Politik," *Jurnal Dakwah Risaalah* 27, no. 2 (2016): 82–86.

⁵⁶ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal. 228

mendefinisikan media sosial adalah konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi dengan siapapun tanpa terkecuali.⁵⁷

Media Sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain. Berikut karakteristik media sosial:

1) Jaringan (*Networking*)

Karakter media sosial adalah membentuk sebuah jaringan antar sesama penggunanya secara virtual. Jaringan yang terbentuk akhirnya menciptakan komunitas atau kelompok secara sadar dan tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat.

2) Informasi (*Information*)

Di dalam media sosial informasi merupakan hal yang utama yang dikonsumsi oleh setiap penggunanya. Informasi diciptakan, dibagikan dan dikonsumsi oleh setiap pengguna.

3) Arsip (*Archive*)

Dalam media sosial segala bentuk informasi akan tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Segala bentuk informasi yang telah diunggah tidak akan pernah hilang begitu saja, bahkan saat pergantian bulan ataupun tahun.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Bentuk interaksi yang terjadi di media sosial seperti saling mengomentari ataupun saling berbalas pesan. Karakter ini tercipta dari hasil jaringan yang dibuat oleh sesama pengguna.

5) Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media sosial sebagai gambaran bentuk keberlangsungan kehidupan masyarakat di dunia virtual. Seperti kehidupan di dunia nyata, media sosial juga memiliki peraturan yang harus ditaati oleh setiap penggunanya.

⁵⁷ Novi Herlina and Evawani Elysa Lubis, "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram@Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat" (PhD Thesis, Riau University, 2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6) Penyebaran (*Sharing*)

Penyebaran yang dilakukan bisa berupa konten atau perangkat. Konten tidak hanya di buat oleh pengguna tetapi juga bisa dibagikan secara manual oleh pengguna lain. Media sosial juga menyediakan teknologi untuk memperluas jangkauan konten ataupun perangkat. Contohnya tombol *like*, *komen*, dan *repost* di Tiktok.

7) Konten oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Hal ini menggambarkan jika konten di media sosial seluruhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun media sosial.

2.2.5 Tiktok

Dengan semakin maraknya media sosial yang ada terkhusus di Indonesia, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dsb, Tiktok juga menjadi pilihan bagi pengguna media sosial untuk dapat berinteraksi dan berbagi. Selain itu juga semakin banyak orang yang dapat terhubung melalui media sosial dan merasakan kemudahan dalam mendapatkan informasi tertentu, terkait produk maupun individu⁵⁸

TikTok merupakan aplikasi berbagi video musik dengan durasi pendek. TikTok di luncurkan pertama kali pada september 2016.⁵⁹ Tik Tok dibuat dan dikembangkan oleh Zhang Yiming, seorang insinyur perangkat lunak yang lulus dari Universitas Nankai di Tiongkok dan mendirikan perusahaan IT *ByteDance* pada Maret 2012. *ByteDance* awalnya meluncurkan program berita *toutiao*, yang kini menjadi salah satu yang terbesar di Tiongkok. Hingga kemudian, arah tersebut membuat Zhang Yiming memutuskan untuk mengeksplorasi aplikasi media sosial yang lebih interaktif. Pasalnya, saat itu industri konten telah berkembang dari teks dan gambar menjadi video, dan kini banyak konten yang berasal dari pengguna.⁶⁰

⁵⁸ Aldila Safitri, Rahmadhany, and Irwansyah, "Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3.1 (2021): 1-9.

⁵⁹ "Tentang TikTok | TikTok."

⁶⁰ Trie Damayanti and Ilham Gemiharto, "Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagi Video Bagi Anak-Anak Di Bawah Umur Di Indonesia," *Communication* 10, no. 1 (2019): 1–15.

Aplikasi TikTok merupakan media sosial yang cocok untuk berbagai komunikasi dalam bentuk video pendek. Durasi video adalah 15 detik, 1 menit dan 3 menit. Karena mudah dan menyenangkan untuk digunakan, program ini sangat diminati. Aplikasi ini adalah salah satu aplikasi dengan pertumbuhan tercepat di dunia dengan lebih dari satu miliar pengguna dan 800 juta pengguna aktif bulanan. Ini menjadikan TikTok di antara lima unduhan teratas tahun 2019 di Google Play dan App Store. Rata-rata pengguna menghabiskan sekitar 52 menit sehari di TikTok. Sebagian besar pengguna berusia antara 14 dan 30 tahun. Hal ini menciptakan peluang yang berpotensi menjadikan implementasi Gen Z sebagai primadona media untuk berkomunikasi.⁶¹

TikTok diluncurkan pada tahun 2016, tetapi sebenarnya TikTok mulai menjadi budaya populer di Indonesia baru pada tahun 2020. TikTok pada awalnya masuk ke Indonesia pada tahun 2017, akan tetapi pada saat itu aplikasi TikTok mendapat penolakan. Karena pada saat itu aplikasi TikTok dianggap aplikasi yang norak dan alay, karena hanya berisikan video berjoget-joget saja. Puncaknya pada tahun 2018 bulan Juli, Kementerian Komunikasi dan Informatika melakukan pemblokiran aplikasi TikTok di Indonesia.⁶²

Pemblokiran TikTok pada tahun 2018 oleh kementerian Kominfo di dasari oleh adanya sekitar tiga ribu laporan masyarakat yang masuk ke Kominfo mengenai konten negative yang ada di dalam aplikasi TikTok. Kementerian Perempuan dan Perlindungan Anak juga membuat laporan tentang banyaknya konten negative yang ada di aplikasi TikTok seperti Pornografi, asusila, dan pelecehan agama. Namun kini sudah bisa digunakan kembali secara bebas dengan pertimbangan lain dan regulasi baru, sehingga TikTok bisa diunggah kembali pada Agustus 2018.

⁶¹ Risky Januar Syah, Siti Nurjanah, and Veneranda Putri Andri Mayu, "TikTok (TikTok App Educational Video) Based on the Character Education of Newton's Laws Concepts Preferred to Learning for Generation Z," *Pancaran Pendidikan* 9, no. 4 (2020).

⁶² Danis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, (Jakarta: PT. Elex Komputindop, 2011), hal.23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TikTok memberikan efek khusus untuk video pendek agar menarik dan siapa saja dapat melihatnya selama terhubung ke internet. karena Video yang di unggah itu unik, maka menarik orang untuk melihatnya. Ini biasanya mendorong pengguna TikTok untuk mengambil tindakan untuk mencapai popularitas yang diinginkan. selain itu tiktok juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti galeri musik yang tersedia dan dapat dipilih untuk memungkinkan pengguna membuat video pendek menari, menyanyi , dan banyak lagi. hal ini tentu bisa meningkatkan kreativitas pengguna untuk membuat video pendek sebaik mungkin. Melalui Aplikasi Tiktok dapat memberikan hiburan untuk semua orang mengurangi kepenatan dan kejenuhan yang disebabkan oleh aktivitas sehari-hari. Bahkan pengguna TikTok dapat mengekspresikan banyak ekspresi saat menggunakan dan menonton Tiktok video seperti senang, sedih, senang, kecewa, marah dan banyak lagi ekspresi lain. karena di TikTok ini semua pengguna bisa melihat konten sesuai dengan yang mereka inginkan.⁶³

Perkembangan Tik Tok yang hadir di Indonesia pada tahun 2017 dan kemudian di blokir oleh Kominfo pada tahun 2018, dan pada tahun 2020 menjadi budaya populer di Indonesia. Budaya populer itu sendiri dapat dilihat dalam empat konteks, yaitu budaya yang dibangun atas kesenangan yang tidak masuk akal dan membebaskan manusia dari kebosanan pergi bekerja seharian, budaya populer menghancurkan budaya tradisional, budaya menjadi masalah dalam perspektif ekonomi. Budaya populer sendiri memiliki ciri khas, yaitu. budaya populer menciptakan tren, konsisten dalam bentuk, diadaptasi dengan baik untuk kesenangan publik, bersifat sementara atau dapat diganti ketika produk budaya mengganggu masyarakat umum. budaya populer, keberlanjutannya dari waktu ke waktu, selera umum, profitabilitas atau potensi keuntungan yang

⁶³ Armylia Malimbe, Fonny Waani, and Evie AA Suwu, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado," *Jurnal Ilmiah Society* 1, no. 1 (2021).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dicapai oleh konstituen, pola konsumsi, dan pengaruh budaya populer yang dapat menimbulkan kesenangan dan kemarahan (Mahanani, 2015).⁶⁴

Aplikasi Tik Tok bisa menjadi budaya populer di Indonesia, karena beberapa alasan, yakni (Yang, Zhao, & Ma, 2019) :

1) Video Pendek yang dekat dengan realitas dan situasi umum

Video dan musik yang berdurasi pendek yang dibuat oleh creator memiliki kedekatan realitas masyarakat, dan dibalut dengan hiburan, sains, dan fashion sebagai konten utama sehingga mudah menarik perhatian audiens.

2) Layanan Video Pendek yang sederhana

Di Tik Tok, kreator bebas membuat konten video pendek (dari 15 detik bahkan 1 menit), disini kreator bisa membuat konten mulai dari lagu pilihan yang sudah ada layanan "pencarian" dan lagu pilihan ini. layanan ini juga menawarkan kemudahan dengan mengklasifikasikan lagu-lagu yang ada dari genre hingga klasifikasi yang sedang tren. Jika kreator tidak mengetahui nama lagu yang akan digunakan, kreator dapat memilih langsung nama lagu dari kreator video lain yang menggunakannya, sehingga meminimalkan proses pembuatan konten yang rumit di masa lalu.

3) Antar Muka Aplikasi yang Friendly

Dari semua layanan (fitur) yang memanjakan kreator dan penikmatnya, belum maksimal penggunaannya tanpa tampilan antarmuka yang sederhana dan user friendly, Tik Tok menawarkan kemudahan tersebut sehingga pengguna Tik Tok dapat memilih antarmuka musiknya sendiri, menambahkan efek khusus, misalnya kecantikan dan gerakan lambat, lalu buat video pendek dari musik favorit pengguna.

4) Tingkat Produksi yang canggih

Tik Tok dapat dengan mudah menjadi populer karena menerapkan fungsi untuk mendorong konten yang dihasilkan tepat dengan

⁶⁴ Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid, "Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19," *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2020): 70–80.

preferensi dan kebutuhan pengguna, hal ini dapat diterapkan karena teknologi yang digunakan cukup mumpuni, sehingga video yang disajikan di beranda relevan kepada para pengguna.

5) Kebebasan untuk Pengguna

Aplikasi TikTok menawarkan kebebasan penggunaannya sesuai dengan teori komunikasi, yaitu membantu mengekspresikan diri seseorang dan mengabadikan kehidupan yang baik adalah tujuan dari keberadaan video tersebut (Mancini dan Hallin, 2012). Setelah Anda masuk ke beranda TikTok, ini adalah konten yang direkomendasikan untuk pemirsa TikTok. Pengguna seluler dapat beralih atau menggesek dengan bebas. Konten dasar yang membahas tren saat ini. Pengguna TikTok yang kebanyakan kaum milenial sangatlah mengikuti *trend* yang sedang berlaku saat ini, mulai dari *trend* kebugaran, interpretasi emosional, pemandangan indah, kecantikan dan gerakan fisik yang mewakili *trend* mode saat ini.

6) Efek Selebriti

Semakin banyak selebriti Indonesia yang menggunakan aplikasi TikTok, membuat banyak orang mengikutinya. Jika pada tahun 2017 hanya sedikit selebriti Indonesia yang menggunakan TikTok, kini banyak selebriti yang membuat akun TikTok sendiri dan mempostingnya di media sosial lainnya. bahkan sekarang banyak orang yang tiba-tiba terkenal karena bermain Tiktok, yang biasa disebut sebagai Seleb Tiktok.⁶⁵

Berikut beberapa fitur yang di sedikan di dalam Aplikasi Tiktokk:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁶⁵ Hasiholan, Pratami, and Wahid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

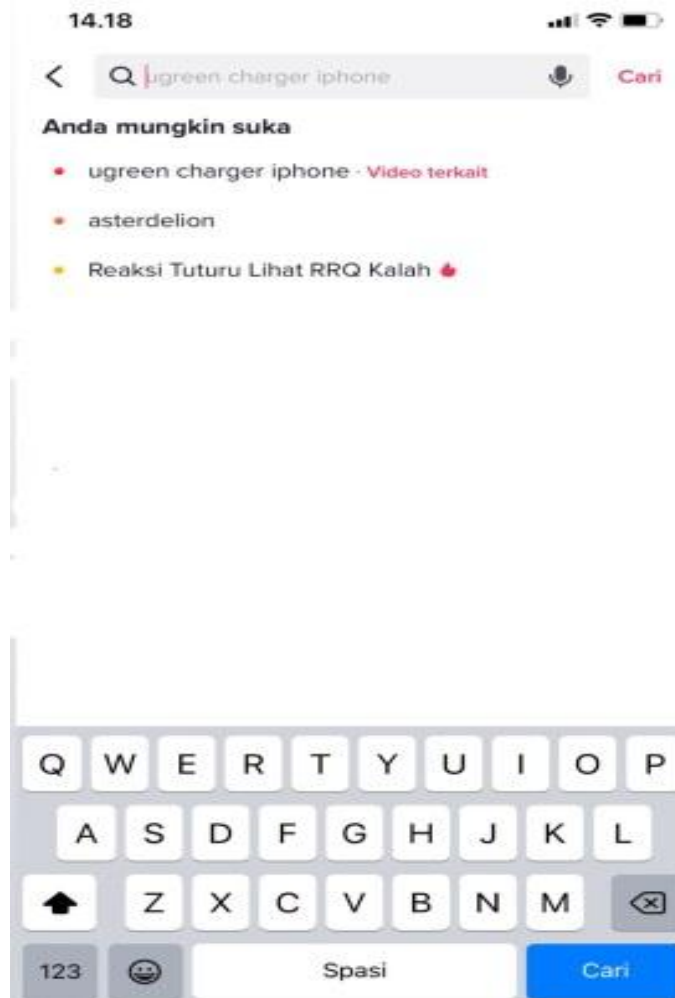
1) Fitur Halaman Beranda (*Home*)



Gambar 2.1 : Tampilan Beranda Tiktok

Pada tampilan beranda kita langsung diarahkan untuk bisa melihat video yang diunggah oleh pengguna lain secara random. Selain itu ada juga menu mengikuti dan teman pada tampilan atas, yang mana itu berisi video yang di unggah oleh teman atau orang yang kita ikuti saja. Ada beberapa symbol lain seperti Love, komen, simpan, share, dan music yang digunakan.

2) Fitur Pencarian (*Searching*)



Gambar 2.2 : Tampilan Kolom Pencarian Tiktok

Pada fitur ini kita bisa mencari video ataupun akun orang lain sesuai dengan yang kita inginkan dengan mengetik *keyword* yang terkait ataupun nama pengguna dari akun Tiktok yang ingin kita cari.

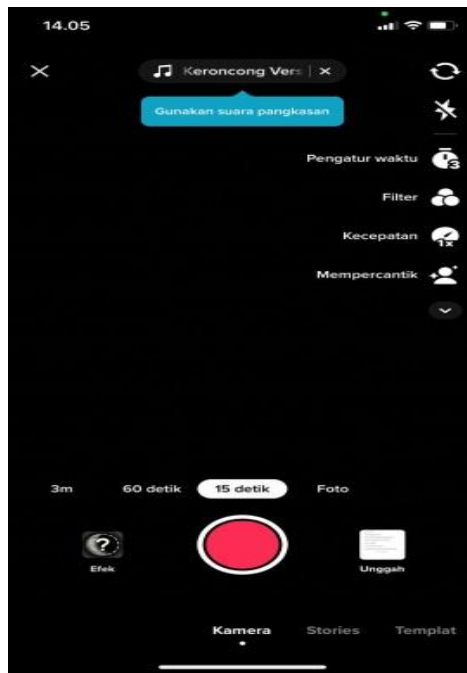
3) Fitur Rekam Video

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

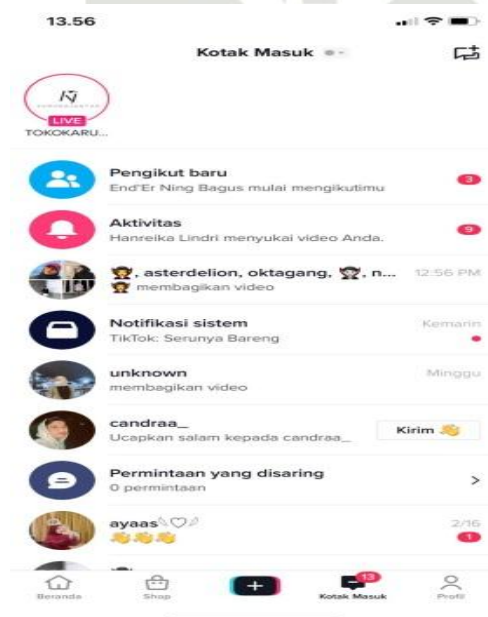
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.3 : Tampilan Medmbuat Video Tiktok

Fitur ini digunakan saat kita ingin membuat atau merekam sebuah video yang akan kita unggah. Ada beberapa fitur pada halaman ini, diantaranya ada fitur penambahan music, penambahan *special effect*, pengaturan waktu dan pengaturan kecepatan video.

4) Fitur Notifikasi dan Pesan



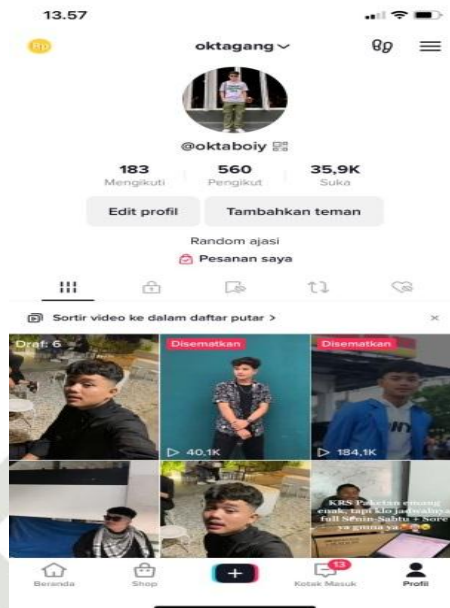
Gambar 2.4 : Tampilan Notifikasi dan Pesan Tiktok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Halaman ini berisi tentang pemberitahuan segala aktivitas yang terjadi di dalam Tiktok. Diantaranya pemberitahuan tentang pengikut, suka, dan komentar. Dibawah pemberitahuan ada fitur pesan, yang berisi pesan-pesan dari teman atau sesama pengikut di akun Tiktok.

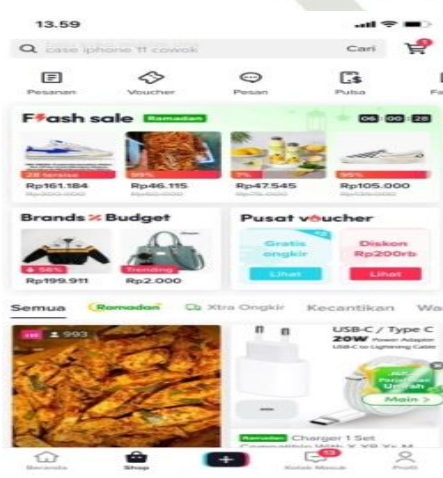
5) Fitur Profil



Gambar 2.5 : Tampilan Profil Akun Tiktok

Pada Halaman ini memverikan informasi tentang identitas kita kepada pengguna yang lain. Ada beberapa fitur pada tampilan profil, mulai dari nama akun, jumlah pengikut, like dan feed yang berisi video atau konten yang kita unggah.

6) Fitur Tiktok Shop



Gambar 2.6 : Tampilan Fitur Tiktok Shop

Selain melihat video, kita juga bisa berbelanja menggunakan aplikasi Tiktok melalui fitur Tiktok shop. Pada halaman ini berisi segala barang yang ditawarkan dan dijual oleh pengguna lain. Kita bisa menggunakan fitur searching untuk mencari barang yang kita butuhkan atau yang ingin kita beli.

2.2.6 Teori Jendela Johari (*Johari Window*)

Self Disclosure sering disebut juga dengan Teori “*Johari Window*” atau Teori Jendela Johari. Teori ini diciptakan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham pada tahun 195. Dalam teori ini ada penekanan yang mengatakan “Setiap orang bisa mengetahui dan tidak mengetahui tentang dirinya maupun orang lain”.⁶⁶ Selain itu, Teori ini juga berguna untuk melihat jangkauan dan hubungan anatara *Self Disclosure* dan umpan balik dalam sebuah hubungan.⁶⁷ Pada Teori ini juga berkaitan dengan *Emotional Intelligence Theory* dan kesadaran individu yang berkaitan dengan perasaan manusia. Teori ini memiliki empat pandangan yang masing-masing memiliki penyebutan yang berbeda. Setiap arti mengandung pemahaman yang bisa mempengaruhi pandangan orang lain.⁶⁸

Teori Johari Window memiliki 4 bingkai. Setiap bingkainya mempunyai fungsi menjelaskan seperti apa setiap individu mengungkapkan dan bisa memahami dirinya sendiri dalam hubungannya dengan orang lain. Berikut ini adalah kuadran Teori Johari Window.⁶⁹

⁶⁶ Allo Liliwari, *Komunikasi Antarpersonal*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), hal. 53

⁶⁷ Judy C. Pearson dkk, *Human Communication 4 Edition*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), hal.141

⁶⁸ Prihantoro, Damintana, and Ohorella, “Self Disclosure Generasi Milenial Melalui Second Account Instagram.”

⁶⁹ Muhammad Budyatna, *Teori Komunikasi Antarpribadi: Sebuah Pengantar Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2015), hal.41-42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.7 : Model Teori Johari Window⁷⁰

1) Area Terbuka (*Open Area*)

Pada area ini diri sendiri dan orang lain mengetahui semua informasi, perilaku, keinginan, perasaan, sikap, motivasi dan sebagainya. Biasanya informasi ini berisi identitas diri seperti nama, warna kulit, keyakinan, agama, dan lainnya.⁷¹ Hubungan komunikasi tergantung dengan keterbukaan yang dilakukan dengan orang lain. Jika keterbukaan tidak dilakukan maka akan sulit untuk melakukan komunikasi. Contohnya, seseorang sudah berkenalan dengan si A. Dapat disimpulkan, saat seseorang dan A berinteraksi, nama seseorang tersebut dan nama si A ada di area terbuka.⁷²

2) Area Buta (*Blind Area*)

Pada area ini Informasi di dalamnya tidak diketahui oleh individu, namun dipahami oleh orang lain. Salah satu contohnya adalah kekurangan diri. Kadang kala, orang lain tahu kekurangan yang tidak kita sadari. Hal ini menjadi sebuah masalah karena individu tidak mengenal sikap atau perilaku yang dia timbulkan kepada orang lain.

⁷⁰ "1.-Teori-Atau-Konsep-Johari-Window-Adalah.Png (1000×667)," accessed September 23, 2023, <https://glints.com/id/lowongan/wp-content/uploads/2022/05/1.-teori-atau-konsep-johari-window-adalah.png>.

⁷¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hal. 106

⁷² "Johari Window: Apa Itu, Sejarah, Kuadran, Manfaat, Dan Contohnya," accessed April 8, 2023, <https://glints.com/id/lowongan/johari-window-adalah/#.ZDE1A3ZBy5c>.

3) Area Tersembunyi (*Hidden Area*)

Pada area ini menjelaskan jika semua hal diketahui oleh diri sendiri dan tidak ada orang lain yang mengetahui hal tersebut. Ada dua daerah ekstrim pada area ini, sikap terlalu terbuka dan sikap terlalu tertutup. Individu dengan sikap terlalu terbuka akan memberikan informasi tentang informasi yang bersifat intim, seperti kisah keluarga, masalah seksual dan tidak merahasiakan apapun. Individu dengan sikap yang terlalu tertutup cenderung tidak akan memberikan informasi apapun yang bersifat intim. Kerahasiaan sangat penting pada area ini.

4) Area Tidak diketahui (*Unknown Area*)

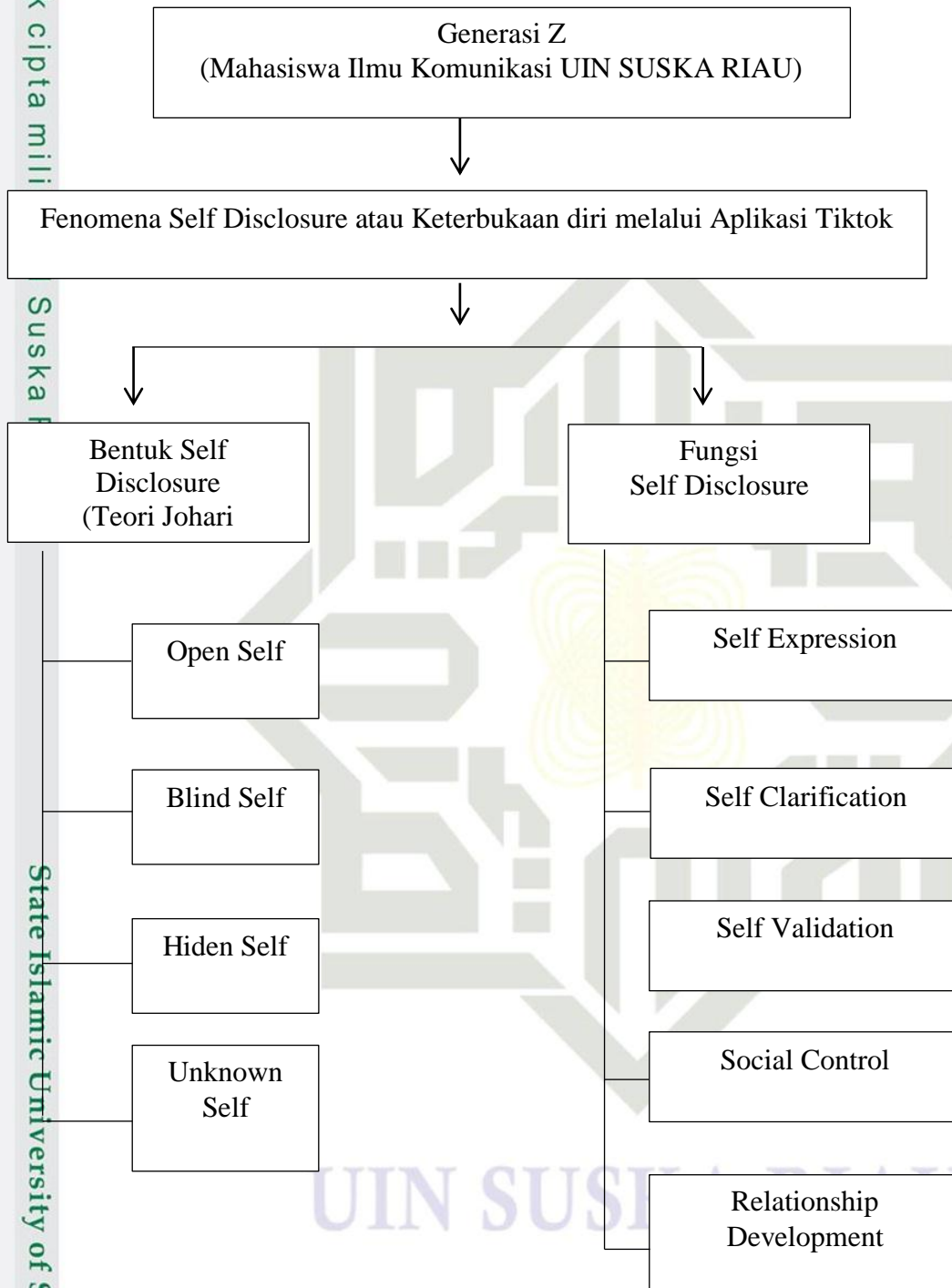
Pada area ini semua informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi dan sebagainya tidak diketahui oleh diri sendiri dan juga orang lain. Informasi di area ini adalah informasi yang berisi hal-hal yang tidak sering di tunjukkan baik ke diri sendiri ataupun ke orang lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.8
Kerangka Berpikir

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dan perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. Metode deskriptif kualitatif dianggap cocok untuk memecahkan masalah yang membutuhkan penyelidikan rinci.⁷³

Metode kualitatif tujuannya adalah mencari sebuah makna, pemahaman, kejadian, ataupun kehidupan manusia baik itu langsung atau tidak langsung dalam setting yang detail, kontekstual dan secara keseluruhan.⁷⁴ Artinya, penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami subjek, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara utuh.⁷⁵

Pendekatan deskriptif lebih bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling. Apabila data terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Hal ini lebih di tekankan kepada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan (kuantitas) data.⁷⁶

⁷³ Burhan Burgin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009).

⁷⁴ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: PT. Kencana Prenamedia Grup, 2016), hal.328

⁷⁵ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Re*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), hal.6

⁷⁶ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Kedua*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang dipilih dengan tujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk penelitian. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan daya tarik, keunikan dan penerapan topik penelitian yang dipilih.⁷⁷ Penelitian ini tidak memiliki lokasi yang tetap, dikarenakan penelitian ini bersifat analisis. Peneliti harus meneliti pengguna aplikasi Tiktok dikalangan Generasi Z, khususnya pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret-November tahun 2023.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber utama data penelitian kualitatif berasal dari kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen, jurnal dan lain-lain. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio dan pengambilan foto. Sedangkan sumber data tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku, jurnal, majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.⁷⁸ Maka dari itu dalam penelitian ini sumber data dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari hasil wawancara dengan narasumber dan pedoman observasi yang dilakukan secara berkala untuk mengetahui Bentuk Self Disclosure pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung dari sumber penelitian.⁷⁹ Sumber data sekunder yang peneliti mencari tambahan informasi dan data mengenai pengguna Aplikasi Tiktok di kalangan generasi Z khususnya mahasiswi jurusan

⁷⁷ Muhammad Hasan et al., *Metode Penelitian Kualitatif* (Tahta Media Group, 2022)

⁷⁸ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*.

⁷⁹ Saefudin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005)

Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau melalui buku, jurnal *online*, dan skripsi terdahulu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang diwawancarai dan dimintai informasi oleh pewawancara, informan merupakan orang mengetahui dan memahami data ataupun fakta dari objek penelitian⁸⁰ Informan bukan sekedar memberikan tanggapan terhadap masalah yang ditanyakan, tetapi juga memilibh arah dan selera dalam menyajikan informasi yang dimilikinya.⁸¹ Untuk mendapatkan keterangan tentang masalah yang dikaji, dan saran tentang sumber bukti lain yang mendukung penelitian, peneliti dapat menentukan informan kunci, selain itu juga dapat memanfaatkan informan tambahan.⁸²

Berikut informan pada penelitian ini tercantum dalam table dibawah ini:

Tabel 3.1
Data nama Informan dan Username
Tiktok Informan

| No. | Nama Informan | Username Tiktok |
|-----|---------------------------|-----------------|
| 1. | Atika Azzura | @atikyuuu |
| 2. | Nisa Alkhaira | @nissakata |
| 3. | Barokah Rahmadhani | @siblackdiamond |
| 4. | Aldy Fauzan | @dee.yee |
| 5. | Vikri Alvreda | @vikriallvreda |
| 6. | Reza Fatia Arika Fitri | @rfatiaaf |
| 7. | M. Dheannido Okta Pratama | @libraa906 |
| 8. | Rizki Al-amri | @hiiikikut_ |

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun alat (instrument) pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁸⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik , dan Ilmu Sosial lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 108.

⁸¹ Heribertus B Sutopo, "Metodologi Penelitian Kualitatif," 2002, 50.

⁸² Nugrahani, M.Hum., *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Peneltian Pendidikan Bahasa.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Wawancara

Wawancara merupakan sebuah metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dari orang lain dengan mengajukan pertanyaan tertentu.⁸³ Pada teknik wawancara terdapat interaksi komunikasi atau percakapan antara dua orang yang berperan sebagai pewawancara dan narasumber agar mendapatkan sebuah informasi dari yang diwawacarai. Wawancara juga diartikan sebagai sebuah usaha untuk mendapatkan informasi yang mendalam dari sumber yang relevan berupa pendapat, kesan, pengalaman, pikiran dan sebagainya.⁸⁴ Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai beberapa informan dari mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau yang menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media pengungkapan diri atau *Self Disclosure*.

2. Observasi

Observasi merupakan cara memperoleh data dengan mengamati kegiatan dan aktivitas yang dilakukan oleh individu tertentu.⁸⁵ Hasil dari data observasi berupa deskripsi yang faktual serta terperinci terkait dengan kondisi lapangan, keadaan manusia, dan situasi sosial, serta konteks di mana kegiatan-kegiatan itu terjadi.⁸⁶ Observasi adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena social dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan selanjutnya, dikemukakan bahwa tujuan dari observasi adalah mengerti ciri-ciri dan luasnya signifikansi dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena social serba kompleks dalam pola-pola kultur tertentu.⁸⁷

⁸³ Mulyadi, Mohammad. "Riset desain dalam metodologi penelitian." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 16.1 (2012): 71-80.

⁸⁴ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), Cet. 6, 129

⁸⁵ Fadli Muhammad Rijal. "Memahami desain metode penelitian kualitatif." *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21.1 (2021): 33-54.

⁸⁶ R. Rochajat Harum, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Pelatihan* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2007), hal.65

⁸⁷ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Bumi Aksara, 2022), 160

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi langsung melalui profil dan fitur Tiktok yang akan digunakan oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau untuk mengetahui bentuk pengungkapan diri atau *Self Disclosure*.

Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik untuk mendapatkan data melalui berbagai sumber media, baik itu sebuah dokumen, video, kamera, surat kabar, makalah, bulletin, jurnal dan lainnya. Dengan adanya data ini diharapkan bisa sesuai dengan variable penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil dokumen berupa tangkapan layar akun Tiktok dan video yang di unggah oleh Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

3.6 Validitas Data

Validitas data adalah keabsahan data agar alat ukur atau instrumen yang digunakan akurat dan reliable.⁸⁸ Validitas data bisa juga disebut sebagai keabsahan data sehingga instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian bisa dikatakan akurat dan dapat dipercaya. Keabsahan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Triangulasi bertujuan untuk mengecek keabsahan data dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain, antara hasil dua peneliti atau lebih serta membandingkan dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.⁸⁹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber, dimana triangulasi sumber menguji reliabilitas data dengan memeriksa data yang diperoleh dari sumber data yang berbeda.

⁸⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014).

⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung : Alfabeta,2013)hal.397

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan mendasarkan diri pada penelitian lapangan apakah satu atau lebih dari satu situs.⁹⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman yang menjelaskan jika metode kualitatif dapat dilakukan melalui 3 tahapan.⁹¹ Yaitu, *data reduction*, *data display*, dan *concluding drawing/Verification*, berikut adalah penjelasannya:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dengan mencari tema dan polanya serta membuang hal atau data yang tidak diperlukan.

2. Penyajian Data

Setelah data dikumpulkan dan direduksi kemudian data disajikan agar memiliki visibilitas yang jelas, bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data ini maka data tersusun sehingga semakin mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang dibuat sifatnya sementara, dan bisa berubah jika ada bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun, jika bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan, maka kesimpulan yang di buat adalah kredibel.⁹²

⁹⁰ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 308.

⁹¹ Sugeng Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Malang: Intrans Publishing, 2016), h. 152.

⁹² Moleong, 28.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umum Aplikasi Tiktok



Gambar 4.1 : Logo Tiktok

Tiktok adalah media sosial yang menggunakan audio visual sebagai media untuk mengungkapkan kreativitas ataupun pengetahuan. Tiktok dimiliki oleh ByteDance yaitu sebuah perusahaan teknologi internet yang berasal dari kota Beijing, penciptanya adalah Zhang Zimin diciptakan pada tahun 2012.⁹³ Pada awal aplikasi Tiktok viral di Negara Jepang dan Thailand karena menjadi aplikasi yang paling banyak di unduh di kedua Negara tersebut. Tiktok mulai viral di Indonesia pada tahun 2018, akan tetapi pada awal kemunculannya di Indonesia tiktok banyak mendapat celaan di rakyat Indonesia terlebih lagi pengguna Tiktok pada saat itu. Penyebabnya karena dianggap berisi video yang aneh, bahkan Kementriian Komunikasi dan Informatika sempat memblokir aplikasi Tiktok di Indonesia karena dianggap tidak mendidik.⁹⁴

Pada tahun 2020 Tiktok kembali Viral di Indonesia, namun kali ini berbeda pada awal kemunculannya, pada saat ini Tiktok menjadi salah satu media sosial yang sangat populer di Indonesia. Awal kepopuleran Tiktok di Indonesia dimulai pada masa pandemi, pada masa pandemi orang-orang dipaksa untuk tetap berada dirumah. Hal ini membuat banyak orang merasa bosan dan butuh sebuah hiburan, pada saat itu Tiktok hadir sebagai media

⁹³ “Asal Mula TikTok, Diganderungi Milenial tapi Penuh Kontroversial,” Republika Online, July 7, 2020, <https://republika.co.id/share/qd3cqc3017000>.

⁹⁴ “Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia,” kumparan, accessed October 23, 2023, <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN>.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 Hiburan penghilang rasa bosan saat berada di rumah. Hal itu dibuktikan dengan terjadinya lonjakan jumlah pengguna Tiktok di Indonesia sebanyak 20% selama pandemi terjadi. Konten yang digemari adalah video edukasi yang berisi berbagai tips and trick dan juga life hack.⁹⁵

Popularitas Tiktok diprediksi akan semakin meningkat di tingkat global. Hasil dari pembuatan video Tiktok yang dibuat oleh pengguna bisa dengan mudah dibagikan ke berbagai macam platform media sosial lainnya, sehingga memungkinkan setiap penggunanya untuk bisa saling bertukar konten. Kemudian melalui penggunaan Tiktok pengguna mendapatkan wadah informasi dan ilmu dengan melihat video yang beri pengetahuan dunia dan juga bisa menjadi hiburan bagi setiap pengguna yang sedang mengalami tekanan.⁹⁶

4.2 Gambaran Umum Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau



Gambar 4.2 : Logo Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau⁹⁷

2. Sejarah Singkat Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Kasim (UIN SUSKA) Riau adalah hasil perluasan atau peningkatan status lembaga dari Institut Agama Islam

⁹⁵ “The Rise Of TikTok : Masa Keemasan TikTok Selama Masa Pandemi – TechForID,” accessed October 23, 2023, <https://www.techfor.id/the-rise-of-tiktok-masa-keemasan-tiktok-selama-masa-pandemi/>.

⁹⁶ “TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga Pada 2022 Halaman All - Kompas.Com,” accessed October 23, 2023, <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022?page=all>.

⁹⁷ “Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau,” Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau, accessed October 19, 2023, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Negeri Sultan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru. Pembentukan institusi ini didasari oleh Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 94 Tahun 1970, yang dikeluarkan pada tanggal 19 September 1970. Saat IAIN Susqa didirikan awalnya, hanya ada tiga fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, dan Fakultas Ushuluddin. Kemudian, seiring berjalannya waktu, IAIN Susqa mengalami pertumbuhan dengan penambahan fakultas dan fasilitas lainnya. Pada tahun 1998/1999 mulai berdiri Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Meskipun secara resmi lahir pada tahun tersebut, secara sejarah fakultas ini sudah hamper berusia 25 tahun, berawal dari jurusan Ilmu Dakwah yang awalnya berda di Fakultas Ushuludin..

Pada tahun 1996/1997 dilakukan konsultasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung dalam rangka persiapan perluasan jurusan pada Fakultas Dakwah, kemudian menghasilkan sebuah kesepakatan kerjasama antara IAIN Susqa Peakanbaru dengan Universitas Padjajaran Bandung yang di realisasikan dalam bentuk penandatanganan naskah *Memorandum of Understanding* (MoU) pada bulan Januari tahun 1998. Sebagai tindak lanjut dari MoU tersebut telah di setujui pembukaan Program Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi untuk melengkapi jurusan yang ada sebelumnya di Fakultas Dakwah.⁹⁸ Hingga saat ini Jurusan Ilmu Komunikasi sudah berusia sekitar 25 tahun. Dan memiliki 3 konsentrasi yaitu, Public Relations, Broadcasting, dan Jurnalistik.

Visi, Misi, dan Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Adapun Visi, Misi, dan Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai berikut :⁹⁹

a. Visi

“Terwujudnya program studi yang unggul, inovatif, dan kolaboratif dalam keilmuan komunikasi di Asia pada tahun 2025”

⁹⁸ “Sejarah,” *Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau* (blog), accessed October 24, 2023, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/profil/sejarah/>.

⁹⁹ “Visi, Misi Dan Tujuan,” *Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau* (blog), accessed October 24, 2023, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/profil/visi-dan-misi/>.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran keilmuan komunikasi untuk melahirkan sumber daya manusia yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.
- 2) Menyelenggarakan penelitian berbasis publikasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni bidang komunikasi.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
- 4) Menyelenggarakan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
- 5) Menyelenggarakan tata kelola program studi yang baik (*good department governance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.
- 2) Menghasilkan penelitian berbasis publikasi nasional atau internasional dalam bidang ilmu komunikasi.
- 3) Menghasilkan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan dakwah dan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
- 4) Menghasilkan kerja sama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
- 5) Menghasilkan tata kelola program studi yang baik (*good department governance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital.

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Berikut ini adalah daftar nama dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.1 :
Daftar nama Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi¹⁰⁰

| No. | Nama Dosen | No. | Nama Dosen |
|-----|----------------------------------|-----|------------------------------------|
| 1. | Dr. Nurdin, M.A | 16. | Yudi Martha Nugraha, S.Sn., M.Ds |
| 2. | Dr. Elfiandri, S.Ag., M.Si | 17. | Dewi Sukartik, M.Sc |
| 3. | Dr. Muhammad Badri, S.P., M.Si | 18. | Edison, S.Sos., M.I.Kom |
| 4. | Dr. Musfialdy, S.Sos., M.Si | 19. | Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom |
| 5. | Dr. Toni Hartono, M.Si | 20. | Artis, S.Ag., M.I.Kom |
| 6. | Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si | 21. | Rohayati, S.Sos., M.I.Kom |
| 7. | Dr. Sudianto, S.Sos., M.I.Kom | 22. | Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom., M.A |
| 8. | Dr. Usman, S.Sos., M.I.Kom | 23. | Julis Suriyani, S.I.Kom., M.I.Kom |
| 9. | Febby Amelia Trisakti, M.Si | 24. | Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom |
| 10. | Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc.Sc | 25. | Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom |
| 11. | Yantos, S.IP., M.Si | 26. | Umar Abdurrahim, S.Sos.I., M.A |
| 12. | Dra. Atjih Sukaesih., M.Si | 27. | Suardi, S.Sos., M.I.Kom |
| 13. | Mardhiah Rubani, M.Si | 28. | Rusyada Fauzana, SS., M.Si |
| 14. | Intan Kemala, S.Sos., M.Si | 29. | Mustafa, S.Sos., M.I.Kom |
| 15. | Rafdaedi, S.Sos.I., MA | | |

4.3 Profil Generasi Z

Berikut ini adalah profil Generasi Z yang menjadi informan yang merupakan mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau:

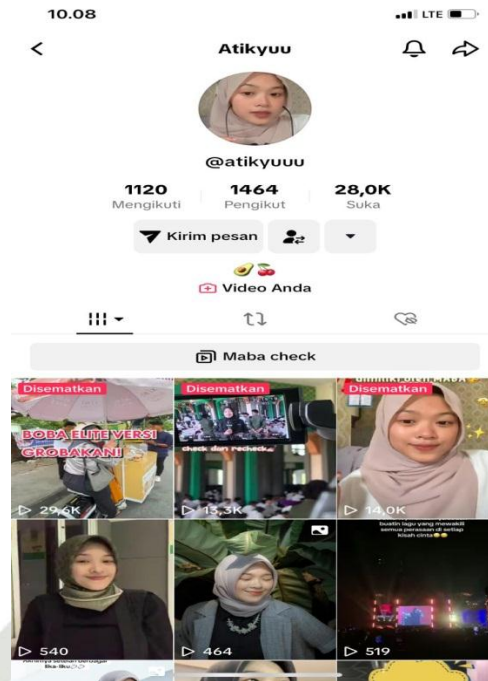
1. Atika Azzura

Nama : Atika Azzura
 Usia : 21
 Username Tiktok : Atikyuuu

Atika Azzura atau biasa dipanggil Tika merupakan mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2020, sekarang ia menduduki semester 7. Tika adalah mahasiswa yang cukup aktif, di lingkungan kampus. Tika merupakan reporter dan presenter di media komunitas kampus yaitu Suska Tv. Tidak hanya di lingkungan kampus, tika juga aktif diluar kampus. Banyak organisasi dan komunitas yang

¹⁰⁰ "Direktori Dosen," *Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau* (blog), accessed October 24, 2023, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/direktori-dosen/>.

diemban oleh tika, seperti Kita Center, 1001 Cita, dan saat ini tika juga menjadi Grab Campus Brand Ambassador yang ditaja oleh Grab.



Gambar 4.1 : Akun Tiktok Informan Atika Azzura

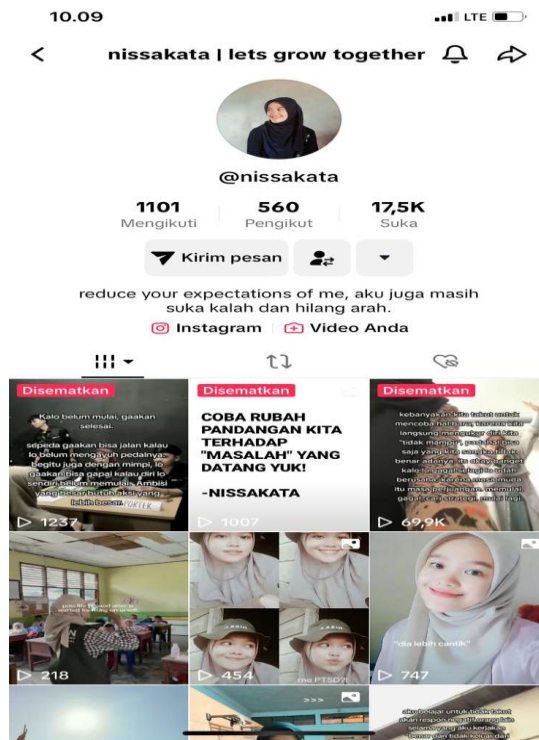
2. Nissa Alkhaira Utari

Nama : Nissa Alkhaira Utari
 Usia : 22 Tahun
 Username Tiktok : Nissakata | Lets Grow Together

Nissa Alkhaira Utari atau biasa dikenal dengan Nissa, merupakan mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Public Relations di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selain menjadi mahasiswa aktif, Nissa juga aktif menjadi reporter dan presenter di media komunitas Suska Tv, dan mengemban jabatan sebagai Assistant News Producer. Tidak hanya aktif didalam kampus, nissa juga aktif diluar kampus seperti aktif dibidang event, dan internship di komunitas MF Communications. Nissa merupakan seseorang yang senang menulis dan berkomunikasi, diakun tiktok nya, nissa memiliki konten yang berkonsep edukasi maupun motivasi tentang self development.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.2 : Akun Tiktok Informan Nisa Alkhaira

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

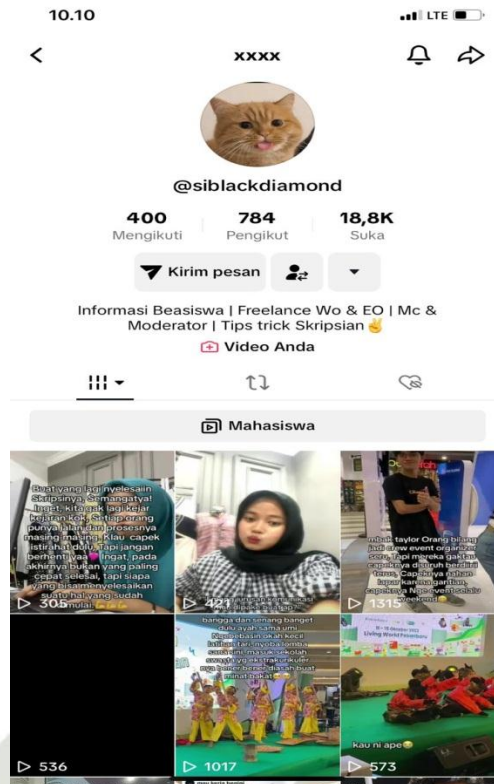
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Barokah Rahmadhani

Nama : Barokah Rahmadhani
 Usia : 21 Tahun
 Username Tiktok : Siblackediamond

Barokah Rahmadhani merupakan mahasiswi aktif di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau. Selain berprestasi dibidang akademik, barokah juga berprestasi dibidang non akademik. Barokah merupakan perempuan yang saat ini menjabat sebagai ketua umum salah satu ukm di Uin Suska Riau, yaitu Ukm Sanggar Latah Tuah. Barokah Rahmadhani juga aktif sebagai crew event organizer maupun wedding organizer. Tidak hanya itu, Barokah Rahmadhani juga sebagai mahasiswi penerima beasiswa Bank Indonesia.



Gambar 4.3 : Akun Tiktok Informan Barokah Rahmadhani

4. Aldy Fauzan

Nama : Aldy Fauzan

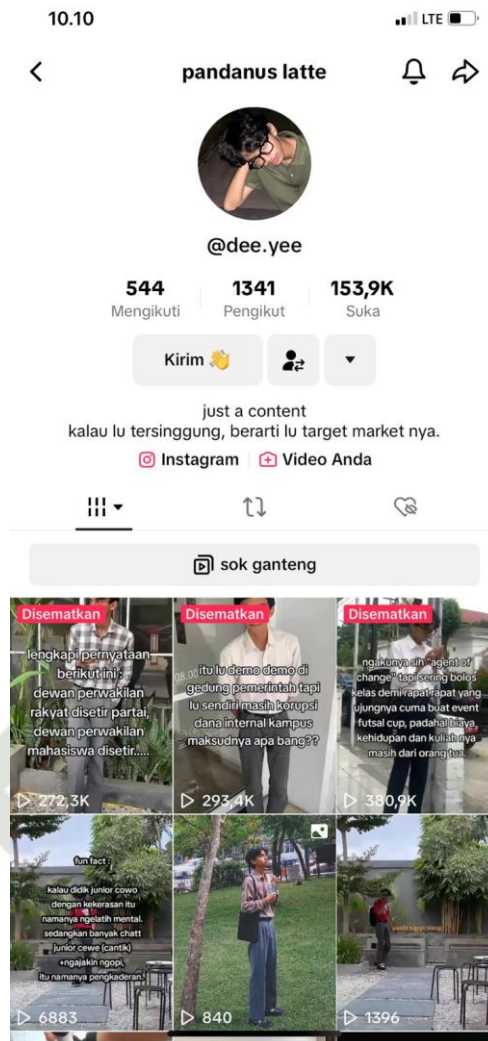
Usia : 21 Tahun

Username Tiktok : Dee.yee

Aldy Fauzan atau yang biasa di panggil Aldy merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations. Aldy merupakan mahasiswa angkatan 2020, namun saat ini Aldy masih berada di semester 5 dikarenakan pernah mengambil cuti kuliah selama setahun dikarenakan alasan pekerjaan. Selain menjadi seorang mahasiswa, Aldy juga merupakan seorang barista Full Time di salah satu CoffeShoop yang ada di kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.4: Akun Tiktok Informan Aldy Fauzan

5. Vikri Alvreda

Nama : Vikri Alvreda

Umur : 21 Tahun

Usurbane Tiktok : Vikriallvreda

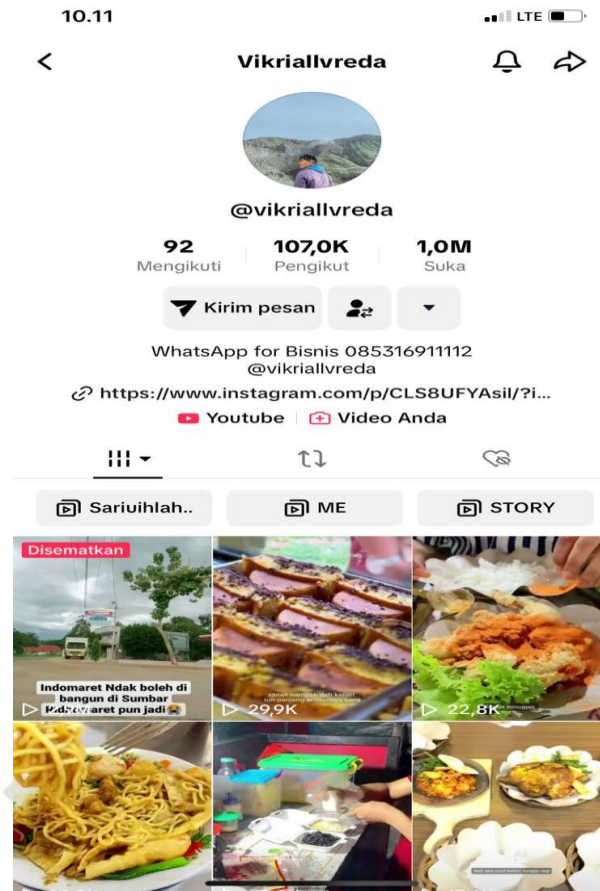
Vikri Alvreda yang kerap disapa Vikri atau Ocit merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi angkatan 2020 konsentrasi Broadcasting. Selain menjadi seorang mahasiswa Ocit juga merupakan seorang Freelance Fotografi dan Videografi, ia juga memiliki usaha gerai oleh-oleh yang bernama Ratu Nanas. Ocit juga aktif membuat konten seputar kesehariannya baik di akun Instagram ataupun akun Tiktok.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.5 : Akun Tiktok Informan Vikri Alvreda

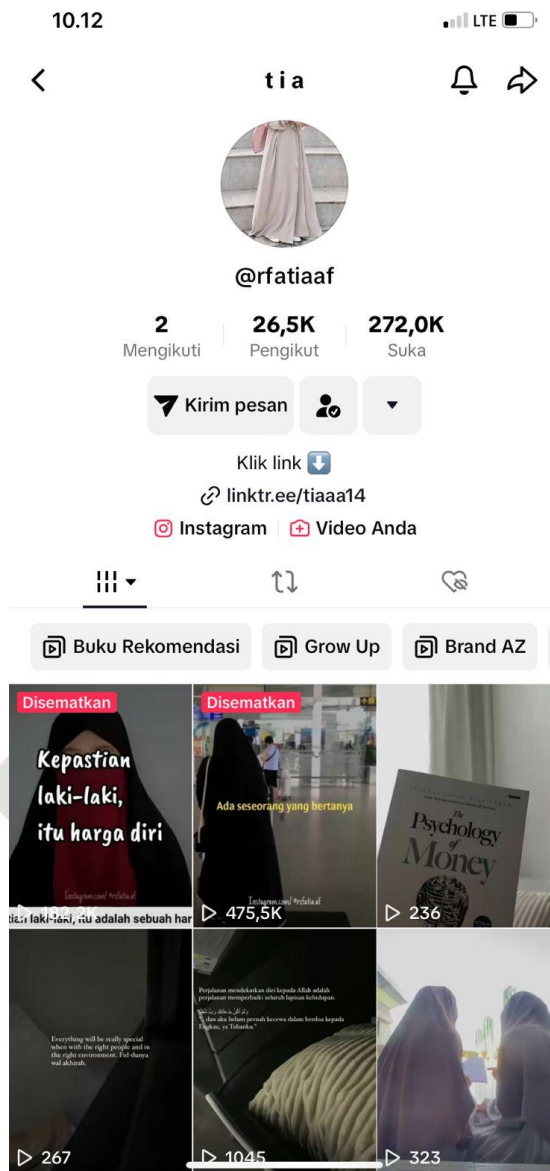
6. Reza Fatia Arika Fitri Arika

Nama : Reza Fatia Fitri Arika
 Usia : 21 Tahun
 Username Tiktok : Rfaatiaaf

Reza Fatia atau akrab disapa Tia merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, saat ini Tia berada di semester 7. Selain menjadi seorang mahasiswi Tia juga aktif dalam beberapa organisasi keagamaan, Tia juga merupakan Founder dari Young Spirit Movement yang merupakan sebuah organisasi yang berbasis keagamaan. Selain itu, tia juga owner dari Albathuul.zahra, yaitu sebuah Online Shoop yang menjual busana muslimah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.6 : Akun Tiktok Informan Reza Fatia

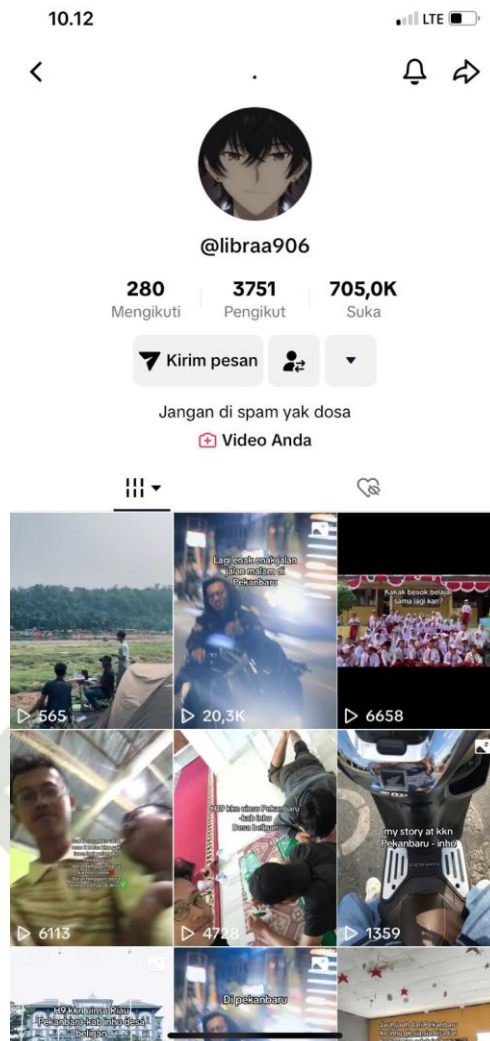
M. Dheannido Okta Pratama

Nama : Muhammad Dheannido Okta Pratama

Umur : 21 Tahun

Username Tiktok : Libraa906

M. Dheannido atau akrab di panggil dengan Dhean, adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 dan mengambil Konsentrasi Broadcasting. Dhean cukup aktif membuat konten di akun tiktoknya, kontennya kebanyakan berisi tentang kehidupan mahasiswa perantau.



Gambar 4.7 : Akun Tiktok Informan Dheannido Okta

Rizki Al-amri

Nama : Rizki Al-amri

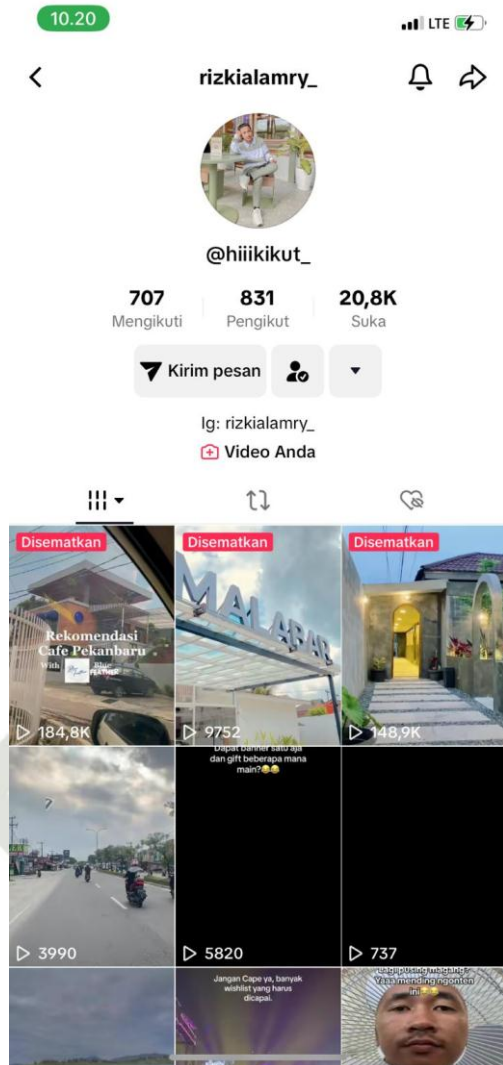
Usia : 21 Tahun

Usurname Tiktok : Hiiikikut_

Rizki Al-amri atau yang akrab dipanggil Rizki merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi, angkatan 2020 konsentrasi Public Relations. Rizki cukup aktif dalam membuat konten di tiktoknya, biasanya rizki membagikan video seputar kegiatan sehari-harinya'

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.8: Akun Tiktok Informan Rizki Al-amri

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai Fenomenologi *Self Disclosure* Generasi Z Melalui Media Sosial Tiktok, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Generasi Z menggunakan platform media sosial TikTok untuk keterbukaan diri atau *self disclosure* dengan cara berbagi pendapat, minat, kegiatan sehari-hari, serta pengetahuan yang dimiliki. Mereka tidak hanya membagikan pengalaman dan pengetahuan, tetapi juga secara terbuka menyampaikan perasaan dan persoalan pribadi mereka melalui TikTok, menggunakan fitur-fitur seperti video, *background*, dan *caption* sebagai sarana untuk berbicara tentang diri mereka sendiri. Berdasarkan analisis dengan Teori Johari Window, dapat dilihat bahwa *Self Disclosure* Generasi Z melalui TikTok dapat diklasifikasikan dalam dua model bingkai, yaitu Area Terbuka (*Open Self*) dan Area Tersembunyi (*Hidden Self*).

2. Generasi Z mengalami fungsi *Self Disclosure* melalui TikTok dalam beberapa bentuk seperti *Expresion* (Ekspresi), *Self Clarification* (Penjernihan Diri), *Self Validation* (Validitas Diri), *Social Control* (Kendali Sosial), *Relationship Development* (Pengembangan Hubungan). Dari delapan responden Generasi Z, dua di antaranya mengalami kelima fungsi tersebut. Namun, terdapat enam responden Generasi Z yang tidak mengalami fungsi *Self Clarification* karena mereka tidak pernah membahas masalah pribadi atau mengungkapkan persoalan saat menggunakan TikTok untuk berbagi tentang diri mereka.

Namun, secara garis besar, fungsi yang berperan besar ketika Generasi melakukan pengungkapan diri melalui TikTok, yakni fungsi *expression*. Hal ini karena menurut para informan, TikTok dianggap sebagai platform yang ideal untuk berekspresi karena kebanyakan orang di sana tidak dikenal oleh mereka. Ini artinya tidak ada tekanan dari orang lain terhadap apa pun yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

mereka lakukan. Sehingga, ketika mereka mengekspresikan diri melalui TikTok, mereka merasa bebas dan nyaman, kemudian juga memberikan rasa lega bagi mereka.

B. Saran

1. Saran Akademis

Saran untuk para ahli di bidang akademis, terutama yang terkait dengan Program Studi Ilmu Komunikasi di UIN Suska Riau, adalah untuk memperdalam pemahaman mengenai Komunikasi Antar Pribadi, khususnya dalam konteks *self disclosure* atau pengungkapan diri bagi Generasi Z. Hal ini dapat menjadi landasan penting dalam pembelajaran yang berguna untuk menjawab berbagai permasalahan terkait komunikasi antarmanusia yang muncul baik di media sosial maupun dalam kehidupan sosial sehari-hari pada masa mendatang dalam penelitian lebih lanjut.

2. Saran Praktis

Saran praktis untuk Generasi Z yang menggunakan TikTok untuk pengungkapan diri mereka adalah memanfaatkan platform media sosial untuk berbagi pengalaman positif yang bisa menginspirasi orang lain. Meskipun penting untuk terbuka tentang perasaan dan masalah yang dihadapi guna merasa lega dan nyaman, penting juga untuk menetapkan batasan yang tepat dan tetap berhati-hati dalam berbagi informasi. Selain itu, menggunakan TikTok untuk pengungkapan diri dapat membantu seseorang untuk lebih memahami dan mengenali dirinya sendiri secara tidak langsung.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- .-Teori-Atau-Konsep-Johari-Window-Adalah.Png (1000×667).” Accessed September 23, 2023. <https://glints.com/id/lowongan/wp-content/uploads/2022/05/1.-teori-atau-konsep-johari-window-adalah.png>.
- A Devito, Joseph. "Komunikasi Antar Manusia Edisi kelima". Tangerang Selatan: Karisma Publishing, 2019.
- Al Azis, Muhammad Rachdian, and Irwansyah Irwansyah. “Fenomena Self-Disclosure Dalam Penggunaan Platform Media Sosial.” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 120–30.
- Alfa Safitri, Anggi, Anissa Rahmadhany, and Irwansyah Irwansyah. “Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial.” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (January 31, 2021): 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>.
- Arifin, Zainal. (2012). *Penelitian Pendidikan - Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Azwar, Syaefudin. "Metode Penelitian". *Yogyakarta, Pustaka Belajar, 2005*.
- Burgin, Burhan. "Metode Penelitian Kualitatif" Jakarta ; PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Canggara, H. Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- DailySocial.id, Bambang Winarso |. “Apa Itu TikTok Dan Apa Saja Fitur-Fiturnya? | DailySocial.Id.” Accessed April 5, 2023. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>.
- Danayanti, Trie, and Ilham Gemiharto. “Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagi Video Bagi Anak-Anak Di Bawah Umur Di Indonesia.” *Communication* 10, no. 1 (2019): 1–15.
- Dewi, Ajeng Prima, and Santi Delliana. “Self Disclosure Generasi Z Di Twitter.” *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (January 31, 2020): 62. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i1.1526>.
- Dinas, Pamuncak. (2011) *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pengguna Facebook. (Skripsi Sarjana, UIN Jakarta)*.
- Fachrudhohim, Ishak, Asmar Husein, Liya Yulia, Hery Wibowo, and Santoso Tri Raharjo. “Memahami Perkembangan Anak Generasi Alfa Di Era Industri 4.0.” *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial* 2, no. 2 (2019): 178–86.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Fauziah, Alya Zachra, Sri Maslihah, and Helli Ihsan. "Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Bandung." *Journal of Psychological Science and Profession* 3, no. 3 (December 27, 2019): 151. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme." *Share : Social Work Journal* 10, no. 2 (February 12, 2021): 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- Fisher, B Aubrey Fisher. 1978. *Teori-teori Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya
- . "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme." *Share : Social Work Journal* 10, no. 2 (February 12, 2021): 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- Hasan, Muhammad. "Metodologi Penelitian Kualitatif". *Tanggerang Selatan : Tahta Media Grup*, 2022.
- Hidayat, Dedy. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Gainau, Maryam B. "Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Siswa Dalam Perspektif Budaya Dan Implikasinya Bagi Konseling." *Widya Warta: Jurnal Ilmiah Universitas Katolik Widya Mandala Madiun* 33, no. 01 (2009): 95–112.
- Hasholan, Togi Prima, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid. "Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19." *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2020): 70–80.
- Harapan, Edy. "Komunikasi Antarpribadi". Jakarta: PT. Rajagrindo Perkas Persada, 2016.
- Herlina, Novi, and Evawani Elysa Lubis. "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram@ Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat." PhD Thesis, Riau University, 2017.
- Hidayah, Cici Nur, Suheri Harahap, and Fakhrur Rozi. "Komunikasi Interpersonal Dalam Dimensi Self Disclosure Pada Santri Di Pondok Pesantren Mini Al Falah." *Jurnal Macsilex* 1, no. 2 (2022): 71–81.
- "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Google Gapura Digital yogyakarta,” May 5, 2023. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.

IDEOWORKS. “TikTok Efektifkah Untuk Brand Anda?,” August 27, 2021. <https://ideoworks.id/tiktok-efektifkah-untuk-brand-anda/>.

Indonesia, Data. “Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Awal 2023.” [Dataindonesia.id](https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023). Accessed March 31, 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023>.

“Johari Window: Apa Itu, Sejarah, Kuadran, Manfaat, Dan Contohnya.” Accessed April 8, 2023. <https://glints.com/id/lowongan/johari-window-adalah/#.ZDE1A3ZBy5c>.

kumparan. “Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia.” Accessed October 23, 2023. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN>.

Kusmiati, Yopi, and Rayhan Bayruni. “Pengungkapan Diri Muslimah Bercadar melalui Instagram: Pendekatan Fenomenologi.” *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya* 4, no. 4 (December 31, 2020): 277–88. <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v4i4.9449>.

Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media, 2017. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=QvSIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=alo+liliweri&ots=NfUXEkCQik&sig=sTbAY60Rj1tNOH8aBsAaqbTpF7Q>.

Liliweri, Alo. 2017. *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Prenada Media

Liliweri, Alo. 1991. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung : PT. Citra aditya bakti

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

Malimbe, Armylia, Fonny Waani, and Evie AA Suwu. “Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado.” *Jurnal Ilmiah Society* 1, no. 1 (2021).

Moekahar, Fatmawati, and Retno Astarti Hastuti. “Self-Disclosure: Hidden Talent Remaja di TikTok.” *Koneksi* 6, no. 2 (November 2, 2022): 456–65. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.20261>.

Moolong, Lexy J. "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Re". Bandung : Remaja Rosdakarya, 2016.

Muhammad, Surya. "Psikologi Konseling". Bandung : Pustaka Bani Quraisy, 2003.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurrahani, Farida. " *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*". Solo : Cakra Books, 2014.
- Nurhalimah, Sitti. 2019. *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Sleman: Deepublish.
- Pearson, Judy. " *Human Communication 4 Edition*". Jakarta : Prenada Media Utama, 2017
- Pramisti, Nurul Qomariyah. "Tirto Visual Report: Masa Depan Di Tangan Generasi Z." *tirto.id*. Accessed April 7, 2023. <https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM>.
- Prihantoro, Edy, Karin Paula Iasha Damintana, and Noviawan Rasyid Ohorella. "Self Disclosure Generasi Milenial Melalui Second Account Instagram." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 18, no. 3 (2020): 312–23.
- Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau. "Direktori Dosen." Accessed October 24, 2023. <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/direktori-dosen/>.
- Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau. "Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau." Accessed October 19, 2023. <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/>.
- Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau. "Sejarah." Accessed October 24, 2023. <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/profil/sejarah/>.
- Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau. "Visi, Misi Dan Tujuan." Accessed October 24, 2023. <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/profil/visi-dan-misi/>.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi." *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80.
- Putra, Yanuar Surya. "Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi." *Among Makarti* 9, no. 2 (May 3, 2017). <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>.
- . "Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi." *Among Makarti* 9, no. 2 (May 3, 2017). <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>.
- Rahmat, Jalaluddin. " *Psikologi Komunikasi*". Bandung ; Remaja Rosdakarya , 2019


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Raslati, Ranny. "Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta." *Jurnal Kwangsan* 6, no. 1 (June 29, 2018): 60. <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v6n1.p60--73>.
- Roesma Joy, Mulya Nadia. "Media Sosialita Eksis Narasi Jadi Daring Darling". Jakarta : PT. Gramedia Puistaka Utama, 2018.
- Republika Online. "Asal Mula TikTok, Diganderungi Milenial tapi Penuh Kontroversial," July 7, 2020. <https://republika.co.id/share/qd3cqc3017000>.
- Sakti, Galih. "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!" In *Forum Manajemen*, 35:1–10, 2021.
- Seas, David Jonathan. "Psikologi Sosial Edisi Kelima Jilid 1". Jakarta : Erlangga, 2011.
- . "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!" In *Forum Manajemen*, 35:1–10, 2021. <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/FM/article/view/596>.
- Setiawan, Rizki, and Putri Ayu Nabila. "Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja Di Desa Pisangan Jaya, Kabupaten Tangerang." *PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)* 4, no. 3 (September 1, 2022): 122. <https://doi.org/10.20527/pn.v4i3.5580>.
- Suardi, Suardi. "Antara Media Sosial Dalam Komunikasi Politik." *Jurnal Dakwah Risalah* 27, no. 2 (2016): 82–86.
- Supratiknya, A. "Komunikasi Antarpribadi". Yogyakarta : Kanisius, 1995.
- Suranto. "Komunikasi Interpersonal". Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011.
- Syaiful, Risky Januar, Siti Nurjanah, and Veneranda Putri Andri Mayu. "Tikio (TikTok App Educational Video) Based on the Character Education of Newton's Laws Concepts Preferred to Learning for Generation Z." *Pancaran Pendidikan* 9, no. 4 (2020).
- Tanna, Yohanna. "Self Disclosure Anak yang Pindah Agama kepada Orang Tua" 4 (2016).
- "Tentang TikTok | TikTok." Accessed September 23, 2023. <https://www.tiktok.com/about?lang=id>.
- "The Rise Of TikTok : Masa Keemasan TikTok Selama Masa Pandemi – TechForID." Accessed October 23, 2023. <https://www.techfor.id/the-rise-of-tiktok-masa-keemasan-tiktok-selama-masa-pandemi/>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga Pada 2022 Halaman All - Kompas.Com.” Accessed October 23, 2023. <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022?page=all>.

“Tirto Visual Report: Masa Depan Di Tangan Generasi Z.” Accessed April 7, 2023. <https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM>.

Tiyarestu, Anya Cahyaning, and Rudi Cahyono. “Perbedaan Communication Privacy Management di Media Sosial Twitter pada Remaja dengan Tipe Kepribadian Extravert dan Introvert” 04, no. 1 (2015).

Uchjana, Onong. "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik". Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.

“View of ‘Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!’” Accessed April 7, 2023. <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/FM/article/view/596/393>.

Yusuf, A. Muri. " Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan". Jakarta : PT. Kencana Prenamedia Grup, 2016.

Zahid, A. “Sensualitas Media Sosial Di Era Globalisasi (Kajian Sosiologi Media McLuhan Sebagai Analisis Media Masa Kini).” *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)* 13, no. 1 (2019): 1–15.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

TRANSKIP WAWANCARA

Pengungkapan Diri di TikTok

1. Sejak kapan anda menggunakan TikTok?
2. Seberapa sering anda menggunakan TikTok?
3. Apa tujuan kamu membuka/bermain TikTok?
4. Apa kegunaan TikTok untuk diri anda?
5. Hal apa saja yang anda bagikan melalui akun TikTok anda?
6. Apakah kamu pernah membagikan hal yang berkaitan dengan perasaan melalui video TikTok?
7. Bagaimana bentuk konten yang anda bagikan melalui TikTok? Apakah dance/quotes/ dll?
8. Apakah kamu pernah menyindir seseorang atau kalangan melalui TikTok?
9. Alasan Mengapa memilih TikTok sebagai media pengungkapan diri?

• **Fungsi Pengungkapan Diri**

(Expression)

10. Bagaimana anda mengekspresikan perasaan anda melalui TikTok?
11. Apakah anda pernah curhat atau membagikan perasaan kepada followers anda di TikTok?
12. Fitur pa yang digunakan saat membagikan curhatan atau perasaan dengan followers?
13. Bagaimana tanggapan followers anda ketika anda membagikan curhatan/perasaan/pikiran?
14. Apa yang anda rasakan setelah mengunggah sesuatu di TikTok?

(Self Validation)

15. Bagaimana respon/tanggapan followers setelah anda mengunggah sesuatu melalui TikTok?

(Social Control)

16. Bagaimana cara anda mengatur pengungkapan citra diri melalui TikTok?

(Relationship Development)

17. Bagaimana anda menjalin hubungan dengan followers di TikTok?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI

Wawancara dengan informan Reza Fatia



Wawancara dengan informan Nisa Alkhaira



Wawancara dengan informan Aldy Fauzan



Wawancara dengan informan Vikri Alvreda



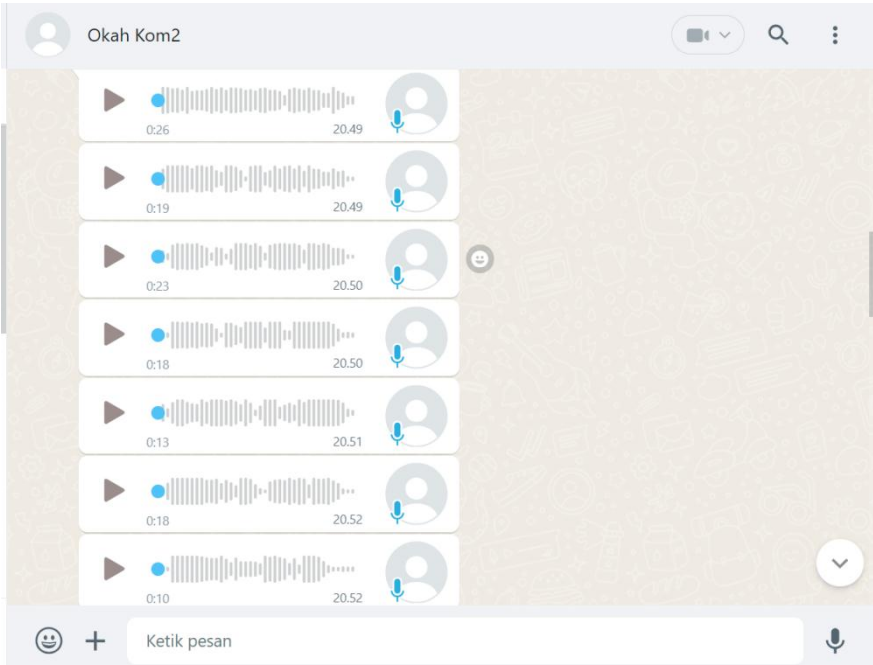
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

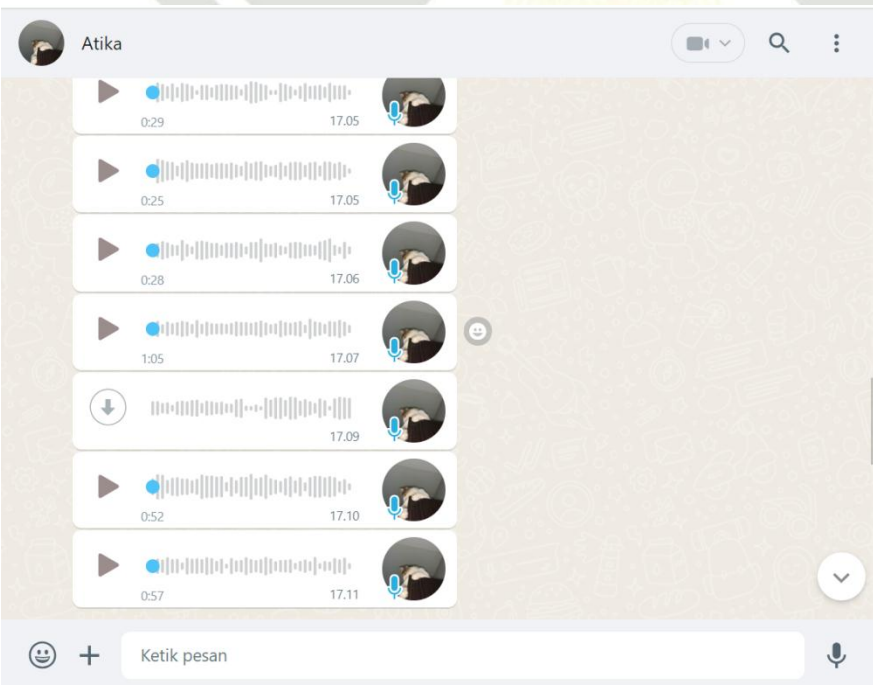
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara dengan informan Barokah Rahmadhani



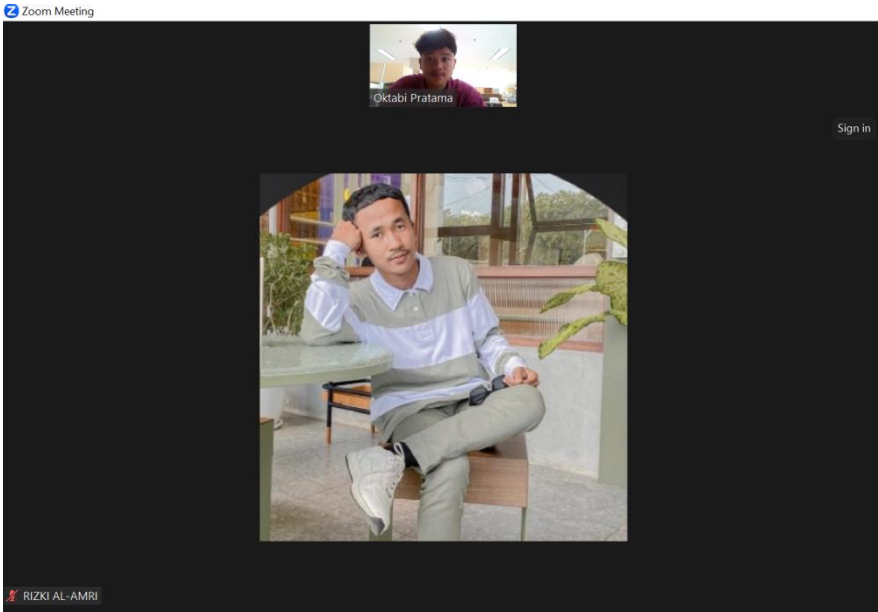
Wawancara dengan informan Atika



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara dengan informan Rizki Al-amri



Wawancara dengan informan M. Dheannido

